

# COSTOS DE TRANSACCIÓN EN LA CADENA DE CARNE VACUNA ARGENTINA

Tutor:

M. V. Federico Santangelo

Magister en Agribusiness

[f.santangelo@fibertel.com.ar](mailto:f.santangelo@fibertel.com.ar)

Pasante:

Pedro García de la Torre

Ingeniero en Producción Agropecuaria

[pedrogdelat@hotmail.com](mailto:pedrogdelat@hotmail.com)



Trabajo presentado  
en el

CUARTO SEMINARIO HEREFORD

OCTUBRE 2004



## Índice

1. **Sumario – Abstract**
2. **Introducción.**
3. **Descripción de la cadena.**
  - a. **Canales de comercialización de Cría e Invernada.**
  - b. **Canales de comercialización de Ganado con destino a faena.**
  - c. **Faena y canales de comercialización de la Carne.**
  - d. **Consumo Interno**
4. **Costos de Transacción.**
  - a. **Costos de intermediación.**
  - b. **Impuestos:**
    - I. **Nacionales,**
    - II. **Provinciales,**
    - III. **Municipales**
  - c. **Tasas y otros:**
    - I. **Senasa**
    - II. **IPCVA**
  - d. **Fletes.**
  - e. **Mermas y desbaste.**
5. **Cuantificación de los Costos de Transacción.**
  - a. **Venta de Ternero de invernada.**
  - b. **Venta de Novillo con destino a faena.**
  - c. **Venta de Carne**
6. **Evasión Impositiva.**
7. **Coordinación e Integración de Cadenas.**
8. **Conclusiones**
9. **Bibliografía**

## 1. SUMARIO

*Argentina posee importantes ventajas comparativas para la producción de carne vacuna, producto de sus favorables recursos naturales y variedad de climas. Sin embargo, no haber transformado estas ventajas comparativas en ventajas competitivas le ha hecho perder participación tanto en el comercio internacional como en el mercado interno.*

*Las ventajas competitivas disminuyen los costos y traen beneficios económicos para todos los integrantes de una cadena de valor.*

*Los costos de transacción, cuyo análisis se abordará en el presente, son parte integrante de la estructura de costos del sector. Se entiende por costos de transacción todos los costos relacionados con la comercialización del producto entre los distintos eslabones de la cadena de valor. En consecuencia, elevados costos de transacción repercutirán negativamente en la competitividad del sector, provocando menores precios percibido por el productor con la consiguiente pérdida de rentabilidad ó dichos costos se trasladarán al precio del consumidor dejando en desventaja al producto frente a sus competidores en el mercado de proteínas disminuyendo su demanda.*

## ABSTRACT

*Argentina has considerable advantages comparatives for the beef meat production due to the favorable climatic and environmental conditions. However, the fact that advantages comparative were not transformed into advantages competitives, Argentina's has lost market share in the international and local market.*

*Advantages competitives, decrease costs and raise economic benefits to all the members of any chain value. Transaction costs, which analysis is the purpose of this paper, constitute a portion of the structural costs of the meat sector. We understand as transaction costs the ones associated with the trade product between the value chain links. Consequently, high transaction costs will have negative repercussion on the sector competitiveness decreasing its farmer's income or these costs will be transferred to the consumer price and therefore the product will likely be in disadvantage in relation with its competitors in the protein market and decrease their demand.*

## 2. INTRODUCCION

La producción de carne bovina es una de las principales actividades industriales de la Argentina. Nuestro país posee importantes ventajas comparativas para la producción de carne vacuna, producto de sus abundantes recursos naturales y variedad de climas. Sin embargo, estas ventajas no se han transformado en ventajas competitivas. Argentina pasó de ser el primer exportador mundial de carne vacuna en a ocupar el sexto / séptimo lugar. Su consumo interno cayó de los 100 kilos de carne por habitante / año a 60 kilos actualmente. Esta caída se ha producido a expensas de un aumento del consumo de carne aviar y de carne porcina a nivel mundial y de la carne aviar en el mercado local.

Existen distintos factores responsables de la pérdida de competitividad de las carnes argentina a nivel internacional. El status sanitario y las restricciones al comercio, son factores de suma importancia en esta pérdida de competitividad. La presencia de la aftosa en nuestro país impidió el acceso a los principales mercados. Las prácticas proteccionistas, barreras arancelarias, subsidios etc. perjudican el comercio internacional siendo los países exportadores los más afectados.

Pero analizar la competitividad de un sector requiere evaluar todos los componentes de la cadena de valor, desde la producción hasta el consumidor. Porter en su libro "La Ventaja Competitiva de las Naciones"<sup>1</sup> establece que para alcanzar éxito competitivo un sector ha de poseer ventaja competitiva en forma *de coste inferior*, o bien *de productos diferenciados* que obtengan precios superiores. La ventaja basada en coste inferior viene dada por la capacidad de un sector de comercializar su producto más eficientemente que sus competidores. Para conseguir esta ventaja competitiva respecto a otros países o sectores, un sector ha de ofrecerle al comprador un producto comparable a un coste inferior (precio). Para ello es necesario llevar a cabo las actividades de forma más eficiente que sus competidores. Las ventajas competitivas que permiten generar valor y capturarlo se obtienen a lo largo de toda la cadena.

La diferenciación de un producto es la capacidad de brindar al comprador un valor superior, en términos de calidad, características especiales, permitiendo obtener un precio superior generando de esta manera una rentabilidad mayor, dado por sentado que los costos sean comparables con los competidores.

La carne vacuna continúa vendiéndose, tanto en el mercado interno como en el externo, como un commodity más que como un producto diferenciado. Como tal **el precio juega un rol fundamental**, por lo cual toda actividad que incremente sus costos a lo largo de toda la cadena reducirá la competitividad del sector. Adquirir ventaja competitiva exige que la cadena de valor se gestione como un sistema y no como una colección de partes separadas.

Si bien en aquellos sectores dependientes de los recursos naturales, el costo de los factores sigue siendo importante, éstos no definen por sí solos la competitividad del sector. Está comprobado que la mera disponibilidad de factores (recursos naturales) no es suficiente para alcanzar el éxito competitivo. **El precio de la materia prima no define, la competitividad del sector**. El precio del ganado, si bien es muy importante, no es la única variable que hace que un país sea competitivo.

Las ventajas competitivas se consiguen poseyendo factores de bajo costo a lo largo de toda la cadena y optimizando los enlaces entre los distintos eslabones de la misma.

---

<sup>1</sup> PORTER, Michael E. "La Ventaja Competitiva de las Naciones". Editorial Vergara. Buenos Aires. Agosto 1999.

Los costos de transacción son costos relacionados a la comercialización del producto entre los distintos eslabones. Como su nombre lo indica, son costos que encarecen el precio final o resultan de menor precio percibido por el productor disminuyendo la competitividad de toda la cadena.

Los gobiernos por su parte, pueden alterar la ventaja competitiva en un sector, mediante diferentes formas de intervención, con políticas destinadas a mejorar la ventaja comparativa en los costes de los factores. La reducción de los tipos de interés, costos salariales bajos, devaluaciones que afectan los precios comparativos, subvenciones o desgravaciones, son políticas que tratan de reducir los costos relativos de un sector de una nación en comparación con las de sus competidores internacionales<sup>2</sup>.

Pero por otra parte, los gobiernos también pueden deteriorar la ventaja competitiva mediante políticas que influyen a lo largo de la cadena. La política impositiva claramente es perjudicial para un sector puesto que disminuye los ingresos (productores – industriales) o genera un aumento de precios al consumidor disminuyendo su demanda.

Este trabajo tiene por objetivo describir los costos de transacción entre los distintos eslabones de la Cadena de Valor de la Carne Vacuna Argentina. Para ellos se describirán los distintos canales de comercialización dentro del mercado interno por ser éste el de mayor importancia en Argentina. Se describirán y se analizarán los costos de transacción entre las distintas etapas y por los diferentes canales desde los criadores / invernadores y desde éstos hasta las plantas frigoríficas. Dada la complejidad del sistema impositivo se describirán y analizarán los principales impuestos que gravan las transacciones quedando para un posterior análisis más minucioso su impacto en todo el sistema.

Se mencionará el rol que juegan los intermediarios como nexos entre la oferta y la demanda, y se analizarán los distintos componentes impositivos que gravan la comercialización de la cadena de ganados y carnes.

Se analizará el impacto que tiene el costo de transporte. Los fletes son una parte importante dentro de la cadena comercial por lo cual el movimiento del ganado influye dentro de la estructura de costos de la cadena comercial.

La metodología utilizada para la elaboración de este trabajo fue investigación primaria con entrevistas a especialistas e importantes referentes del sector. Además se analizó información secundaria disponible en libros, revistas e Internet.

---

<sup>2</sup>.Ibidem.

### 3. DESCRIPCION DE LOS DISTINTOS CANALES DE COMERCIALIZACION:

Existen distintas vías de articular la producción primaria desde el criador – invernador hasta el sector industrial o frigorífico. Como se ha mencionado con anterioridad los costos de transacción es un componente dentro del costo total de realización de las actividades necesarias a lo largo de la cadena de valor y variarán de acuerdo a los canales comerciales que siga.

En este trabajo se describirá el camino que sigue un ternero macho desde su nacimiento y posterior destete hasta el momento de su faena. Se mencionará los distintos canales comerciales que puede recorrer y se mostrará como varían los distintos costos.

De la misma manera, existen varios canales que pueden seguir la carne hasta llegar al mostrador. Aquí mencionaremos los más importantes y los más usuales.

#### a) Canales de comercialización de Cría e Invernada:

Los terneros nacidos y destetados en establecimientos criadores pueden ser engordados en el mismo establecimiento y / o trasladados a otro perteneciente a la misma firma, ó vendidos a invernadores a través de diferentes formas. Cada una de estas alternativas tendrá un costo de comercialización diferente de acuerdo a los movimientos que tenga que realizar el animal: fletes, gastos de guía, emisión del Documento de Tránsito Animal (DTA), comisiones, etc.

Existen diferentes canales que puede seguir un ternero luego del destete:

1. Éstos pueden ser engordados en el mismo establecimiento o en otro de la misma firma.
2. Pueden ser vendidos a invernadores para su engorde:
  - 2.1. En forma directa (criador – invernador).
  - 2.2. A través de consignatarios:
    - 2.2.1. En venta directa
    - 2.2.2. Remates Feria organizados por las mismas casas consignatarias:

En el caso que el criador engorde su propia producción en otro establecimiento deberá pagar una serie de tasas, fletes que se describirán más adelante. Si bien en este canal los costos asociados al movimiento de hacienda son un costo de producción, para poder realizar una comparación entre los distintos canales, se tomarán como costos de transacción.

Cuando el criador vende su producción al destete puede utilizar distintos canales comerciales, que van desde la venta directa a invernadores, o a través de intermediarios en forma directa o en remates feria.

De acuerdo a un trabajo elaborado por Ignacio Iriarte y la Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado<sup>3</sup>, se estima que se comercializan más de 10 millones de cabezas de cría e invernada anualmente.

---

<sup>3</sup> Ignacio Iriarte, "Comercialización de ganados y carnes", Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado, Buenos Aires 2003.

La venta a través de casas consignatarias se estima que tendría una participación no inferior al 35 – 40 % del total operado. Estas ventas se realizan a través de ventas directas entre productores o por medio de remates ferias.

Los remates ferias ocurren en localidades del interior y son organizadas por las mismas casas consignatarias. Se calcula que fueron alrededor de 5.000 remates en el año 2002. En estos se comercializa ganado gordo con destino a faena y animales con destino de cría e invernada.

Este canal ha sufrido un fuerte retroceso en los últimos años siendo reemplazado por operaciones directas. El SENASA estima que unas 3.6 millones de cabezas de ganado se comercializan por este canal, de los cuales 1.6 millones sería destinado a faena y las otras 2 millones de cabezas con destino de cría e invernada.<sup>4</sup>

En el cuadro 1 puede verse un resumen del movimiento de ganado con destino a invernada y faena en el país.

#### **Cuadro 1:**

##### **Movimiento de Ganado con destino Invernada y Faena. Total del País. Año 2002.**

Bovinos a Remate Feria	3.600.384
Nº de Remate Feria realizados	5.145
Nº Total de Bovinos salidos de establecimiento a invernada	10.892.978
Nº Total de Bovinos salidos al Mercado de Liniers	2.186.781
Nº total de Bovinos salidos de establecimiento a Frigorífico	5.704.231
Nº de DTA emitidos en el año	1.272.555

Fuente: Ignacio Iriarte, "Comercialización de ganados y carnes", Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado, Buenos Aires 2003. Pág.2.

#### b) Canales de comercialización de Ganado con destino a faena:

En lo referido a la comercialización de animales gordos con destino a faena en frigoríficos, al igual que ocurre en la etapa anterior, existen diferentes canales comerciales, cada uno de los cuales tendrá distintos costos de transacción.

Los principales canales de comercialización de hacienda gorda que podemos mencionar son:

---

<sup>4</sup> Ibidem.

1. Vendidos en forma directa del establecimiento al frigorífico.
2. A través de intermediarios:
  - 2.1. Venta directa a frigorífico.
  - 2.2. Remates Ferias.
  - 2.3. En mercados concentradores.
  - 2.4. Consignación directa de venta en carne.

1. Venta Directa del establecimiento al frigorífico:

También llamado venta “en estancia”, es hoy el canal más importante de venta de ganado gordo. Según el estudio mencionado se comercializan anualmente 5.8 millones de cabezas por este canal. Durante la última década estas operaciones han crecido, de un 30 –32 % en 1991 al 44 % que se registra actualmente. Este crecimiento se ha dado expensas de la disminución de la cantidad comercializada en los remates ferias y el Mercado de Liniers. Esto es producto de la imposibilidad de los frigoríficos exportadores con destino a la Unión Europea de comprar hacienda para ese destino en los mercados concentradores.

2. A través de intermediarios:

- 2.1. Venta directa: los productores realizan la venta de su animal gordo en forma directa al frigorífico, pero con el respaldo de una casa consignataria que garantice la operación. Se estima que el 15 % de la faena utiliza este canal.
- 2.2. Remates Ferias: Serian 1.56 millones de cabezas (gordo y conserva)<sup>5</sup> comercializadas por este canal.
- 2.3. Mercados Concentradores: el Mercado de Liniers es el más importante en la comercialización de ganado con destino a faena. En el se comercializan 2.1 millones de cabezas al año y hace de referente de precios en el país.
- 2.4. Consignación directa de venta en carne: se encuadran dentro de esta actividad aquellas personas que reciben ganado directamente de los productores para su faena y posterior venta de la carne y subproductos resultantes por cuenta y orden del remitente.  
Las “gancheras” mueven mensualmente 38.000 cabezas y se da fundamentalmente en el Gran Buenos Aires, representando el 7 % de la faena mensual.

La participación de los diferentes canales de comercialización en la venta de animales para faena puede resumirse en el cuadro 2:

---

<sup>5</sup> Ignacio Iriarte, “Comercialización de ganados y carnes”, Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado, Buenos Aires 2003.

## Cuadro 2:

### Porcentaje de Ganado Comercializada en los distintos canales con destino a Faena:

Mercados (Liniers, Rosario)	16.4 %
Remate Ferias	11.8 %
Directo (sin intervención de consignatario)	44.1 %
Directo (con intervención de consignatario)	15.3 %
Consignatarias Directas (Gancheras)	3.5 %
Negro / sin registrar	9 %

Fuente: Ignacio Iriarte, "Comercialización de ganados y carnes", Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado, Buenos Aires 2003. Pág. 1.

#### c) Faena y canales de comercialización de la Carne:

En la República Argentina se faenan aproximadamente 12.5 - 13 millones de cabezas anuales con una producción de 2.5 – 2.8 Millones de toneladas de los cuales el 85 % se destina al mercado interno, y el 15 % restante la exportación.

La faena del ganado puede realizarse en:

- I. Frigoríficos habilitados por SENASA
- II. Mataderos Provinciales y Municipales.

I. Los frigoríficos habilitados por SENASA incluyen aquellos que poseen inspección veterinaria y que se encuentran habilitados para la exportación y los de "tráfico federal", es decir que pueden abastecer otras provincias.

Se calculan que son 160 establecimientos los frigoríficos con inspección de SENASA y que poseen una faena de 750 – 800 mil cabezas mensuales. Esto representa el 75 – 80 % de la faena.

II. Los mataderos provinciales y municipales abastecen a ciudades medianas y pequeñas del interior, pero no pueden abastecer a otras provincias. Se estiman 220 las plantas las cuales sumas unas 180 a 190 mil cabezas fiscalizadas por ONCCA por mes, lo que representa entre el 16 – 18 % del total de la faena del país.

#### d) Consumo Interno

Como se mencionó el 85 % de la carne producida en el país se destina al consumo interno. Los principales canales de comercialización por los cuales el producto llega al consumidor es a través de:

- I. Carnicerías.
- II. Supermercados y otros comercios.
- III. Hipermercados.

#### I. Carnicerías:

Se trata del segmento de distribución final más heterogéneo y atomizado. Según el censo económico de 1994 se registraron más de 25.000 establecimientos de venta al público de carnes. Se calcula que el 49 % de la carne consumida es vendida a través de este canal de ventas<sup>6</sup>. La existencia de faena no declara (en negro) y comercializada en este canal implicaría una participación mayor.

Si bien su participación cayó en los últimos años como consecuencia del avance del supermercadismo, las carnicerías continúan siendo el canal más importante en la comercialización de carne en el país fundamentalmente en el interior. En la Capital Federal y el Gran Buenos Aires las proporciones se invierten y en donde el supermercadismo es el principal canal de comercialización.

Existen cadenas de carnicerías integradas en donde los productores venden sus propios animales luego de la faena.

#### II. Supermercados y otros comercios:

Son varias las cadenas de supermercado que operan en el país y adquirieron una participación importante en el comercio de carnes. Se calcula que en el Gran Buenos Aires existen entre 5.000 y 6.000 supermercados, siendo muy importante el número de supermercado de propiedad de inmigrantes (chinos, coreanos.)

La participación de los supermercados en el comercio de carne aumentó significativamente durante la década del 90. Se estima que el 23 %<sup>7</sup> del comercio se realiza por este canal y que el 12 – 15 % de la facturación total proviene de la venta de carne.

Este segmento compra las medias reses en frigoríficos o abastecedores y despostan la carne en su propio local.

#### III. Hipermercados:

Se trata de grandes cadenas de distribución con numerosas sucursales en Capital Federal, Gran Buenos Aires y el resto del país. Las más importantes que podemos mencionar son: Carrefour, Coto, Disco, Jumbo, Walmart.

Su participación ha aumentado considerablemente en los últimos años. Estas cadenas, dado su volumen tienen incidencia en la fijación de precios al público. Se estima que el 28 % de la carne vendida utiliza este canal.

Varios de estos hipermercados han avanzado en la cadena de comercialización, adquiriendo o alquilando frigoríficos, comprando hacienda en pie y realizando la faena por su cuenta. Estas grandes cadenas para su abastecimiento utilizan los diversos canales de comercialización, aunque han desarrollado estrategias de

---

<sup>6</sup> Bisang, Roberto, "La Trama de la Carne Bovina Argentina", on line, [http://www.mecon.gov.ar/crecimiento/5\\_estudios/6\\_estudios\\_sector\\_agroalimentario/tramas\\_productivasconsolidadas\\_carneslacteosoleaginosasmaiz/tramas\\_carnebovina.pdf](http://www.mecon.gov.ar/crecimiento/5_estudios/6_estudios_sector_agroalimentario/tramas_productivasconsolidadas_carneslacteosoleaginosasmaiz/tramas_carnebovina.pdf). Disponible agosto de 2004.

<sup>7</sup> Ibidem. Pág. 43.

compras directas especialmente en feed lots, evitando de esta manera intermediarios. Se estima que el 80 – 90 % de sus compras la realizan por esta vía<sup>8</sup>, con la excepción de una cadena que compra el 25 – 30 % de sus compras en el Mercado de Liniers.

La venta de carne en este sector representa el 7 – 8 % de la facturación total. Esta menor participación se debe a que muchas veces los hipermercados venden la carne a bajos precios con el objeto de atraer público al mismo.

### Matarife Abastecedor

Dentro del comercio de carnes es necesario mencionar aquí la figura del “matarife abastecedor” o “usuario” quien compra hacienda, tanto en forma directa como en los mercados, realiza la faena en los frigoríficos y luego comercializa las medias reses a través de carnicerías propias, de terceros (reparto) o venta en gancheras.

Los matarifes pueden matar con matrícula propia o con las de las plantas faenadoras que le “prestan” la matrícula al mismo, siendo esto último lo más usual. El frigorífico le cobra al usuario un precio por el servicio de matanza, quedándose con los subproductos derivados de la faena (cuero, menudencias, etc.). Como el valor de los subproductos es mayor que el costo de la faena, las fábricas le reintegran un diferencial de precios denominado “recupero”. Dicho recupero varía de acuerdo a las fábricas y al tipo de animal faenado. Los matarifes “vuelcan parte del recupero” al precio de la carne para luego ser vendido a las carnicerías.

El matarife posee un papel muy relevante en la cadena de comercialización. Todas las operaciones comerciales en que participa, las realiza sin que su nombre aparezca en ninguna de ellas. Es una figura “oculta” ante las autoridades sanitarias e impositivas. Por “usos y costumbres” utiliza la estructura jurídica, la razón social y las inscripciones (ONCCA, SENASA, AFIP) de los frigoríficos en donde realizan la faena. Al utilizar esta estructura jurídica ajena, están formalmente exentos de toda responsabilidad comercial, sanitaria y tributaria, cargándose dicha responsabilidad formal al frigorífico en donde operan. Estos registran formalmente todas las operaciones comerciales de los matarifes como propias: la compra de hacienda, la venta de carne, los registros como faena propia y el correspondiente pago de impuestos: IVA e Impuesto a los Ingresos Brutos. Esto trae aparejado la evasión impositiva del sector que será descripta posteriormente.

Por otra parte, si bien la hacienda es comprada por el matarife y normalmente las casas consignatarias le otorgan el crédito a los mismos, en caso de incumplimiento de pago, el que responde en última instancia al pago de los animales es el dueño de la matrícula o el frigorífico a quien le fuera facturada la venta de esos animales. Esto trae aparejado numerosos inconvenientes y perjuicios económicos al sector, puesto que se han registrado muchos incumplimientos de pago de hacienda, que tuvieron que hacerse cargo la industria.

La presencia del matarife abastecedor que opera oculto bajo la matrícula del frigorífico genera grandes distorsiones en el sistema de comercialización.

---

<sup>8</sup> Ignacio Iriarte, “Comercialización de ganados y carnes”, Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado, Buenos Aires 2003. Pág. 74.

#### 4. COSTOS DE TRANSACCION

Los costos de transacción son costos relacionados a la comercialización del producto entre los distintos eslabones de la cadena valor. Como su nombre lo indica, son costos asociados a la compra – venta del animal desde el criador – invernador – frigorífico – consumidor.

La posición de costos de un sector es su costo total de realización de todas las actividades necesarias. Estos costos encarecen el precio final o provocan un menor precio percibido por el productor disminuyendo la competitividad de toda la cadena.

Los costos de transacción se pueden clasificar en:

- a. Costos de intermediación.
- b. Impuestos:
  - I. Nacionales,
  - II. Provinciales,
  - III. Municipales
- c. Tasas y otros:
  - I. Senasa
  - II. IPCVA
- d. Fletes.
- e. Mermas y desbaste.

Las pérdidas de peso que ocurren en el ganado (desbaste) y en la carne (merma) sólo serán mencionadas a los efectos de este trabajo.

- a. Costos de Intermediación:

Como se ha mencionado, los intermediarios (casas consignatarias y comisionistas) juegan un papel importante en la cadena de comercial de ganados y carnes. Coordinan las acciones entre los compradores y vendedores proveyendo información y el manejo de las transacciones. Asumen la responsabilidad de encontrar el mejor precio para el vendedor y garantiza al comprador la calidad por éste buscada.

Los intermediarios disminuyen los costos de búsquedas de los compradores y de los vendedores dadas las características de precios y calidad requeridas. Generalmente se ocupan de los trámites propios de la venta del ganado, como contratar el flete, pago de guía, DTA, etc. y operan como agentes de retención de determinados impuestos.

Por su labor cobran comisiones variables de acuerdo al tipo de transacción realizada. Como todo trato entre particulares pueden ser negociadas y se calculan entre el 4% y el 6% de la operación.

En el sector de cría e internada, las comisiones varían alrededor de un 3 % – 4 % y se cobran tanto a los vendedores como a los compradores. En las operaciones de venta con destino a faena, las comisiones generalmente se cobran solamente al vendedor, no así a los compradores.

En las liquidaciones que realizan las casas consignatarias cobran sus comisiones bajo distintos ítems:

- Comisión.
- Control y encierre.
- Derecho de feria.
- Garantía de operaciones.

La inexistencia en Argentina de garantías legales referidas al cobro de los animales, incrementa los costos de transacción pues los consignatarios se constituyen de “garante” de las operaciones comerciales entre vendedores y compradores, asumiendo el riesgo financiero y comercial del pago de las operaciones.

El mayor riesgo comercial en la comercialización de ganados y carnes, producto de la falta de transparencia y confianza entre los agentes, y la ausencia de un sistema legal que garantice la cobranza de las operaciones elevan los costos de transacción. Este riesgo comercial provoca que las comisiones cobradas por los intermediarios sean mayores a las que se cobrarían en caso de haber seguridad de pago por parte del comprador. Como toda actividad económica un mayor riesgo implica una mayor utilidad requerida.

Vale mencionar aquí, el sistema de protección legal que rige el comercio de ganados y carnes en los Estados Unidos. El comercio de ganados y carnes en este país se rige por la “Packers and Stockyard Act”<sup>9</sup> (P&SA) que es una ley dispuesta por la Comisión Federal de Comercio promulgada el 15 de Agosto de 1921 y que fuera actualizada en numerosas ocasiones a lo largo de los años de acuerdo a los cambios y al crecimiento del sector. El principal propósito de la “P&SA” es *“el de asegurar la competencia y el comercio de ganados y carnes acorde a las reglamentaciones, para proteger y salvaguardar los intereses de los productores, de los consumidores y demás miembros del sector de prácticas desleales, engañosas y monopólicas.”*

El cumplimiento de la ley está encargada al Departamento de Agricultura (USDA) y delega su control y ejecución en la “Grain Inspection, Packers and Stockyards Administration” (GIPSA).

Una parte de extrema importancia en este programa es la **protección financiera de pago** por la venta de ganado de los productores a los frigoríficos. La “P&SA” persigue un agresivo programa con la finalidad de mantener la estabilidad financiera para aquellos integrantes que se encuentran comprometidos en el negocio.

Los requerimientos específicos requeridos incluidos en la protección financiera de pagos son:

- a. Bonos: Las consignatarias, los rematadores y los compradores deben poseer bonos como medida de protección que respalden y garanticen la operación a los vendedores de ganado. La cantidad de bonos está basada en el volumen de negocios.*
- b. Cuentas Custodias: estos bonos que garantizan las operaciones deben mantenerse en cuentas bancarias por separados de las utilizadas cotidianamente para los fondos custodia.*

- c. *Pagos Inmediatos: Las consignatarias, los rematadores y compradores son obligados al pago inmediato del ganado comprado, usualmente al día siguiente de transferida la posesión de acuerdo a los términos del contrato. Cualquier venta a crédito debe ser acordada por escrito con la previa aprobación del vendedor.*
- d. *Solvencia: los consignatarios, rematadores y compradores deben mantener condiciones financieras solventes para permanecer en el negocio. Los industriales insolventes pueden ser requeridos de pagar bajo condiciones específicas.*

Para determinar violaciones a la “P&SA”, GIPSA realiza investigaciones en plantas frigoríficas, intermediarios y otros compradores. Estas investigaciones incluyen examinar las operaciones en búsqueda de posibles violaciones a la Ley examinando prácticas de pagos, manipulación de precio, sobornos comerciales, fraude y prácticas ilegales.

La presencia de una Ley que garantice el pago de la mercadería y el depósito de bonos en cuentas custodia que avalen las transacciones llevaría a una disminución de los costos de transacción. Las operaciones comerciales estarían aseguradas por los depósitos en las cuentas custodios y fideicomisos, provocando una disminución del riesgo comercial.

b. Impuestos:

Como se ha mencionado, los gobiernos pueden alterar la ventaja competitiva en un sector mediante diferentes formas de intervención, con políticas destinadas a mejorar la ventaja comparativa en los costes de los factores ó deteriorarla mediante políticas que influyen a lo largo de toda la cadena (política impositiva).

Dada la amplia variedad de formas tributarias que existen a nivel provincial y municipal a lo largo del territorio nacional, aquí mencionaremos los más relevantes y los de mayor trascendencia. Los niveles de presión fiscal se encuentran establecidos en las legislaciones impositivas correspondientes.

A nivel provincial los “Códigos Fiscales o Tributarios” definen los aspectos generales de la política tributaria como tributos a aplicar, hecho imponible, materia gravable, exenciones, alícuotas, etc. En lo que respecta a nivel municipal la legislación impositiva se asienta en los “Códigos Fiscales o Tributarios y Ordenanzas Impositivas”.<sup>10</sup>

En la Argentina los gobiernos provinciales y municipales centran su política tributaria en la imposición a las Ventas y a la Propiedad. En lo que hace a los gravámenes provinciales el más importante es el Impuesto a los Ingresos Brutos, mientras que su análogo a nivel municipal es la Tasa de Seguridad e Higiene. Si bien por definición Tasa es un cobro por una contraprestación dada, normalmente esto no ocurre por lo cual la incluiremos dentro de la sección impuestos.

El Impuesto a los Ingresos Brutos constituye un gravamen sumamente distorsivo y atenta contra la eficiencia económica en múltiples aspectos. Provoca un “efecto cascada” que implica la acumulación de la carga tributaria, al gravar distintas etapas del proceso productivo sin permitir la recuperación del mismo como crédito fiscal, provocando una pérdida de competitividad.

---

<sup>9</sup> GIPSA, “Packers & Stockyard Act”, on line, [http://www.usda.gov/gipsa/lawsandregs/law/p&s\\_act.pdf](http://www.usda.gov/gipsa/lawsandregs/law/p&s_act.pdf) . Disponible septiembre de 2002.

Aquí mencionaremos los impuestos que intervienen en el proceso de comercialización y que pueden clasificarse dentro de los costos de transacción. Vale destacar aquí que el Impuesto al Valor Agregado (IVA) si bien tiene una gran importancia en la comercialización dentro del sector no se clasifica como costo de transacción puesto que es un Impuesto al Valor Agregado.

Dentro de los impuestos que pueden intervenir en la comercialización de ganados y carnes pueden mencionarse a:

#### I. Impuestos Nacionales:

No existen impuestos nacionales directos a la comercialización de carne para el mercado interno. Pero como toda transacción comercial que supere los \$ 1.000 debe ser abonada con cheque, le corresponde el cobro a los Débitos y Créditos Bancarios

- Impuesto a los Débitos y Créditos Bancarios. (Ley 25.413) comúnmente conocido como Impuesto al Cheque: es el 1.2 % de cada movimiento en cuenta corriente (0.6 % al débito y 0.6 % al crédito) ó el 1.2 % del importe depositado en caja de ahorro con cheque. Ahora bien, como el 0.2 % puede ser tomado a cuenta de otros impuestos (ganancias) a los efectos de este trabajo consideraremos el 1 % que no puede ser tomado a cuenta.
- Retenciones a la exportación: las mismas son del 5 %.

#### II. Impuestos Provinciales:

Estos impuestos varían de acuerdo a cada provincia, pero mencionaremos los más importantes:

- Ingresos Brutos.  
La provincia de Buenos Aires cobra el 1 % del importe bruto (precio sin IVA) de las ventas realizadas.  
Cuando la venta es realizada en el Mercado de Liniers (Capital Federal), se le retiene al productor el 0.85 %. Luego de esto, si el productor está inscripto en el convenio multilateral el mismo debe depositar el 0.15 % restante en Capital Federal, o de otra manera debe pagar el 0.15 % en la Provincia de Buenos Aires.  
En el cuadro 3 pueden verse las alícuotas que cobran las diferentes provincias con respecto a Ingresos Brutos.
- Ingresos Brutos a la Industria frigorífica:  
Es del 1.5 % del valor de la facturación.
- Ingresos Brutos a Matarifes y Carnicerías (comercio):  
Es del 3.0 % del valor de la facturación.
- Impuesto a los Sellos o Semoviente: (provincia de Buenos Aires).
  - Para la venta de invernada: es el 0.50 % del valor bruto de la venta más IVA. Este valor se reparte entre el comprador y el vendedor.
  - Para venta de gordo: es el 0.50 % del valor bruto de la venta más IVA. En este caso lo paga completamente el vendedor.

---

<sup>10</sup> IERAL, "Carga fiscal provincial y municipal", on line, <http://www.cargafiscal.com.ar> . Disponible septiembre de 2004.

- En Capital Federal no existe el Impuesto al Sello por lo cual las ventas en el Mercado de Liniers no tienen este impuesto.
- Derecho de Registro:  
Es fijado por cada entidad registradora, aunque se considera un 0.25 % del valor bruto de la venta más IVA. Si la venta es realizada a un frigorífico o consignatario que no es entidad de registro se cobra el 0.50 % en las mismas condiciones.  
Este impuesto se le cobra íntegramente al productor. En caso de venta de invernada al igual que el impuesto al sello se divide entre comprador y vendedor.

### III. Impuestos Municipales:

Estos impuestos también varían de acuerdo a las distintas localidades del interior. Daremos ejemplo de algunas de ellas.

- Certificado de venta: por el traspaso de la propiedad la municipalidad cobra este certificado.
- Guía de traslado: se cobra cuando el ganado sale del partido donde se encuentra.
- Formularios y precintos: se cobra cada formulario y los precinto que van en los camiones jaulas.
- Tasas de Abasto. Estas las cubran las municipalidades por el abasto de medias reses a carnicerías y supermercados de esa localidad.
- Tasas de Seguridad e Higiene

Algunas de los impuestos municipales pueden verse en el Cuadro 4:

#### c. Tasas y otras

- I. Senasa: cada movimiento de hacienda debe ir acompañado del Documento de Tránsito Animal (D.T.A.), por el cual Senasa cobra un arancel de \$ 0.90 por cabeza declarada más \$ 1 por la emisión de dicho documento (Res 206 /99).
- II. IPCVA. Instituto de Promoción de Carne Vacuna Argentina: se cobra por todo animal que va a faena. El productor paga una tasa del 0.20 % del valor índice de novillo fijado por la SAPYA y el frigorífico el 0.09 %. En estos momentos el productor paga \$ 1.25 por cabeza con destino a faena y el frigorífico \$ 0.55 por animal faenado. A los efectos de este trabajo se tomará el total de \$ 1.80 por cabeza de una sola vez.

Todo movimiento de hacienda debe ir acompañada del DTA y el pago de Guías. El D.T.A. es el Documento de Transito Animal que emite Senasa y es considerado el “pasaporte sanitario”, que es necesario y obligatorio para el transporte de hacienda en la República Argentina. La Guía certifica propiedad y es obligatoria para el movimiento de hacienda siempre que salga del partido de origen. El importe de éstas variará de acuerdo a la municipalidad que la emita.

**Cuadro 3:****Alícuotas Vigentes en las distintas provincias sobre Ingresos Brutos.**

Jurisdicción	Productor
Capital Federal	Exento
Buenos Aires	1%
Entre Ríos	Exento
La Pampa	0.5 %
Córdoba	Exento
Chaco	Exento
Formosa	Exento
Corrientes	Exento
Santa Fe	Exento
San Luis	1%
Santiago del Estero	1%
Río Negro	Exento
Tucumán	1,4% (cría) 2,5% (invernada) 2,5% (feed-lot)
Salta	Exento

Fuente: Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado. Boletín Impositivo n° 04

**Cuadro 4:****Diferentes Tasas Municipales para la venta de ganado en pie.**

	Certif. de Venta	Guía de Traslado	Costo de formularios	Precintos (c/u)
Pergamino	0	\$ 1.8	\$ 3.6 por jaula	\$ 1.8
B. Juárez	\$ 1.29	\$ 1.29	\$ 0.7	\$ 1.2
Mar del Plata		\$ 3.10		
Mar Chiquita		\$ 2.80		\$ 1.00
Junín		\$ 2.34	\$ 0.75	\$ 1.65

Fuente: Elaboración propia

d. Costo de Transporte:

Los costos de transporte adquieren gran importancia en la comercialización de carne en la República Argentina. El movimiento de la hacienda en pie se realiza por medio de “camiones jaula”. Estos movimientos tienen un costo significativo de acuerdo al canal utilizado. Puede ocurrir que la hacienda tenga que trasladarse entre varios lugares lo cual encarece la operatoria.

El flete es pagado por kilómetro recorrido. Generalmente el precio del flete se adiciona al precio del kilo vivo comercializado por lo cual adquiere gran importancia el tipo de mercadería transportada. Su incidencia

relativa será mayor si la mercadería transportada posee menor valor (vaca de manufactura o vaca conserva) con respecto a una de mayor valor como puede ser un novillo o ternero gordo.

En este trabajo se analizará el costo de transportar una jaula de terneros para su comercialización en forma directa o remate feria y la posterior venta del novillo a través de los diferentes canales comerciales.

El costo del flete variará de acuerdo a la distancia recorrida. El “flete corto” de pocos kilómetros, se cobra un mayor valor por kilómetro recorrido que un flete largo. La “movida” de la una jaula para un flete corto hacia un remate feria puede costar aproximadamente \$ 160 + IVA.

Una jaula de terneros / novillos transporta aproximadamente entre 12.000 - 15.000 kilos vivos dependiendo de la longitud del mismo.

Por un flete de larga distancia los transportistas cobran actualmente \$ 2.2 + IVA por kilómetro recorrido más seguro y peajes. Por lo tanto, se puede calcular un costo de \$ 0.018 por kilo vivo transportado cada 100 kilómetros de recorrido en una jaula de terneros que transporte 12.000 kilos vivos (70 terneros de 170 kilos) y de \$ 0.016 en una de novillos con 15.000 kilos (35 novillos de 430 kilos). A modo de ejemplo un lote de novillos que tenga que desplazarse 400 kilómetros puede aumentar el precio en 6.4 centavos por kilo vivo. Como puede apreciarse este valor repercutirá en el precio pagado y tendrá un mayor valor relativo de acuerdo al tipo de mercadería transportada.

La venta de animales en el Mercado de Liniers posee otro flete a incorporar dentro del costo que es el flete que va desde el Mercado hasta el frigorífico. Este se esta cobrando \$ 150 hasta una distancia de 50 kilómetros del mercado. Este flete normalmente lo paga el frigorífico.

El costo de un flete de carne que transporte medias reses desde una planta faenadora hasta su reparto en supermercados, carnicerías o su venta en gancheras, varia entre \$ 0.05 – \$ 0.07 por kilo de media res. Como puede observarse la venta de carne en ganchera implica un doble flete, puesto que se debe abonar el mismo desde la planta hasta el punto de venta y el flete desde la ganchera a la carnicería.

#### Conclusión.

Cada uno de los movimientos que debe realizar la hacienda desde el criador, pasando por el invernador como así también su camino hasta la faena y distribución ocurren una serie de costos relacionados con las transacciones. Estos serán mayores de acuerdo al lugar de compra – venta de la hacienda como con la cantidad de enlaces que incursionan en la operatoria.

Estos pagos de comisiones, impuestos, traslados tanto de los animales como de la carne provocan un aumento de los costos de transacción.

## 5. CUANTIFICACION DE LOS COSTOS DE TRANSACCION.

En esta sección se mostrará como ejemplo los diferentes gastos que puede llegar a tener un animal desde el destete hasta su faena, siguiendo los distintos canales de comercialización. Se ejemplificará una tropa de 70 terneros machos provenientes de la localidad de Benito Juárez y que se vendan a \$ 2.00 por kilo vivo a un productor que posee un campo de invernada en Pergamino distante a 450 kilómetros.

Luego se analizarán los gastos de esos terneros ya terminados vendiéndose en tropas de 35 animales de 430 kilos, con el fin de minimizar el impacto del flete, a un frigorífico del gran Buenos Aires distante a 250 kilómetros. Del mismo modo se verán los alcances de los diferentes canales comerciales.

Estos novillos ya faenados recorrerán los distintos canales comerciales de reparto de medias reses ya sea en carnicería, ganchera y en supermercados.

Luego de esto se sumarán los costos, impuestos, tasas, fletes y se calculará qué porcentaje representa del valor del novillo terminado en cada uno de los diferentes canales.

Dada la complejidad del cálculo de las diferentes comisiones e impuestos, tanto en venta como en la compra, éstos se simplificarán y se tomará en cuenta para la determinación de los mismos:

- Comisiones: Los diferentes porcentajes correspondientes a ventas de cría e invernada como gordo tanto en forma directa o en remates.
- Impuesto a los Débitos y Créditos Bancarios (impuesto al cheque): Este importe variará de acuerdo al pago de comisiones, impuestos, retención de ganancias, etc., por lo cual se tomará simplificando el 1 % del Valor de la venta (precio + IVA).

En lo referido a los Impuestos Provinciales se tomará en cuenta para su cálculo:

- Ingresos Brutos: 1% del valor bruto de facturación,
- Sellos o Semoviente: 0.5% del valor de la venta más IVA.
- Derecho de Registro (0.25%) del valor bruto más IVA.

Impuestos o Tasas Municipales:

- Guía. La Municipalidad de Benito Juárez cobra por el traslado de hacienda el cobro de un certificado de venta y de guía de traslado de \$ 1.29 por cabeza cada uno de ellos respectivamente. En el traslado a sí mismo: \$ 0.13 por cabeza.
- Documento de Transito Animal (DTA): \$ 0.9 por cabeza vendida + \$ 1 por formulario.

En las ventas de invernada no se abona el importe correspondiente al IPCVA (solo a faena).

### a. Venta de Terneros de Invernada:

En la planilla de cálculo del cuadro 5 puede verse cómo repercuten los diferentes costos de acuerdo a las vías de comercialización de terneros con destino a invernada.

**70 terneros machos de 170 kilos a \$ 2.00 por kilo**

**El valor de la venta realizada: \$ 23.800.**

**IVA (10.5 %)= \$ 2499.00**

Cuadro 5: Venta de una jaula de Terneros de Invernada						Intermediarios			
		Integrado		Directa		Directa		Remate Feria	
<b>1- Gastos</b>									
Comisión Venta		0,00%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	4,00%	\$ 952,00	5,00%	\$ 1.190,00
Comisión Compra		0,00%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	4,00%	\$ 952,00	5,00%	\$ 1.190,00
<b>Total Comisiones</b>			<b>\$ 0,00</b>		<b>\$ 0,00</b>		<b>\$ 1.904,00</b>		<b>\$ 2.380,00</b>
<b>2- Imp. Nacionales</b>									
I. D y C. B.	1,00%	0,00%	\$ 0,00	1,00%	\$ 262,99	1,00%	\$ 262,99	1,00%	\$ 262,99
<b>Total I. Nacionales</b>			<b>\$ 0,00</b>		<b>\$ 262,99</b>		<b>\$ 262,99</b>		<b>\$ 262,99</b>
<b>3- Imp. Provinciales</b>									
Sellos / Semoviente	0,50%	0,00%	\$ 0,00	0,50%	\$ 131,50	0,50%	\$ 131,00	0,50%	\$ 130,87
Derecho de Registro	0,25%	0,00%	\$ 0,00	0,25%	\$ 65,75	0,25%	\$ 65,50	0,25%	\$ 65,44
Ingresos Brutos.	1,00%	0,00%	\$ 0,00	1,00%	\$ 238,00	1,00%	\$ 238,00	1,00%	\$ 238,00
<b>Total Impuestos</b>			<b>\$ 0,00</b>		<b>\$ 435,24</b>		<b>\$ 434,49</b>		<b>\$ 434,31</b>
<b>4- Imp. Municipales</b>									
Certificado de Venta		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1,29	\$ 90,90	\$ 1,29	\$ 90,90	\$ 1,29	\$ 90,90
Guía		\$ 0,13	\$ 9,10	\$ 1,29	\$ 90,90	\$ 1,29	\$ 90,90	\$ 1,29	\$ 90,90
<b>Total Impuestos</b>			<b>\$ 9,10</b>		<b>\$ 181,80</b>		<b>\$ 181,80</b>		<b>\$ 181,80</b>
<b>5- Gastos</b>									
Senasa D.T.A.		\$ 0,90	\$ 64,00	\$ 0,90	\$ 64,00	\$ 0,90	\$ 64,00	\$ 0,90	\$ 128,00
IPCVA		\$ 1,80	\$ 0,00	\$ 1,80	\$ 0,00	\$ 1,80	\$ 0,00	\$ 1,80	\$ 0,00
<b>Total Gastos</b>			<b>\$ 64,00</b>		<b>\$ 64,00</b>		<b>\$ 64,00</b>		<b>\$ 128,00</b>
<b>6- Flete</b>	<b>Km.</b>								
Corto	30								\$ 160,00
Largo	450	\$ 0,018	\$ 963,90	0,018	\$ 963,90	0,018	\$ 963,90	0,018	\$ 963,90
<b>Total Flete</b>			<b>\$ 963,90</b>		<b>\$ 963,90</b>		<b>\$ 963,90</b>		<b>\$ 1.123,90</b>
<b>Total Costos Transacción</b>			<b>\$ 1.037,00</b>		<b>\$ 1.907,93</b>		<b>\$ 3.811,18</b>		<b>\$ 4.511,00</b>
<b>C. T. por Cabeza</b>			<b>\$ 14,81</b>		<b>\$ 27,26</b>		<b>\$ 54,45</b>		<b>\$ 64,44</b>
<b>C. T. en porcentaje del Valor</b>			<b>4,36 %</b>		<b>8,02 %</b>		<b>16,01 %</b>		<b>18,95 %</b>

En el mismo, se ve claramente como el productor que engorda su producción en otro establecimiento no posee costos de transacción. Al no producirse transacción no debe pagar los impuestos correspondientes, ni comisiones. Sólo posee gastos de movimiento de hacienda que se consideran gastos de producción y una guía de traslado a sí mismo. A los efectos de este trabajo los compararemos estos gastos como si fueran costos de transacción.

De acuerdo a dicho cuadro, los costos de transacción de un productor integrado, resultan en \$ 14.31 por ternero y que representa un 4.36 % del valor. Dentro de estos costos el 93 % le corresponde al costo del flete.

Al realizarse la transacción (compra – venta) deben abonarse una serie de impuestos tanto provinciales como municipales que intervienen dentro del costo de transacción.

En la venta directa de hacienda entre productores sin intervención de intermediarios, los costos de transacción ascienden al 8 % del valor de venta del ternero totalizando \$ 27 por animal. Aquí los impuestos y gastos representan el 50 % de dicho costo y el 50 % restante corresponde al valor del flete.

A medida que intervienen mayores enlaces en la comercialización los costos de transacción aumentan. La intervención de intermediarios aumentan considerablemente los costos de transacción. En las ventas de cría e invernada, como se mencionó anteriormente, las comisiones se cobran tanto al vendedor como al comprador. Para nuestro cálculo se tomaron un 4 % en forma directa y el 5 % en remate feria que son las usualmente cobradas en estas transacciones.

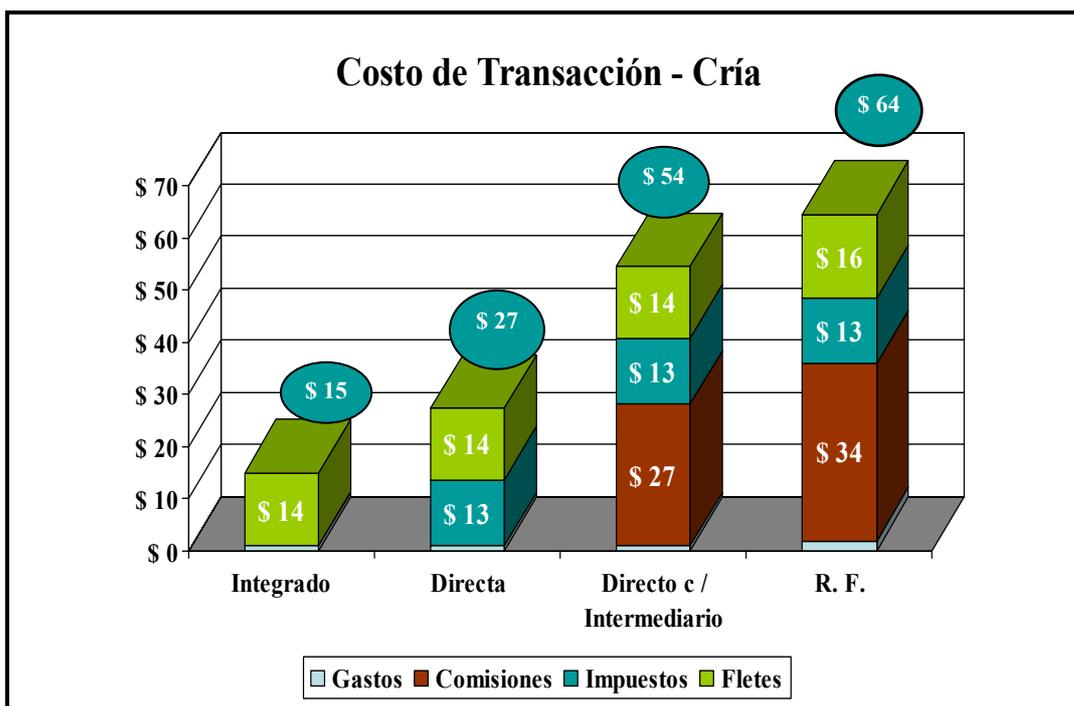
En la venta directa con intermediarios, los costos de transacción se duplican hasta alcanzar un 16 % del valor del ternero (\$ 54 por cabeza) y a un 19 % en remates ferias (\$ 64 por cabeza). Las comisiones cobradas representan un 50 % del costo de transacción en las primeras y el 53 % del mismo en los remates ferias. En estas operaciones la incidencia del flete baja a un 25 % del costo en los dos casos. Los impuestos y comisiones representan un 25 % en ventas directas y el 22 % en remates ferias del total del costo de transacción.

Los mayores costos de transacción en la venta en remate feria es producto de la mayor comisión cobrada por los intermediarios, al doble flete (flete corto y flete largo) y una doble emisión de DTA para el traslado de hacienda.

Como puede apreciarse existen costos que se cobran como un porcentaje de la venta, (comisiones, impuestos) y otros que son fijos por cabeza (DTA, guía, flete). En estos cobra especial interés el valor de la hacienda transportada. Tendrán una incidencia menor cuanto mayor es el valor de la mercadería transportada.

**Cuadro 6:**

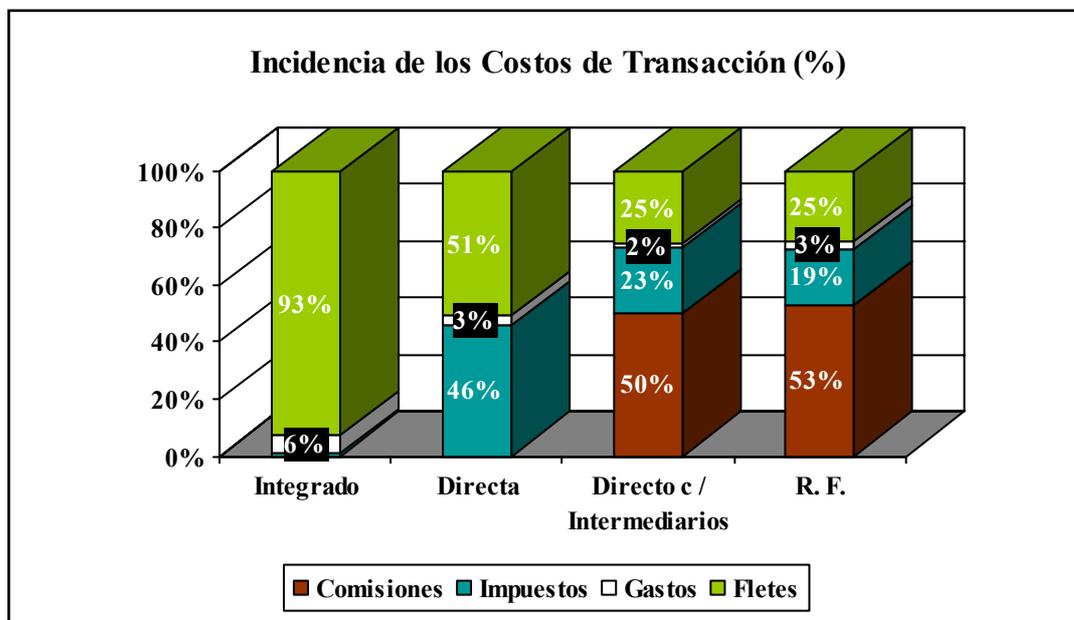
**Costo de Transacción en Cría – Invernada.**



Fuente. Elaboración propia.

**Cuadro 7:**

**Participación de los diferentes integrantes dentro de los Costos de Transacción.**



Fuente: Elaboración Propia.

b. Venta de Novillos con destino a Faena:

De igual forma que se calculó para la venta de terneros puede calcularse para un novillo que se vende a través de los distintos canales de comercialización.

Estos novillos que se engordaron en el partido de Pergamino se venden para nuestro ejemplo en:

**35 Novillos de 430 kilos a \$ 2.20 por kilo**

**El valor de la venta realizada: \$ 33.110.-**

**IVA (10.5 %)= \$ 3.476,55-**

En el cuadro 8 puede verse los distintos costos de transacción de acuerdo a cada uno de los diferentes canales utilizados. En general puede decirse que los costos de transacción disminuyen en proporción en este sector con respecto a la cría – invernada. Los costos de transacción varían de un 5.24 % al 10.40 % del valor del animal comercializado. Estos menores costos relativos pueden ser atribuidos al mayor valor del producto comercializado y al hecho que los intermediarios no cobran comisiones al los compradores de hacienda como ocurre en el caso de la invernada. Pero teniendo en cuenta los valores absolutos éstos toman mayor importancia dado el valor comercializado variando desde \$ 48 a \$ 97 por animal.

Al igual que en la invernada productores integrados que comercialicen la carne tendrán menores costos de transacción.

Los costos de transacción en la venta directa “en estancia” representan el 5 % del valor bruto producido (\$ 48 por cabeza), en donde el 60 % representa el pago de impuestos nacionales, provinciales y municipales. Dentro de estos, toman especial importancia el Impuesto a los Débitos y Créditos Bancarios y el Impuesto a Ingresos Brutos que representan el 67 % del total de los impuestos.

El segundo costo en importancia en la venta en estancia esta dado por el valor del flete con una incidencia del 35 % del costo total de transacción.

Cuando las operaciones se realizan a través de intermediarios, los costos de transacción aumentan a un 8.24 % lo que representa a \$ 78 por cabeza. Dentro de estos, los impuestos representan un 38 % del costo total de transacción y las comisiones el 36 %. La incidencia del flete cae aquí a un 22 % de los costos.

La venta a través del Mercado de Liniers es la que conlleva los mayores costos de transacción. Los mismos pueden calcularse en el 10.4 % del valor bruto, lo que significa \$ 98 por cabeza comercializada. Aquí las comisiones representan el 48.59 % del costo de transacción. Los impuestos pierden valor relativo puesto que la comercialización en el Mercado no lleva los Impuestos a los Sellos ni el Derecho de registro. Los gastos (emisión DTA, IPCVA, gastos propios), adquieren mayor importancia duplicando el valor en la venta directa (con o sin consignatarios).

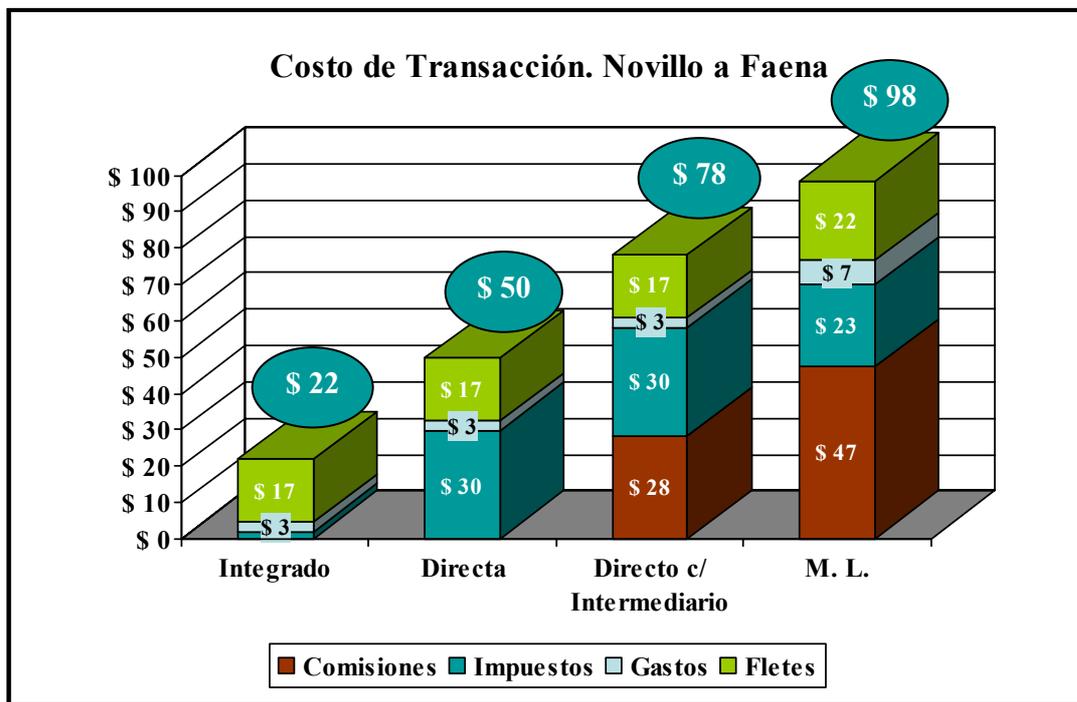
La venta en el Mercado de Liniers conlleva gastos de “sacada de hacienda”, emisión de guías y doble DTA y doble flete. Mercado de Liniers S.A. cobra un “Derecho de Extracción de hacienda” de \$ 3.14 más una tasa de expedición de guía de \$ 0.63 por cabeza. Estos costos son pagados por los frigoríficos donde se faena la hacienda remitida. Como estos costos los paga la industria aunque la compra sea realizada por un matarife, éste recibe un menor valor del recuperado por la hacienda faenada en el mercado que por la que proviene de compra directa.

Cuadro 8: Venta de una jaula de novillos con destino a Faena

						Intermediarios			
		Integrado		Directa		Directa		Mercado Liniers	
<b>1- Gastos</b>									
Comisión Venta		0,00%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	3,00%	\$ 994,20	5,00%	\$ 1.657,01
Comisión Compra		0,00%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00
<b>Total Comisiones</b>			<b>\$ 0,00</b>		<b>\$ 0,00</b>		<b>\$ 994,20</b>		<b>\$ 1.657,01</b>
<b>2- Imp. Nacionales</b>									
I. D. y C. B.	1,00%	0,00%	\$ 0,00	1,00%	\$ 366,20	1,00%	\$ 366,20	1,00%	\$ 366,20
<b>Total I. Nacionales</b>			<b>\$ 0,00</b>		<b>\$ 366,20</b>		<b>\$ 366,20</b>		<b>\$ 366,20</b>
<b>3- Imp. Provinciales</b>									
Sellos / Semoviente	0,50%	0,00%	\$ 0,00	0,50%	\$ 183,10	0,50%	\$ 183,10	0,00%	\$ 0,00
D. Registro	0,25%	0,00%	\$ 0,00	0,25%	\$ 91,55	0,25%	\$ 91,55	0,00%	\$ 0,00
I. B.	1,00%	0,00%	\$ 0,00	1,00%	\$ 331,40	1,00%	\$ 331,40	1,00%	\$ 331,40
<b>Total Impuestos</b>			<b>\$ 0,00</b>		<b>\$ 606,05</b>		<b>\$ 606,05</b>		<b>\$ 331,40</b>
<b>4- Imp. Municipales</b>									
Certificado de Venta		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Guía		\$ 1,80	\$ 68,40	\$ 1,80	\$ 68,40	\$ 1,80	\$ 68,40	\$ 1,80	\$ 68,40
Tasa de Expedición Guía								\$ 0,63	\$ 22,05
<b>Total Impuestos</b>			<b>\$ 68,40</b>		<b>\$ 68,40</b>		<b>\$ 68,40</b>		<b>\$ 90,45</b>
<b>5- Gastos</b>									
Senasa D.T.A.		\$ 0,90	\$ 32,50	\$ 0,90	\$ 32,50	\$ 0,90	\$ 32,50	\$ 0,90	\$ 65,00
IPCVA		\$ 1,80	\$ 63,00	\$ 1,80	\$ 63,00	\$ 1,80	\$ 63,00	\$ 1,80	\$ 63,00
Mercado de Liniers								\$ 3,14	\$ 109,90
<b>Total Gastos</b>			<b>\$ 95,50</b>		<b>\$ 95,50</b>		<b>\$ 95,50</b>		<b>\$ 237,90</b>
<b>6- Flete</b>									
	<b>Km.</b>								
Mercado	50								\$ 160,00
Largo	250	\$ 0,016	\$ 602,00	0,016	\$ 602,00	0,016	\$ 602,00	0,016	\$ 602,00
<b>Total Flete</b>			<b>\$ 602,00</b>		<b>\$ 602,00</b>		<b>\$ 602,00</b>		<b>\$ 762,00</b>
<b>Total Costos Transacción</b>			<b>\$ 765,90</b>		<b>\$ 1.738,15</b>		<b>\$ 2.732,35</b>		<b>\$ 3.444,95</b>
<b>C. T. por cabeza</b>			<b>\$ 21,88</b>		<b>\$ 49,66</b>		<b>\$ 78,07</b>		<b>\$ 98,43</b>
<b>C. T. en porcentaje del valor</b>			<b>2,31%</b>		<b>5,24%</b>		<b>8,24%</b>		<b>10,40%</b>

**Cuadro 8:**

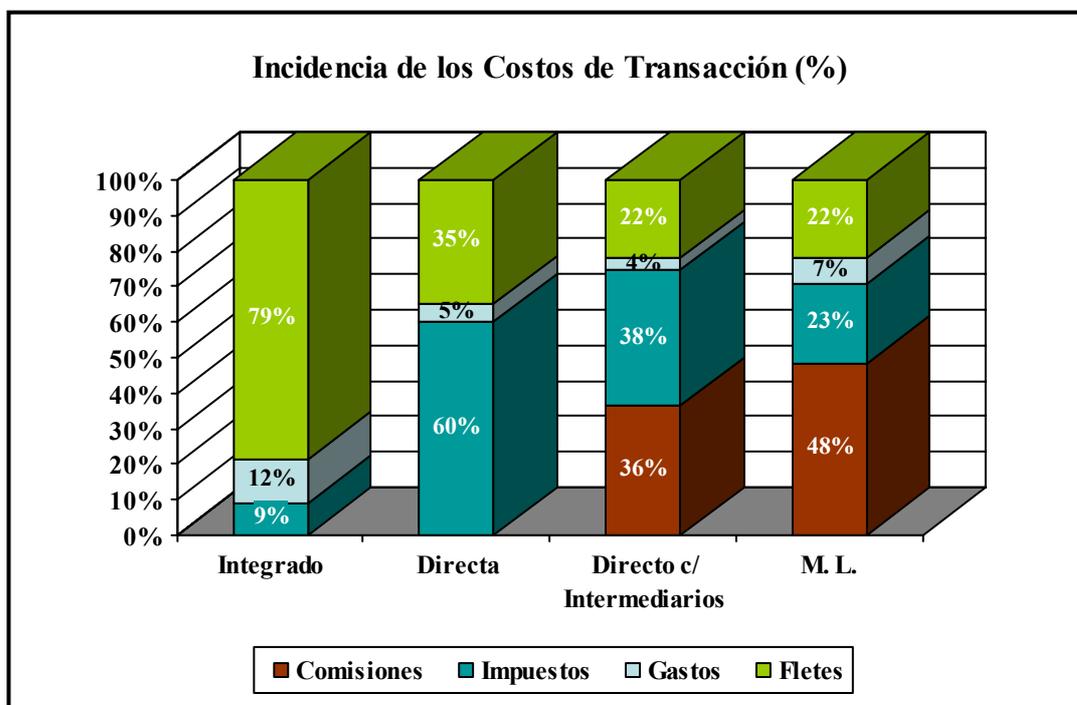
**Costo de Transacción en Novillo a Faena.**



Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro 9:**

**Participación de los diferentes integrantes dentro de los Costos de Transacción.**



Fuente: Elaboración Propia

Otra alternativa de comercialización puede ser la venta por consignación. En esta modalidad se recibe la hacienda para la faena y posterior venta de la carne por cuenta y orden del productor. La liquidación se realiza de acuerdo al rendimiento y al valor del subproducto. El productor debe abonar la comisión correspondiente, el pago del Impuesto a los Ingresos Brutos (1%), Sellos y Derecho de Registro. Como la venta es realizada por cuenta y orden del productor, no rige el 1.5 % del impuesto al Ingreso Bruto que le corresponde a la industria puesto que el mismo impuesto no puede ser aplicado dos veces al productor. Para retirar la carne se debe abonar la "Guía Fiscal Ganadera" que es un impuesto que se cobra como pago a cuenta de IVA y se paga \$ 0.01 por kilo gancho de acuerdo a una fórmula preestablecida.

c. Venta de Carne:

La venta de carne en carnicerías lleva consigo el pago de impuestos a los Ingresos Brutos por parte de la industria y el cobro de ciertas "Tasas de Abasto".

El Impuesto a los Ingresos Brutos a la industria frigorífica es del 1.5 % sobre el valor de la facturación y se paga por declaración jurada de sus ventas. Este impuesto se encuentra en estos momentos en discusión por lo cual no se abona, pero será mencionado aquí. Al matarife abastecedor y al carnicero se lo considera comerciante por lo cual la alícuota que debe abonar es del 3 %.

Las tasas de abasto variarán de acuerdo al municipio en que se encuentre ubicado el comercio y se cobran por media res vendida o por kilo gancho. Estas tasas se cobran bajo la supuesta "inspección bromatológica" de la mercadería transportada. Vale resaltar que esta inspección en los frigoríficos con tráfico federal se encuentra realizada por la inspección veterinaria de SENASA, por lo cual resulta otra imposición por los mismos servicios. Puede mencionarse por ejemplo en el partido de José C. Paz el cobro de \$ 3 por media res como tasa de abasto o \$ 2 en el partido de Pilar. Otros municipios usualmente cobran entre 3 y 4 centavos por kilo gancho.

Las Tasa de Seguridad e Higiene varían de acuerdo a los diferentes municipios pero pueden calcularse entre el 0.5 % y el 2 % del importe declarado.

No se han podido obtener datos correspondientes a la venta de carne en hipermercados ni el componente impositivo que lleva las carnicerías integradas por lo que no se analizarán en este trabajo.

En nuestro ejemplo,

**35 Novillos de 430 kilos a \$ 2.20 por kilo. El valor de la venta realizada: \$33.110-. IVA (10.5 %)= \$ 3476.55-**

**Rendimiento: 58 %. Kilos totales comercializados = 8.932.**

**Precio de Kilo Gancho: \$ 3.79 + IVA = \$ 4.19**

**Valor del Recupero. \$ 0.60 por kilo gancho.**

**Se "vuelca" \$ 0.50 del recupero al valor de la carne por kilo gancho, obteniendo \$ 0.10 por kilo de utilidad, quedando el precio de facturación de \$3. 69**

Nuevamente dada la complejidad de tasas e impuestos que se registran a lo largo del país y diversidad de cargas impositivas se simplificará el análisis tomando en cuenta los principales impuestos. Por otra parte se

considerará solamente la comercialización de la carne, (no se tomará en cuenta los subproductos) y el pago de Ingresos Brutos de la industria (1.5 %) (no en carnicería).

Cada media res pagará \$ 3 por tasa de abasto y se cobrará \$ 0.06 por kilo de media res en concepto de flete.

En el costo de transacción por cabeza se tomará en cuenta el valor del novillo en pie.

**Cuadro 10:**

**Costos de Transacción en la comercialización de carne. Principales Rubros.**

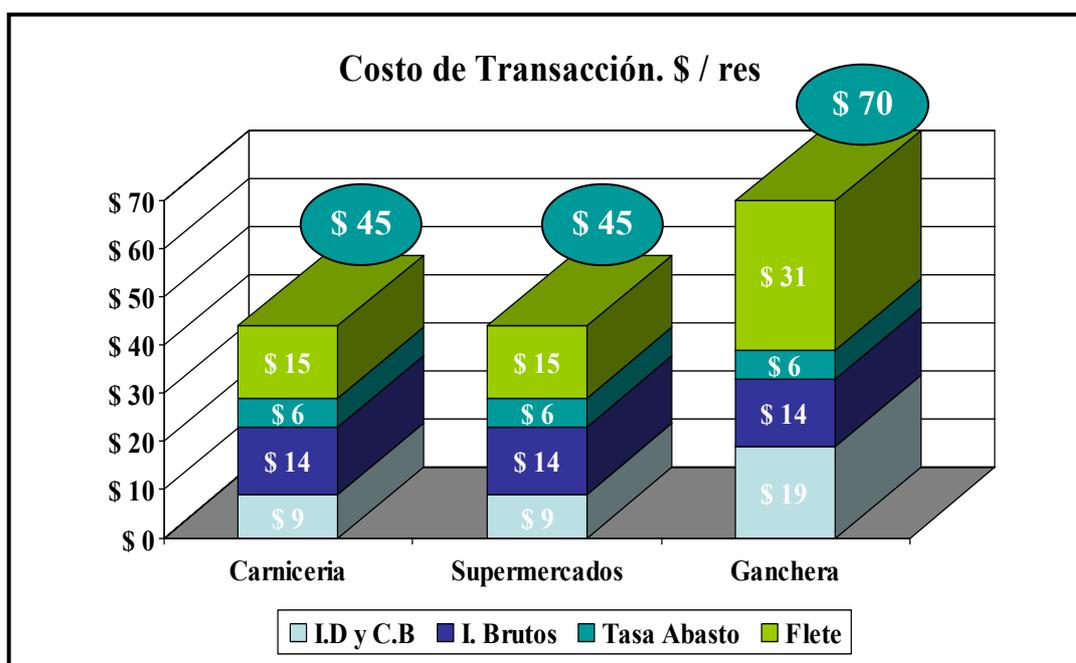
		<b>Carnicería</b>	<b>Supermercados</b>	<b>Ganchera</b>
I. D. y C. B.	1%	\$ 330	\$ 330	\$ 659
I. Brutos	1,50%	\$ 495	\$ 495	\$ 495
Tasa Abasto	\$ 3	\$ 210	\$ 210	\$ 210
Flete	0,06	\$ 536	\$ 536	\$ 1.072
<b>Total Costos Transacción</b>		<b>\$ 1.570</b>	<b>\$ 1.570</b>	<b>\$ 2.436</b>
<b>C. T. por cabeza</b>		<b>\$ 45</b>	<b>\$ 45</b>	<b>\$ 70</b>
<b>C. T. en porcentaje del valor</b>		<b>4,74%</b>	<b>4,74%</b>	<b>7,35%</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Al igual que en la etapa anterior, la comercialización de carne tiene entre el 5 % y 7 % de costos de transacción sobre el valor del novillo en pie. Como puede apreciarse en el Cuadro 11 el componente impositivo, (impuesto al cheque e ingresos brutos y tasa de abasto) abarcan el 79 % de los costos de comercialización de la carne.

**Cuadro 11:**

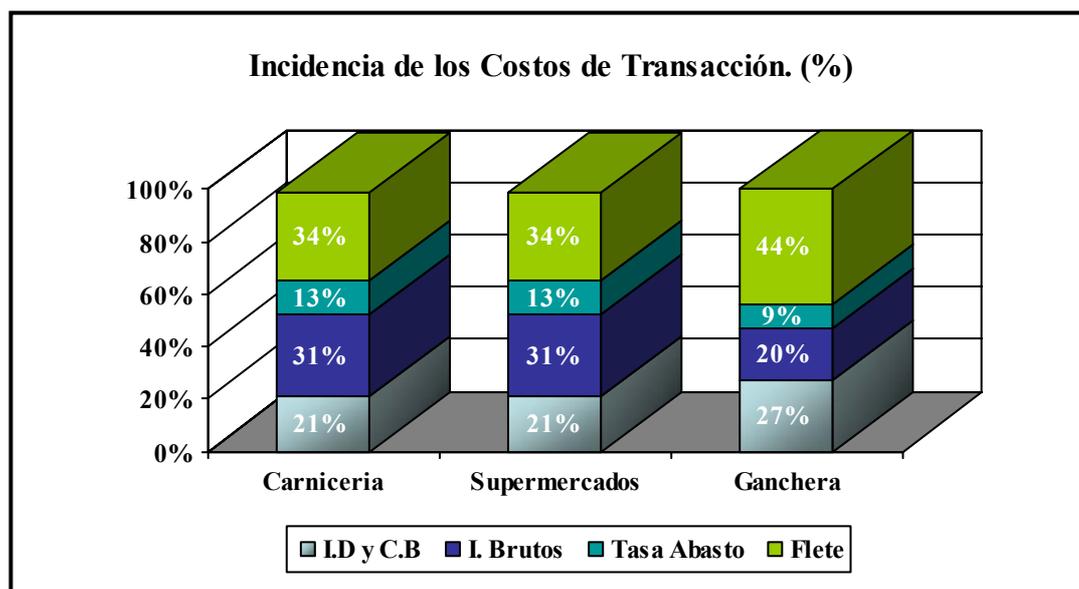
**Costo de Transacción en Carne.**



Fuente: Elaboración Propia.

**Cuadro 12:**

**Participación de los diferentes integrantes dentro de los Costos de Transacción. Venta de Carne**



Fuente: Elaboración Propia.

d. Costos de Transacción Totales:

Como se ha desarrollado existen numerosos costos de transacción relacionados con los diversos canales de comercialización que un animal debe recorrer hasta su llegada al mostrador. En esta sección se analizarán los costos de transacción totales en la cadena de comercialización de carne vacuna en nuestro ejemplo. Para ello, se sumarán los diversos componentes de los costos de transacción en las distintas etapas, venta de terneros para invernada, de novillos para faena y de la carne. Para simplificar su análisis se resumirán en los siguientes ítems:

- Comisiones,
- Impuestos,
- Gastos varios,
- Flete.

Las comisiones cobradas en la comercialización de hacienda en pie son variables y pueden ser negociadas entre los particulares. Por ello se tomará el caso de la compra y venta de animales con y sin intervención de intermediarios obteniendo de esta manera un rango de valores en donde fluctúen los costos ocasionados por este rubro.

Dentro del ítem impuesto se contabilizan el Impuesto a los Débitos y Créditos Bancarios, el Impuesto a los Ingresos Brutos, el Impuesto a los Sellos, el Derecho de Registro, tasas municipales (emisión de guías y tasas de abasto).

En lo referido a gastos varios, se suman los gastos referidos a DTA, IPCVA, gastos del mercado.

En el cuadro 13 puede verse los costos de transacción totales en un canal en donde se desarrolla sin la intervención de intermediarios en la compra – venta del animal en pie. En nuestro ejemplo estos costos pueden calcularse en \$ 135 por animal en su recorrida desde el destete hasta el mostrador lo que representa un 14.03 % del valor del novillo terminado (430 kilos a \$ 2.20 por kilo vivo).

**Cuadro 13:**

**Costo total de transacción sin el pago de comisiones.**

	<b>CRIA</b>	<b>GORDO</b>	<b>CARNE</b>	<b>Total</b>	<b>% Valor</b>
<b>Comisiones</b>	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	<b>\$ 0,00</b>	<b>0,00%</b>
<b>Impuestos</b>	\$ 12,52	\$ 29,54	\$ 29,56	<b>\$ 71,62</b>	<b>7,39%</b>
<b>Varios</b>	\$ 0,91	\$ 6,62	\$ 3,67	<b>\$ 11,20</b>	<b>1,16%</b>
<b>Flete</b>	\$ 16,00	\$ 21,77	\$ 15,30	<b>\$ 53,07</b>	<b>5,48%</b>
<b>Total</b>				<b>\$ 135,89</b>	<b>14,03%</b>

Fuente: Elaboración propia.

La intervención de intermediarios en la comercialización de hacienda en pie aumentó los costos de transacción a \$ 216 por cabeza comercializada lo que representa el 22.39 % del valor del novillo terminado en nuestro ejemplo. Las comisiones cobradas en la venta del ternero y del novillo alcanzaron un valor de \$ 81 por cabeza comercializada en los canales más costosos (8.36 % del valor). (Cuadro 14).

**Cuadro 14.**

**Costo de Transacción con el pago de comisiones**

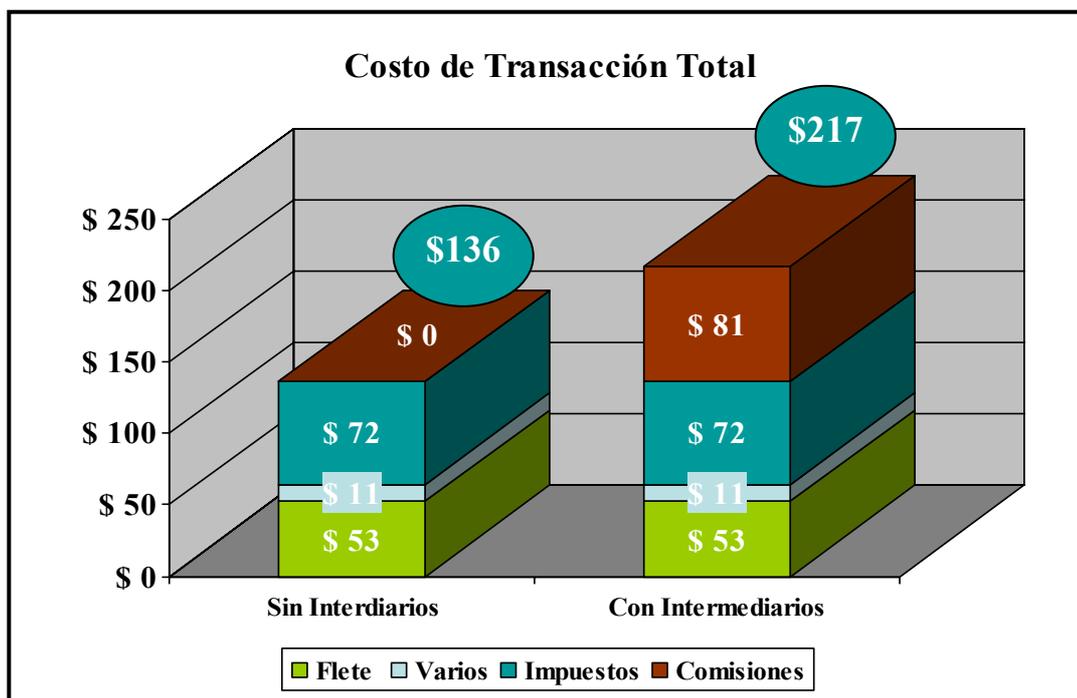
	<b>CRIA</b>	<b>GORDO</b>	<b>CARNE</b>	<b>Total</b>	<b>% Valor</b>
<b>Comisiones</b>	\$ 34,00	\$ 47,00	\$ 0,00	<b>\$ 81,00</b>	<b>8,36%</b>
<b>Impuestos</b>	\$ 12,52	\$ 29,54	\$ 29,56	<b>\$ 71,62</b>	<b>7,39%</b>
<b>Varios</b>	\$ 0,91	\$ 6,62	\$ 3,67	<b>\$ 11,20</b>	<b>1,16%</b>
<b>Flete</b>	\$ 16,00	\$ 21,77	\$ 15,30	<b>\$ 53,07</b>	<b>5,48%</b>
<b>Total</b>				<b>\$ 216,89</b>	<b>22,39%</b>

Fuente: Elaboración Propia.

En el Cuadro 15 puede verse comparativamente los costos de transacción totales que intervienen en nuestro ejemplo, de acuerdo al canal utilizado y a la presencia o no de intermediarios.

**Cuadro 15:**

**Costo de Transacción Totales.**



Fuente: Elaboración Propia.

Como puede apreciarse los costos de transacción totales son elevados en la República Argentina, producto de la elevada presión impositiva que debe tributar un animal en su recorrido hasta llegar al mostrador y a la presencia de intermediarios en el caso que estos enlaces intervengan en la cadena comercial.

Los costos de transacción disminuyen la competitividad de toda la cadena de valor. Estos elevados costos repercuten en los extremos de la misma ya sea con un aumento en los precios al consumidor o un menor precio de la materia prima (novillos).

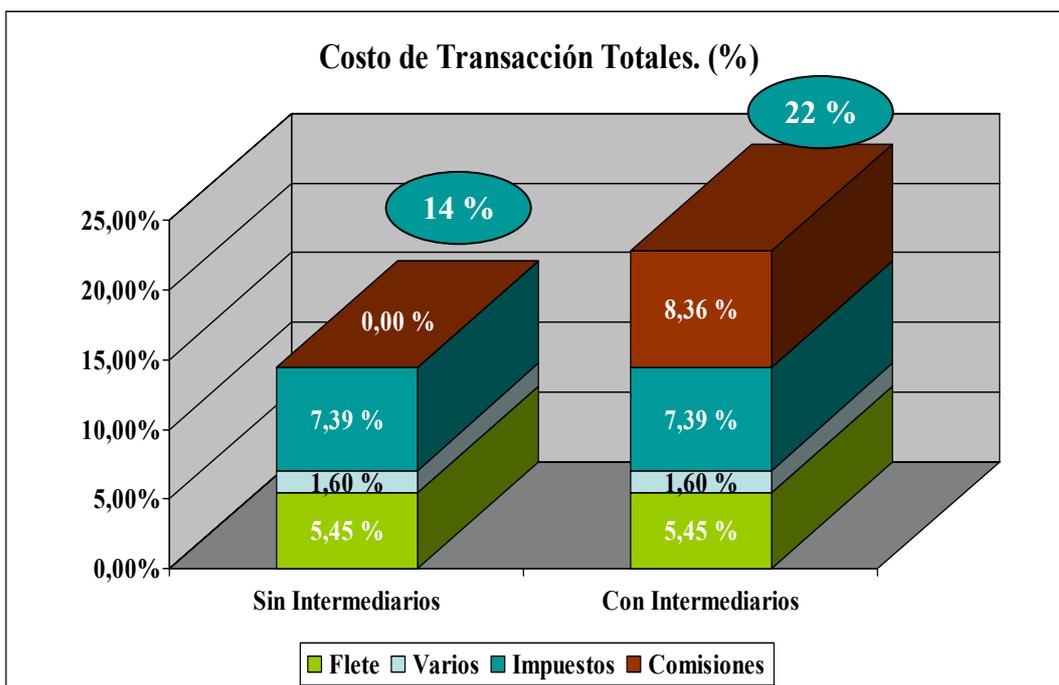
Dentro de los costos de transacción los diferentes impuestos cobrados durante el recorrido del animal por los diferentes canales de comercialización representan el 7.39 % del valor del animal (Cuadro 16) ó \$ 71 en términos absolutos y constituyen el costo de transacción más importante en las operaciones directas (53%) (Cuadro 17).

El costo de intermediación por los canales que pagan mayores comisiones representan el 8.36 % del valor de nuestro novillo terminado (Cuadro 16) y representa el 37 % del costo de transacción total (Cuadro 17).

El flete es el tercer componente en importancia dentro de los costos de comercialización, tanto en forma directa o con intermediarios. Los diversos movimientos y traslados de hacienda, sus diversas alternativas en algunos canales (doble flete), como así también la distancia recorrida repercuten significativamente dentro del costo de transacción. En nuestro ejemplo \$ 53 del costo de transacción total son causados por este ítem (Cuadro 15) lo que representa un 5.45% del valor del novillo terminado (Cuadro 16). El costo del flete adquiere mayor relevancia relativa cuando la mercadería transportada posee menor valor.

**Cuadro 16.**

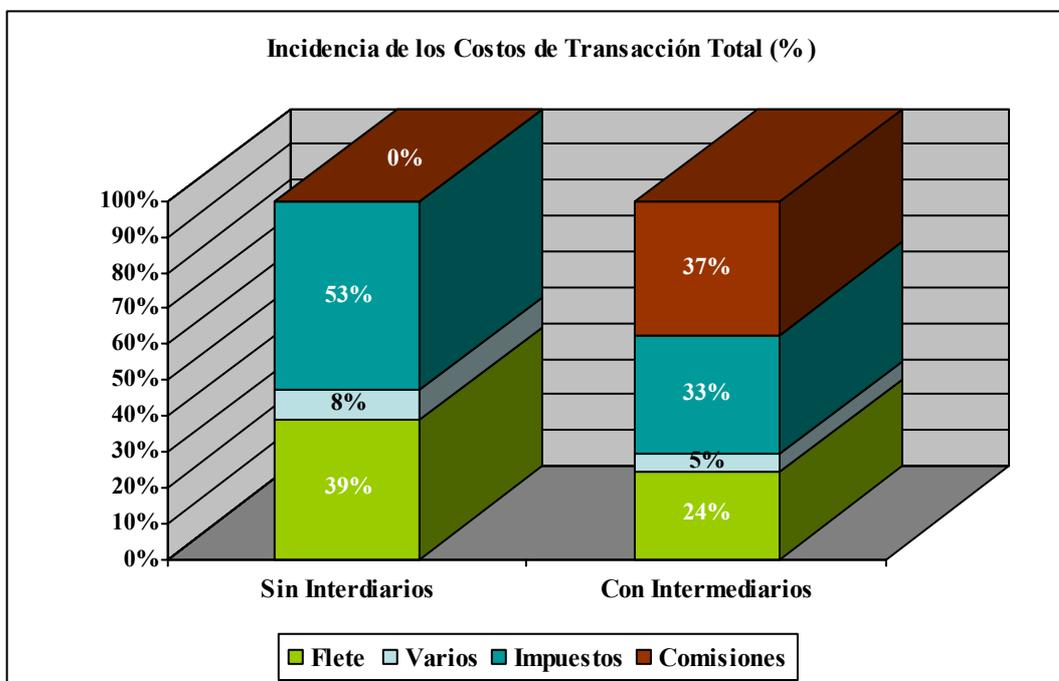
**Costo de Transacción en porcentaje del valor del novillo terminado.**



Fuente: Elaboración Propia.

**Cuadro 17:**

**Participación de los diferentes componentes dentro del Costo de Transacción.**

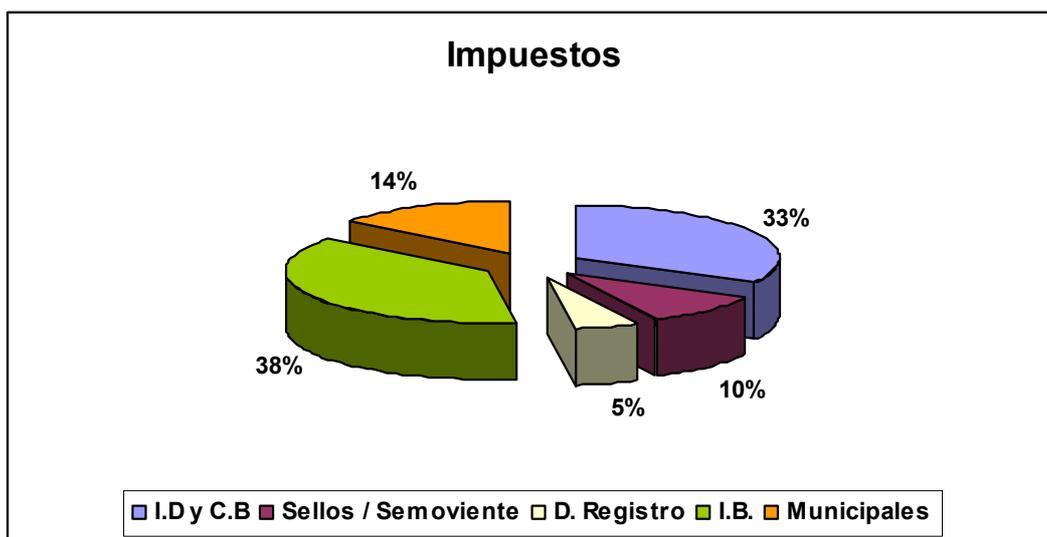


Fuente: Elaboración Propia.

Como se ha mencionado, los impuestos son parte importante del costo de transacción. Éstos son obligatorios y no negociables y deben abonarse en cada operación. Dentro de éstos, el impuesto a los Ingresos a los Ingresos Brutos (38%) y el Impuesto a los Débitos y Créditos Bancarios (33%) son los que más relevancia poseen y constituyen el 71 % del total de la carga impositiva. El tercer lugar lo ocupan las tasas municipales con el 14 % de la carga impositiva. (Cuadro 18).

**Cuadro 18:**

**Participación de los distintos impuestos dentro del C. T.**



Fuente: Elaboración propia.

**Conclusión.**

Cada uno de los diferentes canales de comercialización conlleva su costo de transacción que variará de acuerdo al canal utilizado y a la participación o no de intermediarios.

En nuestro ejemplo, los costos de transacción varían entre \$ 135 y \$ 216 por cabeza comercializada, que representan entre el 14 % y 22 % del valor del novillo terminado. Los valores más altos se encuentran en aquellos canales en donde intervienen la figura de intermediarios y constituyen el 8 % del valor ó a \$ 81 por cabeza. Estas comisiones son pagadas íntegramente por los productores puesto que no se cobran a los compradores de hacienda gorda y son elevadas fundamentalmente en el sector de cría cobrándose tanto al comprador como al vendedor.

La carga impositiva tiene gran importancia dentro de los costos de transacción puesto que alcanzan un 7.4 % del valor del animal. Estos son obligatorios y no negociables. Dentro de estos los Impuestos a los Ingresos Brutos y el Impuesto a los Débitos y Créditos Bancarios constituyen el 71 % de la carga impositiva. Ambos son impuestos altamente distorsivos y atentan contra la eficiencia económica. Las tasas municipales con un 14 % adquieren importancia, teniendo en cuenta que son cobradas por las arcas municipales sin la contraprestación del servicio por el cual se abonan.

Los fletes es el tercer componente en importancia dentro de los costos de transacción, siendo éste variable dependiendo de las distancias y los movimientos recorridos.

En nuestro análisis queda por realizar una serie de estudios acerca de otros componentes impositivos y en diversos canales de comercialización. Queda por analizar la incidencia de las tasas de seguridad e higiene, ingresos brutos en las bocas de expendio y otros más que dado el alcance del presente trabajo no puede llevarse a cabo.

## **6. EVASION IMPOSITIVA**

Si bien este ítem no se encuentra dentro del estudio de costos de transacción, es importante comentarlo como factor que provoca grandes perjuicios a la competitividad de la cadena. Por lo tanto, aquí se mencionarán los aspectos más relevantes de éste tema.

La evasión impositiva en el mercado de la carne, desde la compra de ganado hasta la venta de carne al consumidor, es un fenómeno histórico. Sus modalidades son muy variadas y abarcan desde la compraventa de ganado en negro (con posterior faena no declarada y venta a minoristas también en negro) a la subfacturación de kilos, precios y categorías.

Se calcula que la faena “en negro” o no registrada es alrededor del 10 % de la faena nacional y se puede realizar tanto en frigoríficos con habilitación oficial o en mataderos municipales y que no sea declarada. También puede resultar que la faena sea en blanco pero con “achique”. Esto es con subfacturación producto de un menor precio o menos kilos declarados. Esta faena no paga ningún tipo de impuestos o tasas.

Se ha mencionado el papel que cumple en la cadena de comercialización la figura del “matarife” y su “ausencia” en los registros formales tanto sanitarios como impositivos. Se ha descrito como al utilizar la estructura jurídica e inscripciones del frigorífico, quedan exentos de toda responsabilidad comercial, sanitaria y tributaria.

Este sistema de comercialización es uno de los causales de la alta evasión impositiva (fundamentalmente IVA). El frigorífico es el responsable inscripto ante las autoridades impositivas y el que debe pagar los impuestos correspondientes, muchas veces por operatorias comerciales ajenas.

Las plantas frigoríficas obtienen como crédito fiscal el IVA correspondiente a la compra de los animales y como débito fiscal la venta de la carne las operaciones comerciales del primero, generándole la respectiva carga impositiva. El matarife (que no posee exigencias impositivas), trata de minimizar por todos los medios el pago del IVA de compra (achique) y recibe el cobro total del IVA de sus ventas aumentando de este modo la obligación fiscal del que factura.

Por lo tanto, el responsable ante la AFIP (el frigorífico) es el que debe pagar los impuestos por mercadería que nunca compró y nunca vendió careciendo de los recursos generados por la operatoria comercial ajena.

La evasión impositiva provoca grandes perjuicios para el sector puesto que genera competencia desleal entre aquellos frigoríficos y abastecedores que cumplen con todos los requisitos impositivos. Esta competencia desleal no le permite aplicar costos indirectos y amortizaciones al precio final los cuales son absorbidos por la falta de margen.

Por su parte el estado es un gran perjudicado con el sistema de comercialización vigente producto de la alta evasión impositiva con la consecuente disminución de sus ingresos fiscales.

## **7. COORDINACION e INTEGRACION DE CADENAS.**

Una forma de mejorar la competitividad reduciendo los costos de transacción es coordinando los diferentes enlaces en las etapas de producción – comercialización en forma sincronizada.

Se puede comparar lo realizado por las cadenas de carne porcina y de carne aviar que han desarrollado estrategias de coordinación mediante contratos o integrándose verticalmente. Esto le ha permitido disminuir sus costos de transacción entre los diferentes eslabones de la cadena. Esta coordinación e integración sumada al aumento en su producción y en su productividad (mejoras de factores genéticos y nutricionales) lograron una caída de su precio al público provocando una mayor demanda de los mismos, tanto en nuestro país (aves) como a nivel internacional (cerdo y aves).

En la integración vertical una empresa avanza en diferentes etapas de la cadena: producción / procesamiento / distribución. En la integración vía contratos involucra a empresas de diferentes etapas en la cadena de valor, existiendo numerosas variantes de contratos, pero generalmente referidos a la cantidad, calidad y tiempos de los flujos de entrega de mercadería.

La integración vertical o vía contratos trae numerosas ventajas: disminuyen los costos, disminuye el riesgo y la incertidumbre, asegura la provisión de materia prima y la calidad de la misma, evita restricciones gubernamentales o el pago de impuestos o regulaciones.

La disminución de costos es producto de los menores costos de transacción (intermediación), de búsqueda de proveedores y de precios por parte de los compradores y vendedores. Por otra parte, la provisión de materia prima asegurada para el industrial le representa un menor costo operativo de la fábrica al disponer de mayor cantidad de cabezas para operar, diluyendo sus costos operativos con la mayor faena.

Los contratos y la integración vertical permiten instrumentar un sistema de “premios y castigos” basados en la calidad del producto entregado. Esto permite el flujo de información desde el industrial (que conoce las necesidades del consumidor), hasta el productor. Estos contratos especificarán los productos requeridos por los industriales de acuerdo a los atributos deseados por el consumidor y a las necesidades de abastecimiento del industrial.

La provisión de materia prima en forma continua en el tiempo y de similar calidad, incentiva el desarrollo de marcas y nuevos productos con valor agregado desarrollando “lealtad” por parte del consumidor.

Tradicionalmente las ventas a través del mercado pagados precio por kilo vivo han sido inadecuados instrumentos de transmisión de información referida a la calidad del producto vendida, desde el consumidor al productor. Producto de la falta de coordinación de la cadena el productor se desliga de las necesidades del consumidor, desconociendo los requisitos de éste último. La comercialización por peso vivo inhibe los flujos de información desde el consumidor al productor. Estos bajos flujos de información resultan de una menor calidad del producto final y contribuyen a la declinación de la demanda de carne vacuna.

## 8. CONCLUSION.

Un sector alcanza el éxito competitivo en el largo plazo con respecto a sus competidores, si cuenta con ventajas competitivas sostenibles. Estas se consiguen aumentando su productividad y con una adecuada estructura de costos a lo largo de toda la cadena.

Como hemos visto el precio es crítico en el comercio tanto nacional como internacional de carnes. Por lo tanto toda actividad que incremente sus costos provocará un aumento del precio al consumidor o un menor ingreso al productor desincentivando la producción. Los costos de transacción son parte integrante de la cadena y como tal provocan una pérdida de la competitividad.

De acuerdo con lo desarrollado en el presente trabajo, la cadena de carne vacuna en la Argentina, posee elevados costos de transacción, producto fundamentalmente de las altas comisiones cobradas por los intermediarios y la importante carga impositiva.

La falta de garantías legales referidas a la cobranza de los animales, genera un aumento en los costos de transacción. Las casas consignatarias actúan como “garante” de las operaciones, provocando un aumento en sus comisiones cobradas por el mayor riesgo asumido. Estas comisiones son cobradas íntegramente a los productores, siendo especialmente altas en las transacciones de cría e invernada.

Es necesario contar con instrumentos legales que garanticen el cobro de los animales, mediante pagos al contado, fondos depositados en cuenta custodia (bonos) de cada uno de los participantes que intervienen en la compra de hacienda. La seguridad de cobro disminuirá los costos de intermediación puesto que disminuirá el riesgo comercial.

La elevada presión impositiva aumenta los costos de transacción, siendo el Impuesto a los Ingresos Brutos y el Impuesto a los Débitos y Créditos Bancarios los de mayor importancia. Ambos son impuestos altamente distorsivos y atentan contra la eficiencia económica. El primero de ellos provoca un “efecto cascada” que implica la acumulación de la carga tributaria, al gravar distintas etapas del proceso productivo sin permitir la recuperación del mismo como crédito fiscal. El segundo de ellos se ha convertido en un obstáculo para que las transacciones se realicen en el sistema financiero y promoviendo la informalidad. El cobro de tasas por parte de las municipalidades que certifiquen la calidad sanitaria de la mercadería, provoca una múltiple imposición que genera un aumento de los precios al consumidor.

La evasión provoca grandes perjuicios a toda la cadena producto de la desleal competencia entre aquellos que pagan todos los requisitos impositivos con aquellos que no lo hacen. Es necesaria la instrumentación de un sistema que permita el control, como por ejemplo el “guardaganado electrónico” que reduzca la evasión impositiva y transparente el mercado.

Por otra parte, la figura del “matarife abastecedor” que utiliza la estructura jurídica ajena, se encuentra exento de toda responsabilidad comercial, sanitaria y tributaria y no poseen los avales correspondientes, trae grandes perjuicios al sector. La responsabilidad por sus actividades quedan cargadas al frigorífico en donde operan, cayendo el pago de la carga impositiva a estos últimos sin haber realizado las operaciones correspondientes. Esto trae aparejado la evasión impositiva, fundamentalmente del IVA y el Impuesto a los Ingresos Brutos. Los incumplimientos de pagos de éstos también recaen sobre las plantas frigoríficas

provocando un debilitamiento del sector que repercute a lo largo de toda la cadena de valor. Los “usos y costumbres” que ya pueden llamarse “abusos y costumbres” deben reemplazarse por normas claras y transparentes en donde todos tengan iguales responsabilidades impositivas.

El desafío para el sector cárnico argentino es eficientizar toda la cadena, logrando un aumento en la productividad a lo largo de la misma y una mejora sustancial en sus costos. Esto permitirá un menor precio al consumidor y mayores beneficios a productores e industriales aumentando la competitividad provocando un aumento en consumo interno y una mayor presencia en el comercio internacional.

Fundamentalmente fue objetivo de este trabajo mostrar los principales componentes de los costos de transacción. Quedará para futuras investigaciones el estudio en forma más minuciosa y en profundidad de todos los componentes de los costos de transacción y su impacto en la competitividad del sistema cárnico argentino.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- I. Bisang, Roberto, “*La Trama de la Carne Bovina Argentina*”, on line, [http://www.mecon.gov.ar/crecimiento/5\\_estudios/6\\_estudios\\_sector\\_agroalimentario/tramas\\_productivasconsolidadas\\_carneslacteosoleaginosasmaiz/tramas\\_carnebovina.pdf](http://www.mecon.gov.ar/crecimiento/5_estudios/6_estudios_sector_agroalimentario/tramas_productivasconsolidadas_carneslacteosoleaginosasmaiz/tramas_carnebovina.pdf) . Disponible agosto de 2004.
- II. Bisang, Roberto, “*Eficiencia y Redes Productivas: la Industria de las Carnes en Argentina*” , on line, <http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/TrabajoAAEA.pdf> (disponible septiembre de 2004).
- III. GIPSA, “*Packers & Stockyard Act*”, on line, [http://www.usda.gov/gipsa/lawsandregs/law/p&s\\_act.pdf](http://www.usda.gov/gipsa/lawsandregs/law/p&s_act.pdf) . Disponible septiembre de 2002.
- IV. Hayenga, Marvin, “*Meat Packer Vertical Integration and Contract Linkages in the Beef and Pork Industries: an Economic Perspective*”, on line, <http://www.aaec.vt.edu/rilp/AMIReport.pdf> (disponible septiembre de 2004).
- V. IERAL, “*Carga fiscal provincial y municipal*”, on line, <http://www.cargafiscal.com.ar> (disponible septiembre de 2004).
- VI. Iriarte, Ignacio, “*Comercialización de ganados y carnes*”, Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado, Buenos Aires 2003.
- VII. Porter, Michael E. “*La Ventaja Competitiva de las Naciones*”. Editorial Vergara. Buenos Aires. Agosto 1999.
- VIII. Santangelo, Federico. “*Argentine Beef: Panorama y Perspectivas Futuras. Necesidad de un Cambio*”. Trabajo de Tesis, Maestría en Agonegocios. UCEMA. On line, <http://www.cema.edu.ar/postgrado/download/tesinas2001/Santangelo-MAG.pdf> . Disponible Octubre 2001.
- IX. Santangelo, Federico. “*Proteccionismo Comercial: Implicancias sobre el Comercio Mundial de Carne Vacuna*”. IPCVA, febrero de 2004.
- X. Silva, Alejandro. “*Diferenciación de Producto ¿Una Estrategia Competitiva para el Sector de Ganados y Carnes Argentino?*” on line, <http://www.silvaculler.com.ar/library/Thesis-2-5.doc> . Disponible febrero de 2003.
- XI. Ward, Clement. “*Vertical Integration Comparison: Beef, Pork and Poultry*”. On line, <http://osuextra.okstate.edu/pdfs/F-552web.pdf> , (disponible agosto de 2000).