

## COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS GANADEROS EN EL PARTIDO DE SAAVEDRA (BUENOS AIRES)\*

M.C. SALDUNGARAY; V.P. CONTI; P. CHIMENO; A. GARGANO y M.A. ADURIZ<sup>1</sup>

Recibido: 20/05/06

Aceptado: 12/03/07

### RESUMEN

El objetivo del trabajo fue caracterizar en el partido de Saavedra (Buenos Aires) la comercialización ganadera, modalidades de compra y venta de vacunos, destinos, plazos de pago, compra de insumos y asociaciones agropecuarias. Se utilizó información de una encuesta del ciclo 1998-1999 a una muestra representativa de productores en 6 áreas edáficas homogéneas (AEH). Las ventas fueron a través de consignatarios (63,6%), directas (25,1%) y cooperativas (11,3%). Los destinos de consignatarios fueron remates locales (10%), Liniers (35%) u "otros" (55%); los de directas: frigoríficos (44%) o particulares (56%). En todas las AEH predominaron los consignatarios mientras que en los estratos menores de algunas AEH se destacaron las cooperativas y en los mayores los consignatarios. Predominaron los plazos de pago mayores de 15 días y sólo el 15% de los productores formó asociaciones. Se concluye que los consignatarios predominan porque son conocidos regionalmente y los remates locales fueron poco elegidos debido a ventajas de las otras modalidades. La escasez de asociaciones se explicaría por desconocimiento y/o tradicionalismo.

**Palabras clave.** Comercialización ganadera, caracterización, asociaciones.

### LIVESTOCK COMMERCIALIZATION IN SAAVEDRA COUNTY (BUENOS AIRES)

### SUMMARY

The objective was to characterize in Saavedra County (Buenos Aires, Argentina) the livestock commercialization, purchase modalities and sale of cattle, destinations, payment terms, purchase of inputs and agricultural associations. The information was obtained from a farming survey of 1998-1999 productive cycle. This was done on a representative sample of farmers, in six edaphic homogeneous areas (AEH). The sales were through consignees (63.6%), direct (25.1%) and cooperatives (11.3%). The destinations of consignees were local auctions (10%), Liniers (35%) or "others" (55%); those of direct: cold-storage plants (44%) or individuals (56%). In all the AEH the consignees prevailed while in the smaller strata of some AEH stood out the cooperatives and in the bigger the consignees. The payment terms bigger than 15 days prevailed and only 15% of the farmers formed associations. It concludes that the consignees prevail because they are known regionally and local auctions were not elected at all due to advantages of the other modalities. The scarcity of associations would be explained by ignorance and/or traditionalism.

**Key words.** Livestock commercialization, characterization, associations.

---

<sup>1</sup>Ings. Agrs. Departamento de Agronomía, Universidad Nacional del Sur. (8000) Bahía Blanca. CONICET

\*Este trabajo es la última etapa de una serie de investigaciones publicadas en la Revista de la Facultad de Agronomía.

## INTRODUCCIÓN

En el marco de un estudio integral de los sistemas agropecuarios extensivos del partido de Saavedra (Buenos Aires) se caracterizaron los mismos (Gargano *et al.*, 2001) y se determinaron sus índices físicos (Gargano *et al.*, 2002a, b) y económicos (Gargano *et al.*, 2004a, b). Por otra parte, se analizaron los canales de comercialización de productos agrícolas (Saldungaray *et al.*, 2003) y en el presente trabajo se determinarán los ganaderos.

La comercialización ganadera ha estado sujeta a grandes cambios en los últimos años. El poder de negociación de los distintos actores a lo largo de la cadena ha variado con la aparición de nuevas reglas de juego. Por otro lado, se destaca la alta complejidad de los principales eslabones que integran la cadena: producción, industria, distribución y consumo. Estefanell *et al.* (1997) resaltan el alto porcentaje relativo (80%) que ha tenido durante décadas el consumo interno sobre la producción total, situación que se mantiene en el presente y sostienen que es la resultante en gran parte de distintas medidas del gobierno que limitaron las posibilidades de exportación. Además, como mencionan estos autores, esta situación contribuyó también a la baja en la productividad de la industria frigorífica que, sumada a la competencia con la agricultura, llevó al “cuasi estancamiento” de la ganadería. Por otra parte, Obschatko (1994) e Iriarte (2005) destacan el fuerte peso que tuvieron las operaciones informales en el mercado de carne vacuna y que el mismo además se caracteriza por tener una organización comercial tradicional. A partir de los distintos problemas mencionados, hubo diversos intentos para aumentar la competitividad y tratar de producir cambios profundos, como por ejemplo, la eliminación de la informalidad implementando controles impositivos y sanitarios. Se intentó además, aunque sin resultados positivos, disminuir las operaciones “en negro”, generalizando los estándares de sanidad y calidad que responden a los requerimientos de los mercados externos y unificando mercados de consumo y exportación para poder aumentar la escala de los frigoríficos. Como lo señalan Estefanell *et al.* (1997) y CREEBA (2000), otro proceso de cambio que se fue dando en la dé-

cada pasada fue la introducción del supermercadismo, cuyos agentes actúan como compradores en el mercado de Liniers haciendo bajar la cotización de la hacienda, lo cual afecta directamente al productor. Además, estos agentes también compran en forma directa en las estancias o en remates regionales, lo cual perjudica al mercado de Liniers y también a las tradicionales firmas consignatarias como referentes de los precios de la hacienda (Obschatko, 1994). Se han realizado otros intentos importantes para mejorar el mercado de carnes, aunque sin éxito todavía, como el caso de los contratos de futuros y opciones, como instrumento de cobertura de riesgos y el desarrollo de sistemas de trazabilidad para poder acceder a mercados internacionales (Obschatko y Estefanell, 2000).

Otro aspecto que ha tomado relevancia con relación a los cambios mencionados, son los distintos tipos de asociaciones que los productores agropecuarios pueden formalizar, como una alternativa más para alcanzar mayor eficiencia en las etapas de la producción y comercialización. Esto se ha observado principalmente en empresas medianas y chicas de la región pampeana (Estefanell *et al.*, 1997), destacándose las prácticas asociadas a la compra de insumos y al uso y compra de maquinarias. Un desafío interesante que pueden afrontar las empresas agropecuarias, además de las llamadas integraciones horizontales o asociaciones, son las integraciones verticales que logran captar los beneficios de la coordinación con otros agentes que participan en la misma cadena productiva (Obschatko, 1994).

En el marco del complejo contexto mencionado a nivel nacional e internacional, se plantea que, al igual que en la comercialización agrícola, se están produciendo distintos cambios en los sistemas de comercialización ganadera existentes, orientados a una mejor adaptación de los mismos. Por tal motivo, en el presente trabajo se planteó como objetivo principal caracterizar en el partido de Saavedra la comercialización ganadera, identificando las principales modalidades de compra y venta, destinos y plazos de pago más frecuentes. Como objetivo complementario se identificarán los tipos de asociaciones que formaron los productores en las explotaciones agropecuarias.

### MATERIALES Y MÉTODOS

Al igual que en el trabajo previo donde se analizó la comercialización agrícola (Saldungaray *et al.*, 2003), en esta última etapa también se utilizó la información recabada en la encuesta del ciclo productivo 1998-1999 a una muestra representativa de productores agropecuarios en las 6 áreas edáficas homogéneas (AEH) previamente delimitadas (Gargano *et al.*, 2001). En este trabajo se analizaron aspectos relacionados con la comercialización del ganado vacuno y la referida a asociaciones entre productores. En cuanto a la compra y venta de los animales, se solicitó a los productores qué agentes habían utilizado para dicha operación, la modalidad de pago y los cambios respecto de los agentes utilizados en los últimos años. Además, se indagó sobre el lugar de compra, modalidad de pago de los insumos ganaderos utilizados y modificaciones recientes al respecto.

El análisis de esta información se efectuó en cada AEH teniendo en cuenta: a) estratos por superficie, b) conglomerados (agrupación de predios según similitud de los sistemas productivos) y c) subsistemas ganaderos. Estas tres variables fueron determinadas previamente (Gargano *et al.*, 2001). Los estratos por superficie (ha) fueron distintos según AEH: 1A y 1B: 100-200, 201-400, 401-800, 801-2000; AEH 2: 100-300, 301-600, 601-1000, 1001-2000; AEH 3: 100-200, 201-400, 401-1000; AEH 4: 100-400, 401-800 y AEH 5: 100-900, 901-1600. Los conglomerados fueron: cuatro para las AEH 1A, 1B y 2; tres para el AEH 4 y dos para las AEH 3 y 5 (Gargano *et al.*, 2001).

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El paso inicial para caracterizar la comercialización fue identificar las modalidades o agentes de ventas. De las encuestas surgió que fueron: cooperativas, consignatarios o en forma directa. Los destinos de las ventas de las cooperativas no se pudieron precisar porque el productor vendió su hacienda a éstas y desconocía el destino final. Las alternativas posibles respecto a los destinos de las otras dos modalidades fueron:

- a. Consignatarios: remates locales, mercado de Liniers u otros destinos (carnicerías, su-

permercados, exportación, otros productos).

- b. Directa (sin consignatario): a frigoríficos o a particulares (otros productores, carnicerías, supermercados, exportación).

### Comercialización del ganado vacuno

En el Cuadro 1 se puede ver que en el promedio del Partido las ventas a consignatarios superaron ampliamente a las cooperativas y directas. La participación de las cooperativas resultó considerablemente menor que la registrada en la comercialización agrícola (Saldungaray *et al.*, 2003). Dentro de los consignatarios, las ventas a otros destinos dominaron sobre las ventas en remates (local y Liniers). Las ventas a Liniers fueron 3,5 veces mayores que las ventas en remates locales. Esto respondería a que en general ese mercado resulta más conveniente porque ofrece mejores condiciones de comercialización y pagos al contado, aunque para acceder el productor se ve obligado a vender una determinada cantidad que justifique el costo del transporte hasta ese destino. Con respecto a las ventas en forma directa, las realizadas con particulares -generalmente para invernada- superaron ligeramente a las ventas a frigoríficos (animales gordos), lo cual responde a la existencia de distintos subsistemas ganaderos en el Partido y pesos logrados en los animales destinados a la venta.

En el mismo Cuadro 1 se observa que en todas las AEH los promedios destacan el predominio de los consignatarios, particularmente en las AEH 1B, 3, 4 y 5. En cuanto al destino de los consignatarios, en las AEH 1A y 1B predomina el remate a Liniers a diferencia de las otras AEH en donde se destaca el destino "otros". Esto podría explicarse por una probable mejor capacidad financiera favorecida por la mayor productividad ganadera-agrícola de estas dos AEH respecto al resto del Partido (Gargano *et al.*, 2002a, b). La modalidad de venta directa fue la segunda en importancia, excepto en las AEH 1B y 3. En esta última AEH las cooperativas se destacaron respecto de las otras AEH, en concordancia con lo hallado en la comercialización agrícola (Saldungaray *et al.*, 2003).

CUADRO 1. Modalidades de comercialización ganadera en los estratos de cada AEH (%/t ventas) y destino de las ventas (%), en el partido de Saavedra.

AEH	Estratos	Modalidades de comercialización			Destino Consignatarios			Destino Directa	
		Coope- rativa	Consig- nario	Directa	Remate local	Remate Liniers	Otros (1)	Frigorífico	Particular
1A	1	73,1	8,8	18,1	0	0	100	0	100
	2	0,7	12,7	86,6	0	0	100	100	0
	3	1,5	60,8	37,7	0	23	77	46	54
	4	0,3	60,2	39,5	1	81	18	78	22
	Prom.	<b>3,1</b>	<b>55,2</b>	<b>41,6</b>	<b>1</b>	<b>65</b>	<b>34</b>	<b>74</b>	<b>26</b>
1B	1	0,9	75,0	24,0	12	0	88	0	100
	2	25,6	70,5	3,9	38	0	62	0	100
	3	17,0	70,8	12,1	6	42	51	100	0
	4	4,1	89,5	6,4	0	77	23	100	0
	Prom.	<b>13,1</b>	<b>78,2</b>	<b>8,7</b>	<b>10</b>	<b>48</b>	<b>42</b>	<b>79</b>	<b>21</b>
2	1	8,4	64,2	27,5	0	37	63	30	70
	2	54,1	22,7	23,3	8	0	92	0	100
	3	0,0	41,9	58,1	21	0	79	0	100
	4	0,0	65,5	34,5	25	0	75	0	100
	Prom.	<b>15,6</b>	<b>48,0</b>	<b>36,4</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>75</b>	<b>5</b>	<b>95</b>
3	1	40,8	25,9	33,3	9	0	91	0	100
	2	40,5	54,4	5,1	31	0	69	0	100
	3	25,8	73,0	1,2	41	0	59	0	100
	Prom.	<b>30,1</b>	<b>65,5</b>	<b>4,5</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>64</b>	<b>0</b>	<b>100</b>
4	1	16,0	40,4	43,6	26	0	74	0	100
	2	0,0	82,1	17,9	7	0	93	40	60
	Prom.	<b>7,0</b>	<b>63,8</b>	<b>29,2</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>85</b>	<b>14</b>	<b>86</b>
5	1	1,3	70,5	28,1	0	0	100	0	100
	2	0,4	51,6	48,0	0	39	61	10	90
	Prom.	<b>0,9</b>	<b>61,9</b>	<b>37,1</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>85</b>	<b>6</b>	<b>94</b>
<b>Partido</b>	Prom.	<b>11,3</b>	<b>63,6</b>	<b>25,1</b>	<b>10</b>	<b>35</b>	<b>55</b>	<b>44</b>	<b>56</b>

(1) Ventas con otros destinos distintos a los remates (productores, frigoríficos, particulares).

En relación con el destino de las ventas directas, en las AEH 1A y 1B el porcentaje destinado a frigoríficos superó ampliamente a los particulares, aunque sólo en la 1A las ventas directas tuvieron mayor relevancia en cuanto al porcentaje del volumen

vendido. En correspondencia con esto, como ya se comentó, en estas dos AEH se observaron los mayores porcentajes de ventas en los remates de Liniers con la intermediación de los consignatarios. Esto también se relaciona con la venta de animales

terminados o gordos, como se verá más adelante en el análisis de los subsistemas ganaderos. Por el contrario, en las otras AEH la casi totalidad de las ventas en forma directa fueron a particulares para cría o engorde -según los pesos- en los establecimientos o posiblemente también indirectamente a través de agentes compradores, con destino final a supermercados, carnicerías, frigoríficos o exportación.

Con respecto a los estratos, como se ve en el Cuadro 1, sólo en algunos de los más chicos (1 y/o 2) de las AEH 1A, 2 y 3 se destacaron las ventas a las cooperativas. Esto coincide con lo hallado en la comercialización de granos en las AEH 1A y 3, por la evidente influencia que tienen las cooperativas agropecuarias ubicadas en esas zonas (Saldungaray *et al.*, 2003) y porque representan una alternativa que generalmente prefieren los productores de menor escala. En los estratos más grandes de estas AEH, por el contrario, se observa una tendencia creciente a aumentar la comercialización con los consignatarios a medida que aumenta la superficie de los predios. En cambio, en las otras AEH no se observa una tendencia definida en la elección del modo de comercializar con relación a los estratos. En el AEH 1B en todos los estratos más del 70% de los vacunos se comercializaron con los consignatarios. En general, en los estratos más chicos la venta a remates fue poco relevante. Se vendió en una baja proporción en los remates locales en las AEH 1B, 3 y 4, y en Liniers sólo se vendió en el estrato más chico del AEH 2. Esta escasa relevancia de los remates-feria locales en general, coincide con lo observado por Iriarte (2003, 2005), el cual afirma que los mismos han tenido un fuerte retroceso en los últimos 20 años por el avance de las ventas directas en estancia, con o sin consignatario, principalmente a supermercados, frigoríficos y exportadores. Por otra parte, las ventas en remates de Liniers sólo fueron relevantes en los estratos más grandes de las AEH 1A, 1B y 5. En cambio, en los estratos más grandes de las AEH 2 y 3, adquirieron cierta importancia los remates o ferias locales, a pesar de lo dicho anteriormente. Esto se debe probablemente también a cierta preferencia que se conserva por las tradiciones, como se vio que ocurre con las cooperativas locales, y la importancia que todavía se le da

a los consignatarios locales, conocidos en su medio.

En cuanto al destino de las ventas directas, y en correspondencia con lo encontrado respecto a las ventas en Liniers, en el estrato más grande del AEH 1A y en los dos mayores de la 1B se vendió mayoritariamente a los frigoríficos, lo cual indica que son especialmente animales terminados o gordos, aunque también pueden incluirse animales para manufactura y conserva. Por el contrario, en el estrato más chico del AEH 1A y en los dos menores de la 1B, se destacaron las ventas a particulares. En las otras AEH, donde casi la totalidad de los predios que hicieron ventas directas vendió en forma particular, no se observó tendencia con relación al tamaño de los predios.

Con respecto a los conglomerados, en el Cuadro 2 se observa que las ventas a las cooperativas se destacaron en el conglomerado I del AEH 3, que fue el más agrícola del área y que sobresalió también por sus ventas agrícolas a estos agentes (Saldungaray *et al.*, 2003). Otros conglomerados en los que tuvieron cierta relevancia las ventas a las cooperativas -ocupando casi todos ellos el segundo lugar después de los consignatarios- fueron el IV del AEH 1A, los III de las AEH 1B y 2 y el II del AEH 4, los cuales tienen la característica en común que son sistemas mixtos y en general también vendieron sus granos preferentemente a las cooperativas, es decir que adoptaron la misma modalidad para vender ambas producciones. Por otra parte, el conglomerado II del AEH 3, que es el más ganadero del área (Gargano *et al.*, 2001), vendió casi la totalidad de los vacunos mediante los consignatarios -el valor más alto del Partido- siendo el destino mayoritario los remates locales. El conglomerado II del AEH 5, que es netamente ganadero, presentó el valor más alto de las ventas directas y éstas fueron realizadas casi en exclusividad con particulares, y como sus subsistemas ganaderos fueron predominantemente de cría y cría-recría (Gargano *et al.*, 2001), estaría indicando que son animales chicos que probablemente fueron adquiridos por otros productores para su terminación.

En cuanto a los subsistemas ganaderos, se puede ver en el Cuadro 3 que no existe una tenden-

CUADRO 2. Modalidades de comercialización ganadera en los conglomerados de cada AEH (%/t vendidas) y destino de las ventas (%) en el partido de Saavedra.

AEH	Conglomerados	Modalidades de comercialización			Destino Consignatarios			Destino Directa	
		Cooperativa	Consignatario	Directa	Remate local	Remate Liniers	Otros (1)	Frigorífico	Particular
1A	I	7	75	18	0	60	40	100	0
	II	1	11	87	0	0	100	69	31
	III	0	66	34	0	86	14	61	39
	IV	23	17	61	39	0	61	85	15
1B	I	0	0	0	0	0	0	0	0
	II	8	90	2	16	55	28	92	8
	III	26	65	8	10	0	90	0	100
	IV	12	70	18	0	68	32	98	2
2	I	0	26	74	100	0	0	0	100
	II	8	54	38	63	0	37	0	100
	III	23	45	32	19	0	81	0	100
	IV	15	60	25	6	64	30	57	43
3	I	54	34	12	47	0	53	0	100
	II	5	95	0	59	0	41	0	0
4	I	0	43	57	47	0	53	0	100
	II	34	66	0	64	0	36	0	0
	III	6	85	9	6	0	94	0	100
	IV	0	29	71	64	0	36	28	72
5	I	1	75	23	0	18	82	0	100
	II	0	4	96	0	0	100	10	90

(1) Ventas con otros destinos distintos a remates (productores, particulares, frigoríficos).

cia a preferir una determinada modalidad de comercialización a medida que interviene en mayor o menor medida el proceso de engorde. Las cooperativas tuvieron mayor aceptación en cría (C) y los consignatarios en cría-recría (CR), aunque éstos fueron los que predominaron en todos los subsistemas. Las ventas directas, que fueron las segundas en importancia en todos los casos, estuvieron mayoritariamente destinadas a frigoríficos en el caso de cría-recría-engorde (CRE) y a particulares en engorde (E). Por el contrario, los subsistemas que

no engordan animales, es decir C y CR, se destinaron preferentemente a particulares. Estas ventas directas probablemente fueron realizadas a otros productores para su terminación, mientras que los que vendieron animales gordos (CRE y E), su destino pudo haber sido el consumo interno a través de los supermercados, carnicerías o a exportación. En cuanto a los destinos de las ventas con consignatarios, cabe destacar la preferencia por el envío de la hacienda a remates de Liniers cuando se intensifica el engorde, observándose el efecto inverso con relación a las

CUADRO 3. Modalidades de comercialización ganadera en los subsistemas ganaderos de cada AEH (%/t vendidas) y destino de las ventas (%) en el partido de Saavedra.

AEH	Sub-sistemas	Modalidades de comercialización			Destino Consignatarios			Destino Directa	
		Cooperativa	Consignatario	Directa	Remate local	Remate Liniers	Otros (1)	Frigorífico	Particular
1A	C	4,1	63,6	32,4	0	0	100	0	100
	CR	6,1	73,4	20,5	5	53	42	80	20
	CRE	1,3	48,9	49,8	0	80	20	71	29
	E	15,9	42,1	42,1	0	100	0	100	0
1B	C	0,0	100,0	0,0	0	0	100	0	0
	CR	0,0	95,6	4,4	25	10	65	0	100
	CRE	29,7	56,9	13,5	5	17	78	100	0
	E	12,9	78,0	9,1	0	89	11	87	13
2	C	32,9	27,1	40,0	0	0	100	0	100
	CR	17,2	70,7	12,2	25	0	75	0	100
	CRE	15,9	46,7	37,4	36	0	64	0	100
	E	6,3	37,4	56,3	0	43	57	11	89
3	C	64,5	30,7	4,8	0	0	100	0	100
	CR	4,0	84,4	11,6	28	0	72	0	100
	CRE	16,9	81,4	1,8	61	0	39	0	100
	E	100,0	0,0	0,0	0	0	100	0	0
4	C	0,0	55,4	44,6	30	0	70	0	100
	CR	3,2	77,3	19,5	14	0	86	56	44
	CRE	5,3	62,6	32,1	10	0	90	0	100
	E	26,4	41,1	32,5	17	0	83	0	100
5	C	0,0	30,5	69,5	0	100	0	0	100
	CR	3,3	53,8	42,7	0	0	100	20	80
	CRE	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0	0
	E	0,0	100,0	0,0	0	0	100	0	0
Total	C	23,6	42,3	34,1	4	12	84	0	100
	CR	5,0	81,4	13,5	19	10	71	33	67
	CRE	10,4	55,9	33,7	13	37	50	58	42
	E	14,8	62,9	22,3	1	77	22	42	58

(1) Ventas con otros destinos distintos a remates (productores, particulares, frigoríficos).

ventas a otros destinos (otros productores o en menor proporción a frigoríficos o carnicerías). Con respecto a las AEH, las ventas a las cooperativas se destacaron en la 3, siendo exclusivas en el subsis-

tema de E y predominantes en el de C. Por el contrario, en el caso de los subsistemas de CR y CRE de dicha AEH, sobresalieron los consignatarios. Estos últimos también tuvieron relevancia en los sub-

sistemas de C y CR del AEH 1B y en E del AEH 5, correspondiendo el destino casi exclusivo a ventas sin remate. Iriarte (2003) también reporta que un porcentaje importante de los exportadores compra a través de los consignatarios. En 1A y 1B se puede observar que a medida que se intensificó el engorde, el envío a Liniers fue cada vez mayor, y además el destino a frigoríficos fue mayoritario cuando las ventas se realizaron en forma directa. El valor más alto de las ventas directas correspondió a la C en el AEH 5, destinando la venta de sus terneros a compradores particulares. También en esta AEH se observó para el caso de la CR, que tanto las ventas directas como con consignatarios, se realizaron preferentemente con particulares. Es decir, que los animales que se producen en estos subsistemas ganaderos generalmente son adquiridos por otros productores para engordarlos en sus establecimientos y destinarlos a faena.

#### **Modalidades o formas de pago en las ventas**

Las formas de pago que se utilizaron, al igual que en el caso de la agricultura, fueron:

- Contado (0-7 días)
- Diferido (7-15 días)
- Mayor de 15 días

De los predios que vendieron con consignatarios y en forma directa, el 48 y 47%, respectivamente, no especificaron la forma de pago, mientras que en el caso de las cooperativas este porcentaje fue del 26%. De los que especificaron, el pago en plazo mayor de 15 días fue el mayoritario en todos los casos, siendo el porcentaje más importante el de las cooperativas (68%), secundadas por los consignatarios con 47% y directa con 36%. El porcentaje más alto con pago al contado lo tuvieron las ventas directas con 21%, seguido por los consignatarios con 12% y sólo un 3% en el caso de las cooperativas.

#### **Compras de hacienda**

Las modalidades de compra de ganado vacuno fueron: cooperativas, consignatarios sin o con remate y en forma directa o particular. En el caso en que se utilizaba más de una modalidad, se calculó la proporción en que participaba cada una de ellas respecto al volumen comprado.

En el Cuadro 4 se puede observar que el porcentaje de predios que compró vacunos fue decreciente de las AEH 1A a la 5. Cabe aclarar que en esta última AEH se verificó que algunos predios que hicieron engorde incorporaron animales propios que criaban en otras AEH. Al igual que en las ventas, los totales muestran que las compras se concentraron en los consignatarios (61%), seguidas por las directas, y que las cooperativas tuvieron poca relevancia en general. En cuanto al porcentaje del volumen comprado con cada modalidad, se destacaron también los consignatarios, en las dos formas, seguidas por la directa. El bajo porcentaje observado en las cooperativas indicaría que, en estos casos, optaron por diversificar las compras.

Las modalidades de compras totales en los subsistemas ganaderos (Cuadro 5) muestran la misma tendencia que la de las AEH. Obviamente, en el E la totalidad de los predios compraron vacunos, mientras que en los otros subsistemas sólo compraron alrededor de la tercera parte de los mismos. Las cooperativas tuvieron muy poca relevancia en todos los subsistemas ganaderos. En general, se observa que los que compran a consignatarios con o sin remate y en forma directa lo hacen en porcentajes altos del total de las compras, es decir, prefieren esa modalidad. Por lo tanto, como resultó con las ventas, se siguen prefiriendo los consignatarios (entre 50 y 63% según el subsistema ganadero) que son los que facilitan el negocio, consiguen uniformidad de lotes y dan mayor seguridad de pago. Igualmente las compras directas fueron relevantes ya que, al evitar intermediarios en el negocio, pueden abaratar los costos aunque el que vende corre el riesgo de cobrabilidad (Iriarte, 2003). No obstante, Iriarte (2005) menciona que en los últimos años, pos convertibilidad, los consignatarios están recuperando protagonismo y posiciones que habían perdido.

**CUADRO 4. Modalidades de compra de vacunos en las AEH (N° de predios y porcentaje comprado) en el partido de Saavedra.**

AEH	(a)	(b)	Cooperativas		Consig. s/remate		Consig. c/remate		Directa	
			N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
1A	28	54	3	40	5	84	3	62,3	4	80
1B	38	49	2	50	7	83,3	6	87	4	57,5
2	31	48	1	100	6	78,3	3	83,3	5	82
3	23	34	1	50	3	100	1	100	3	83,3
4	20	30	1	40	0	0	4	82,5	1	30
5	11	27	0	0	1	100	1	80	1	20
<b>Total</b>	151		8		22		18		18	

(a) N° de predios del AEH; (b) Porcentaje de predios que compran vacunos.

**CUADRO 5. Modalidades de compra de vacunos en los subsistemas ganaderos (N° de predios y porcentaje comprado) en el partido de Saavedra.**

Subsist. ganadero	(a)	(b)	Cooperativas		Consig. s/remate		Consig. c/remate		Directa	
			N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
E	21	100	3	47	7	74	6	77	5	40
CRE	50	32	2	50	7	90,4	3	83	4	87,5
CR	49	36	2	35	5	84	6	80	5	66
C	22	36	1	100	3	100	1	100	3	100
<b>Total</b>	142		8		22		16		17	

(a) N° de predios del AEH; (b) Porcentaje de predios que compran vacunos.

### Compra de insumos ganaderos

Los ganaderos adquirieron los insumos en general en una sola casa comercial, ya sea una veterinaria (comercio particular) o una cooperativa. En pocos casos las veterinarias fueron complementa-

das por alguna agronomía o semillera. Estas, al igual que las cooperativas, fueron agentes de localidades cercanas a los predios encuestados. Por otro lado, se verificó que casi la totalidad de los productores no experimentaron cambios en cuanto al lugar

donde compraron los insumos en los últimos 3-4 años. Sólo cuatro cambiaron la modalidad de compra. Cuando se cuantificó el uso de los distintos agentes vendedores de insumos en las AEH, se encontró que las veterinarias superaron ampliamente a las cooperativas, principalmente en las AEH 1A y 2. Sólo en el caso del AEH 3, tal como ocurrió con las ventas de vacunos y la producción agrícola, se utilizaron más las cooperativas que las veterinarias, verificándose entonces la preferencia por realizar todas las transacciones con la misma modalidad.

En cuanto a las formas de pago se constataron las siguientes opciones: al contado, es decir dentro de los 15 días (21%), con plazo mayor de 15 días (42%), o con cuenta corriente (15%). En promedio, un 22% de los encuestados no contestó. En todas las AEH, excepto en la 4 que se equiparó con el pago al contado, predominó el plazo mayor de 15 días (35 a 50% de los casos en cada AEH). Este plazo tuvo continuidad en la mayoría de los casos en los últimos 3-4 años y demuestra una relación comercial estable.

#### **Formas asociativas**

Sólo el 15% de los productores del Partido formó algún tipo de asociación. El 60,5% no tiene interés en asociarse, el 17% sí y el 7,5% no contestó. El 78,3% de las asociaciones se formaron para la adquisición de maquinarias y el 21,7% para la compra de insumos. Dentro de los anteriores, dos productores participaron de asociaciones para vender sus productos.

#### **CONCLUSIONES**

En todas las áreas edáficas homogéneas del partido de Saavedra los consignatarios fueron los

agentes más utilizados para la venta y compra de ganado vacuno en el ciclo analizado. Estos agentes compitieron principalmente con la comercialización directa, que no cobra comisiones y paga al contado. La importancia de los consignatarios se atribuye a que son agentes conocidos regionalmente y han mantenido un largo vínculo comercial, lo cual es equiparable a los comercios que venden insumos.

Si bien las cooperativas tuvieron poca importancia en el promedio del Partido, resultaron con cierta relevancia en áreas cercanas y por tradición cooperativista. Estos agentes generalmente fueron la alternativa elegida en los estratos de menor superficie y en sistemas mixtos de los conglomerados, centralizando en ellos todas las operaciones de comercialización.

Las ventas al mercado de Liniers fue una opción más frecuente en los subsistemas que hicieron engorde y/o los estratos de mayor superficie debido a los altos fletes y exigencias en cuanto a tipo y número de animales. Los remates-feria locales fue una alternativa poco elegida y esto se podría atribuir a las mencionadas ventajas de las otras modalidades.

La formación de asociaciones no fue una práctica frecuente en el Partido, quizás por el desconocimiento sobre el beneficio que ofrecen y estaría reflejando también el grado de individualismo y/o tradicionalismo de estos productores agropecuarios.

#### **AGRADECIMIENTOS**

A los productores agropecuarios por la información brindada y a la Secretaría General de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional del Sur y la Municipalidad del Partido de Saavedra por sus contribuciones financieras.

**BIBLIOGRAFÍA**

- CREEBA. 2000. Estructura de la cadena de comercialización de carne. Indicadores de actividad económica N° 49: 24-29.
- ESTEFANELL, G.A.; M.C. de BASCO; F. CIRIO; E.S. de OBSCHATKO; C.H. RAS y H. TORRES SOTO. 1997. El sector agroalimentario argentino en los '90. IICA, 170 pp.
- GARGANO, A.O.; M.A. ADÚRIZ; M.C. SALDUNGARAY; P. CHIMENO y V.P. CONTI. 2001. Sistemas agropecuarios extensivos del Partido de Saavedra (Buenos Aires). 1. Identificación y descripción de los conglomerados. *Rev. Arg. Prod. Anim.* 21(1): 53-56.
- GARGANO, A.O.; P. CHIMENO; M.C. SALDUNGARAY; M.A. ADÚRIZ y V.P. CONTI. 2002a. Sistemas agropecuarios extensivos del Partido de Saavedra (Buenos Aires). 2. Análisis físico agrícola. *Rev. Facultad de Agronomía* 22(1): 27-33.
- GARGANO A.O.; M.C. SALDUNGARAY; P. CHIMENO; M.A. ADÚRIZ y V.P. CONTI. 2002b. Sistemas agropecuarios extensivos del Partido de Saavedra (Buenos Aires). 3. Análisis físico ganadero. *Rev. Facultad de Agronomía* 22(2-3): 139-147.
- GARGANO A.O.; M.C. SALDUNGARAY; V.P. CONTI; P. CHIMENO y M.A. ADÚRIZ. 2004a. Indicadores económicos agrícolas de los sistemas agropecuarios extensivos del Partido de Saavedra (Buenos Aires). *Rev. Facultad de Agronomía* 24(1): 41-48.
- GARGANO A.O.; M.C. SALDUNGARAY; P. CHIMENO; V.P. CONTI y M.A. ADÚRIZ. 2004b. Indicadores económicos ganaderos de los sistemas agropecuarios extensivos del Partido de Saavedra (Buenos Aires). *Rev. Facultad de Agronomía* 24(3): 227-236.
- IRIARTE, I. 2003. Comercialización de ganados y carnes. Cámara Argentina de Consignatarios de ganado. Buenos Aires, 147 pp.
- IRIARTE, I. 2005. Comercialización de ganados y carnes. Cámara Argentina de Consignatarios de ganado. Buenos Aires, 207 pp.
- OBSCHATKO, E. 1994. Efectos de la desregulación sobre la competitividad de la producción argentina. Fundación ARCOR, Grupo Editor Latinoamericano: 5-111.
- OBSCHATKO, E. y G.A. ESTEFANELL. 2000. El sector agroalimentario argentino 1997-1999, IICA, 96 pp.
- SALDUNGARAY, M.C.; V.P. CONTI; P. CHIMENO; A.O. GARGANO y M.A. ADÚRIZ. 2003. Comercialización de productos agrícolas en el Partido de Saavedra (Buenos Aires). *Rev. Facultad de Agronomía*, 23(2-3): 155-168.