

En tiempos de pandemia y aislamiento social...



Foto: B. Lanfranco y L. del Pino

LAS PANTALLAS SON ELEMENTO CLAVE PARA MANTENER LA GANADERÍA EN MARCHA

Ing. Agr. (PhD) Bruno Lanfranco, Cr. Bruno Ferraro

Unidad de Economía Aplicada

Posicionados como una herramienta madura y consolidada, los remates por pantalla adquieren una especial relevancia para sostener los motores de la economía en la “nueva normalidad”. Paralelamente, generan un volumen de información que mejora la transparencia y la competencia, con la consecuente reducción de costos de transacción.

INTRODUCCIÓN

Cuando el 23 de abril de 2001 apareció un nuevo foco de fiebre aftosa en Palmitas, Soriano –seis meses antes se había aislado y controlado rápidamente uno en Colonia Rivera, Artigas– todo hacía suponer que la ganadería entraría nuevamente en un largo período de depresión y estancamiento.

La debacle de uno de los principales motores de la economía nacional amenazó con más desesperanza y frustración, en momentos que se abatía una grave crisis financiera. Autoexcluido inmediatamente de los mercados internacionales de la carne, el movimiento interno de ganado quedó restringido al mínimo. Con más de 2.000 focos en todo el territorio, las pérdidas se estimaron en aproximadamente 700 millones de dólares de la época.

No es objetivo de este artículo hacer un paralelismo entre el brote epidémico de aftosa de 2001 con el de la pandemia del Covid-19 que actualmente afecta al Uruguay y al mundo, con enorme costo en vidas humanas. Son situaciones incomparables. La aftosa es una enfermedad contagiosa causada por un virus (familia *Picornaviridae*) que afecta a animales de las especies de “pezuña partida”, tanto domésticas (bovinos, ovinos, caprinos, porcinos) como salvajes (jabalíes, venados, ciervos, entre otros). No se trata de una zoonosis, es decir, no hay evidencias claras de su posible contagio en humanos.

El interés de este artículo es poner de manifiesto el papel que puede jugar una tecnología como las ventas virtuales de ganado y, más específicamente, los remates por pantalla en un escenario de “distanciamiento social” como el impuesto por la actual pandemia. Es sabido que las medidas de aislamiento buscan “aplanar la curva” de contagios. A las ya terribles consecuencias en la salud humana, se suman las de una abrupta caída en la actividad social y económica. Sin pretender compararlas con las primeras, es cierto que estas últimas también pueden tener consecuencias muy graves, tanto por su intensidad como por su duración.

En 2001, las ventas por pantalla permitieron la operativa de los mercados de haciendas en forma segura, al minimizar los movimientos de ganado. De no haberse contado con esa tecnología, hubiera sido mucho más difícil y costoso normalizar las operaciones sin arriesgar la aparición de nuevos focos epidémicos.

En 2020, los remates ganaderos por pantalla aparecen nuevamente como una gran oportunidad, al permitir la interacción de compradores y vendedores pero sorteando el aislamiento físico y permitiendo el funcionamiento de los mercados. Parece oportuno repasar las características que las convierten en una formidable herramienta para la comercialización de ganado en tiempos de pandemia.

LA COMERCIALIZACIÓN DE HACIENDAS EN URUGUAY

La comercialización de haciendas en Uruguay no difiere sustancialmente de la de otras partes del mundo. Tomando como base la de ganado vacuno –la de ovinos es similar– existen tres tipos de transacción, según destino:

- a) Faena: ganado “gordo”, desde el productor al frigorífico o matadero;
- b) Intermedia: ganado de reposición de vientres, cría o engorde, de productor a productor;
- c) Exportación en pie: por lo general machos enteros o castrados, según el mercado o incluso vientres, desde el productor hacia el exterior.

Los tres tipos se realizan en proporciones diferentes a través de distintos canales, en forma directa (involucran solamente a vendedor y comprador) o indirecta (interviene uno o más intermediarios o distribuidores).

En la Figura 1 se utilizan promedios históricos, en porcentaje, para ilustrar los flujos de transacciones que ocurren normalmente en los mercados de haciendas en Uruguay. En forma aproximada, algo menos de la mitad (46%) tienen como destino la faena (color rojo). De éstas, la mitad corresponde a ventas directas del productor al frigorífico o matadero (23%); la mitad restante se realiza a través de intermediarios, fundamentalmente consignatarios (22%) y un mínimo (1%) a través de mercados organizados (remate feria y otros).

En el otro extremo, las transacciones intermedias entre productores (color azul) representan la mitad o poco más (52%) del total de transacciones, donde prevalece la venta directa entre productores (30%). El resto se reparte mayoritariamente en distintos mercados organizados (20%), entre los que se incluyen los remates por pantalla. La participación de consignatarios es sensiblemente menor (2%).

Las exportaciones de ganado en pie (color verde) ameritan un abordaje aparte que está fuera de los objetivos de este artículo. Históricamente de mucha menor proporción (2% en este ejemplo), estas transacciones, llamadas a cumplir un papel relevante, han mostrado un crecimiento importante en los últimos años (alrededor de 8%).

LAS VENTAJAS DE UNA SINERGIA: REMATE + VIDEO

No hay novedad en decir que las tecnologías de la información y comunicación revolucionaron prácticamente todos los aspectos de la vida moderna. En las últimas décadas del siglo pasado pero sobre todo con la ma-

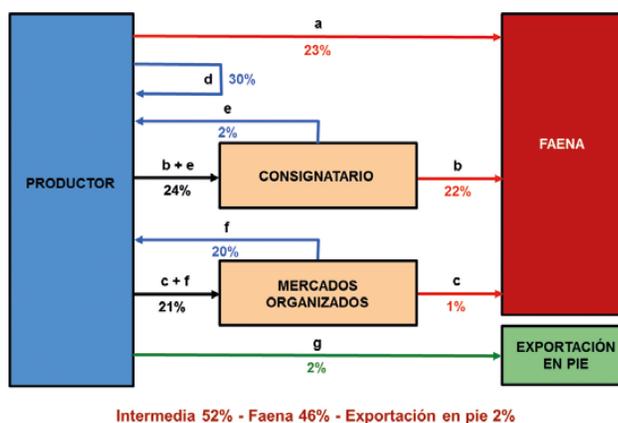


Figura 1 - Comercialización de haciendas en Uruguay. Nota: Las proporciones son a título meramente ilustrativo. Fuente: Lanfranco (2016).

sificación de Internet en los 90, comenzaron a desarrollarse los mercados electrónicos. Estos mercados constituyen plataformas en línea que permiten conectar oferta y demanda. Permiten concentrar volúmenes (prescindencia del espacio físico), reducir los tiempos (de traslados de persona y mercaderías) y acortar las distancias (casi todo ocurre en el ciberespacio).

Los mercados o remates por pantalla marcaron un paso adelante, al pasar de la exhibición de imágenes estáticas de los productos a la transmisión de imágenes en diferentes plataformas (TV cable, satélite, circuito cerrado o Internet), incluyendo los formatos mixtos. Su éxito obedece, precisamente, a las ventajas en la conjunción de las mejores propiedades de dos instrumentos bien reconocidos: remate + video.

Organización y concentración de las transacciones, mayores volúmenes comercializados, mayor detalle y objetividad de la información, posibilidad de un acceso masivo de concurrentes, son todos aspectos que favorecen la transparencia del mercado, mayor competencia, menores costos globales de transacción, mayor eficiencia en la formación de los precios y en todo el proceso de comercialización.

La existencia de mercados “organizados” se justifica en la provisión de un sistema efectivo de contratos y garantías de cumplimiento de las partes. Los remates de haciendas tienen una larga trayectoria en ese sentido. La “ausencia física” del producto inhibe la apreciación directa de sus atributos. Este potencial problema, presente en casi cualquier mercado, se conoce como asimetría de información y surge de la dificultad de medir en forma objetiva y confiable las características de interés de un producto. Esto es absolutamente vital en el caso de los mercados por pantalla. Allí es donde la confianza y la reputación de los operadores adquieren su máxima expresión.

El registro de las imágenes y el uso de catálogos de información son esenciales. Lo que muestran las imágenes y lo que registran los catálogos debe ser cierto. La figura del inspector adquiere una enorme relevancia en

La confianza y la reputación de un mercado son absolutamente vitales y adquieren su máxima expresión en los remates de pantalla. Lo que muestran las imágenes y lo que registran los catálogos debe ser cierto.

1^{er}
RE M A T E
TERNEROS AL KILO
Y POR PANTALLA GIGANTE

Sábado 17 de Abril de 1999

Control de Pesaje : Plan Agropecuario - Identificación : DICOSE

LOCAL DON ALBERTO
CERRO COLORADO - FLORIDA
Administra **COFAC** filial Sarandí del Yí

MGAP
SS.GG.
DICOSE
Uruguay 1014 - MONTEVIDEO

COFAC
MAS QUE UN BANCO

Instituto Plan Agropecuario

REMATAN :

GODAY S.R.L.
NEGOCIOS RURALES
Colabora : Oscar Fernández Echeverría

GANADERA COMERCIAL S.R.L.

Figura 2 - 1^{er} remate de terneros al kilo y por pantalla gigante en Uruguay.

ese sentido pero es el control social quien, finalmente, juega un rol esencial. El éxito y reputación de estas plataformas ha estado de la mano del éxito y reputación de los operadores y firmas rematadores que constituyen estos consorcios.

LAS PANTALLAS GANADERAS EN URUGUAY

Los remates de ganado mediante imágenes de video se originaron en los Estados Unidos en la década de 1970 con las ventas por circuito cerrado de la NLVA (Northern Livestock Video Auctions). En 1987, la SLA (Superior Livestock Auction) comenzó la venta por video vía satélite. Las ventas por Internet comenzaron recién en 1999, con la empresa DVAAuction. Por su parte, Australia fue la pionera en transacciones electrónicas de ganado, cuando la plataforma CALM (Computer Aided Livestock Marketing) –hoy conocida como AuctionPlus– comenzó a operar en 1986.

En Uruguay, el Instituto Plan Agropecuario (IPA) venía promoviendo los remates al kilo desde 1995 y la idea de transmisión de imágenes empezó a gestarse a fines de 1998. El 17 de abril de 1999, el IPA organizó de manera conjunta con COFAC y el escritorio Sanguinetti-Goday, con apoyo del MGAP-DICOSE, el primer remate por pantalla en el local Don Alberto, Cerro Colorado (Figura 2).

Las ventas por pantalla representan 20% del ganado de las transacciones intermedias (ganado de reposición). Anualmente se comercializan a razón de 360 mil reses al año, por un valor aproximado a los 160 millones de dólares.

El 22 y 23 de abril, se llevó a cabo la 1ª Ganadera Hereford, con el Escritorio Dutra, en la Sociedad Fomento de Puntas de Valdez, al lado de la Central de Pruebas de Kiyú. Entre 1999 y 2001 se llevaron a cabo cinco “Ganaderas Hereford” y cinco ruedas de la plataforma “Portalagro” en asociación con la Bolsa Electrónica de Montevideo. Adicionalmente, se estrenaron varias experiencias de “pantalla” con vacunos y ovinos (Artigas, Minas, Young, Holando, Corriedale).

Las pantallas aparecieron como gran alternativa cuando la aftosa paralizó el sector ganadero e impuso restricciones al movimiento de ganado.

El siglo XXI, recién iniciado, marcó el despegue definitivo. En julio de 2001 se realizó la 1ª Plaza Rural y dos meses más tarde, en setiembre, la 1ª Pantalla Uruguay. En marzo de 2005, se llevó a cabo el 1º Lote 21. Estos remates siempre incluyeron una instancia presencial desde donde el rematador accionaba la subasta frente a las imágenes de video. A partir del desencadenamiento de la actual pandemia se realizan en forma totalmente virtual.

A diciembre de 2019, los tres consorcios sumaban 574 remates por pantalla, involucrando casi 7 millones de reses, a razón de 360 mil cabezas al año, casi 12 mil

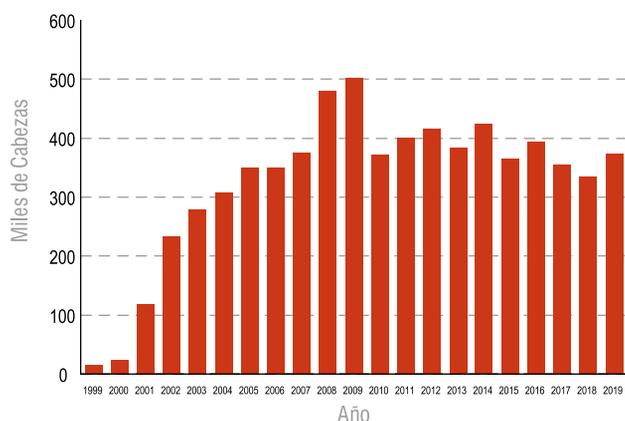


Figura 3 - Cabezas vacunas transadas en remates por pantalla en Uruguay (2001-2019).

por remate (figura 3). En casi 20 años de operación, el negocio ha involucrado en el entorno de 2.840 millones de dólares. Si bien en los últimos años se ha notado una tendencia levemente decreciente, los efectos sobre el mercado ganadero de reposición van mucho más allá del 20% que, en promedio, representan sobre el total de las transacciones intermedias de ganado en Uruguay.

LAS PANTALLAS COMO FUENTE DE INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA EN EL MERCADO DE HACIENDAS

El cúmulo y variedad de información generada en los remates por pantalla es de enorme riqueza y variedad; beneficia a todo el sector ganadero y confluye en el objetivo de equilibrar la información entre agentes y dar transparencia y garantía a las transacciones. Permite comprender mejor el funcionamiento, no solo de los remates como instrumento de comercialización sino de las transacciones de ganado, en general, y del mercado de haciendas.

No es posible presentar aquí una discusión detallada al respecto, para lo cual pueden consultarse los trabajos de INIA en la materia. A cuenta de un abordaje más profundo en futuros artículos, la evidencia obtenida hasta el momento sugiere firmemente que los factores que contribuyen a la formación de precios del ganado en el corto plazo, pueden agruparse en cuatro:

- Características de los animales: peso, raza, sexo, edad, conformación, estado, presencia de astas, calidad, etc.
- Condiciones específicas del mercado: tipo, localización y tamaño del mercado, época o estación del año en que se produce la transacción, etc.
- Estrategias de comercialización: financiación, orden de entrada a pista (remates), plazo de entrega, operador, etc.
- Factores agroecológicos: de carácter permanente (características de los suelos y pasturas de las cuales proceden) o temporal (estación del año, condiciones agro meteorológicas imperantes) tanto en sus efectos promedio como en las desviaciones (incluyendo la ocurrencia de eventos extremos. En un trabajo reciente desarrollado por la Unidad de Economía Aplicada de INIA en colaboración con colegas de instituciones extran-

Los mercados ganaderos por pantalla constituyen una gran oportunidad, al sortear el aislamiento físico de compradores y vendedores, sin comprometer su interacción, de manera de permitir el funcionamiento de los mercados.



Figura 4 - Las características del lote ofertado se visualizan en la pantalla.

teras, se encontró evidencia de que algunos factores formadores de precios del ganado no tienen un efecto uniforme en todo el espacio territorial. Mientras que variables como el precio del novillo tienen un efecto global sobre los precios de las restantes categorías a lo largo y ancho del territorio nacional, otras tienen un efecto que varía con la localización geográfica.

REFLEXIONES FINALES

Los remates constituyen la representación más realista de un mercado competitivo, donde oferta y demanda se encuentran y definen cantidades y precios de intercambio. En su modalidad de “pantalla”, al sustituir la apre-

La información generada es de una enorme riqueza y variedad, beneficia a todo el sector ganadero y confluye al principal objetivo: equilibrar la información entre agentes y dar transparencia y garantía a los mercados de haciendas.

ciación directa del producto por la imagen de video, desconcentra el mercado físico y permite incrementar el volumen ofertado. Su transmisión por distintos medios facilita una afluencia casi irrestricta de la demanda. Cualquiera que acceda a televisión por cable, computadora o teléfono inteligente puede participar del mercado.

Su influencia excede ampliamente su ámbito particular de acción. Contribuyen a la formación de precios y a transmisión de señales de mercado y ayudan a establecer precios de referencia, en este caso, para el mercado de reposición. El volumen de información que generan mejora la transparencia y la competencia, con la consecuente reducción de costos de transacción. En tiempos de coronavirus y con la situación de aislamiento social que implica, la disponibilidad de una herramienta madura y consolidada, con estas características, adquiere una relevancia enorme a la hora de sostener los motores de la economía ante la “nueva normalidad”.



Figura 5 - Los remates por pantalla permiten sortear el aislamiento.