



ARTÍCULOS

## Comercialización del Trigo en Argentina

Arnoldo Lamisovsky

Revista de Economía y Estadística, Tercera Época, Vol. 13, No. 1-2 (1969): 1º y 2º Trimestre, pp. 55-66.

<http://revistas.unc.edu.ar/index.php/REyE/article/view/3654>



La Revista de Economía y Estadística, se edita desde el año 1939. Es una publicación semestral del Instituto de Economía y Finanzas (IEF), Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba, Av. Valparaíso s/n, Ciudad Universitaria. X5000HRV, Córdoba, Argentina.

Teléfono: 00 - 54 - 351 - 4437300 interno 253.

Contacto: [rev\\_eco\\_estad@eco.unc.edu.ar](mailto:rev_eco_estad@eco.unc.edu.ar)

Dirección web <http://revistas.unc.edu.ar/index.php/REyE/index>

### Cómo citar este documento:

Lamisovsky, A. (1969). Comercialización del Trigo en Argentina. *Revista de Economía y Estadística*, Tercera Época, Vol. 13, No. 1-2: 1º y 2º Trimestre, pp. 55-66.

Disponible en: <http://revistas.unc.edu.ar/index.php/REyE/article/view/3654>

El Portal de Revistas de la Universidad Nacional de Córdoba es un espacio destinado a la difusión de las investigaciones realizadas por los miembros de la Universidad y a los contenidos académicos y culturales desarrollados en las revistas electrónicas de la Universidad Nacional de Córdoba. Considerando que la Ciencia es un recurso público, es que la Universidad ofrece a toda la comunidad, el acceso libre de su producción científica, académica y cultural.

<http://revistas.unc.edu.ar/index.php/index>

## COMERCIALIZACION DEL TRIGO EN ARGENTINA

ARNOLDO LAMISOVSKY \*

### BREVE RESEÑA HISTORICA

El acto de comercializar los cereales en la Argentina obedece a una forma tradicional que primitivamente aparece cuando el agricultor comienza a vender el trigo al pulpero y recibe de éste, a cambio, productos de consumo. Este personaje intermediario ayudaba a los agricultores financieramente con el compromiso de aquellos de reservarle la cosecha a un precio dado, aunque con este tipo de operaciones se cometían serios perjuicios al productor.

Luego aparece el acopiador de campaña, el cual trabaja de una forma parecida a aquél. Dice Ovidio Giménez<sup>1</sup> "que en su modo de operar, el acopiador de campaña estableció los precios de las cosechas argentinas sin temor a la competencia, ya que tenía su cliente asegurado al haberle proporcionado a crédito la proveeduría de todo el año y además, adelantado muchas veces dinero efectivo, lo que comprometía como es natural, la obligación del productor a entregarle el producto de sus cosechas".

Podemos apreciar en estas palabras que los comerciantes acopiadores dominaban a los agricultores y a su vez, ellos se encontraban bajo el dominio de los corredores de cereales, los que a su vez esta-

---

\* El presente trabajo reconoce como fundamento la tesis doctoral presentada por el autor en la Facultad de Ciencias Económicas en 1968.

<sup>1</sup> GIMÉNEZ, Ovidio: *Del trigo y su molienda* (Buenos Aires. Tesis Doctoral, 1961).

ban sometidos o dependían de los exportadores. En muchos casos se pensó que estos intermediarios encarecían el producto y algunas empresas poderosas comenzaron a enviar su gente al campo y suplir la labor del acopiador.

También intervenían en el comercio de granos las cooperativas de primer grado formadas por los mismos agricultores, los cuales a su vez eran libres de vender el cereal a empresas, intermediarios o cooperativas de segundo grado.

Asimismo, el Estado quiere intervenir en el comercio para ordenarlo y desde 1933 hasta la fecha crea por sucesivas leyes, organismos encargados del comercio, almacenamiento y secado de granos y de la construcción de terminales y silos, hasta el Decreto-Ley del 24 de octubre de 1956 en que crea la actual Junta Nacional de Granos. Además del comercio de granos, ésta tiene la atribución de proponer al Poder Ejecutivo los distintos precios mínimos y de sostén y reglamenta su compra-venta, asegurando al productor el precio para el producto a negociar.

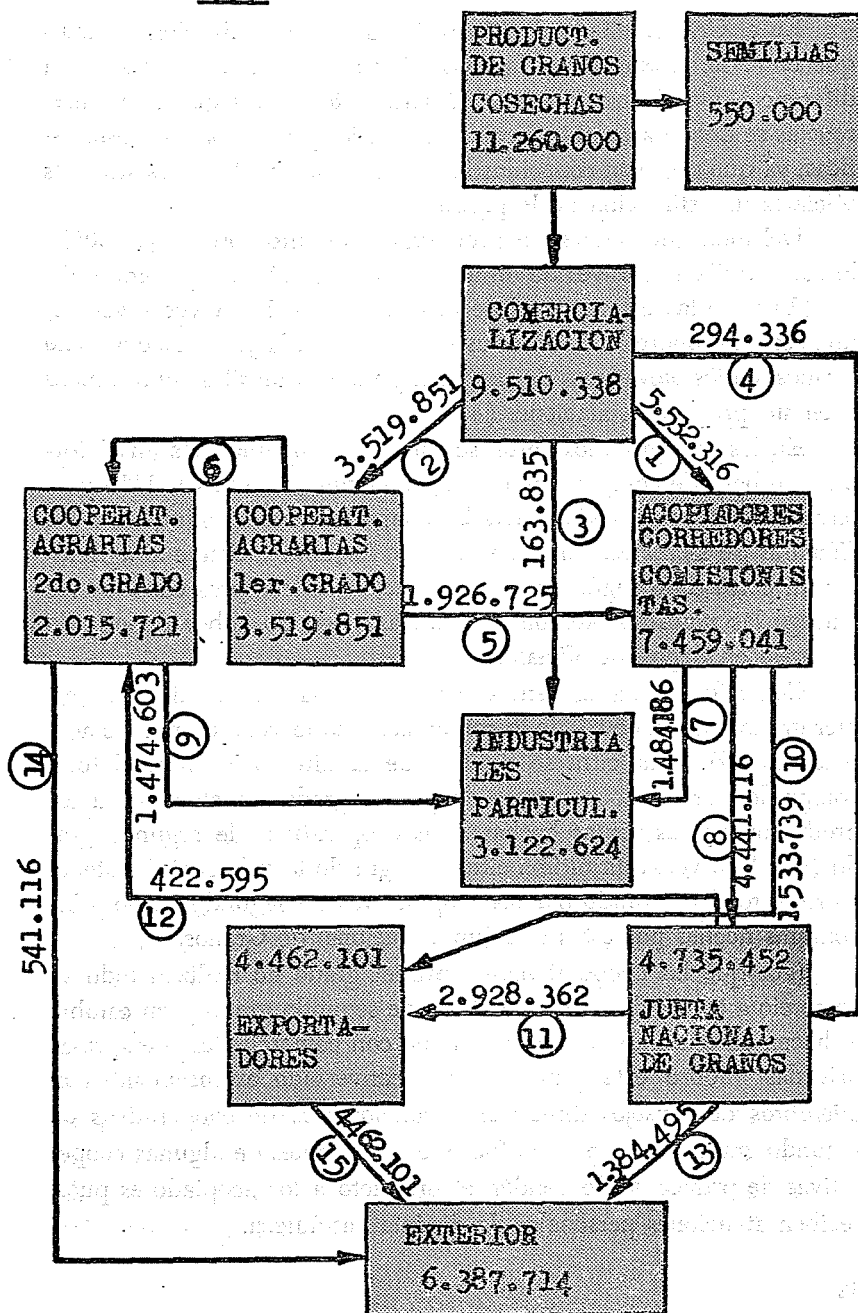
#### ITINERARIOS DE COMERCIALIZACION

De lo dicho apreciamos aquí que son tantas, tan variadas y complejas las formas de comercializar el trigo, que a nuestro juicio lo único que se logra es complicar el comercio y encarecer el producto. Para comprobar estas palabras y a modo de ejemplo veamos los principales itinerarios de la mercadería en su comercialización para el año 1965 (Gráfico A), y expliquemos su funcionamiento.

En el año 1965 se obtuvo una producción comercializable de 11.260.000 Tns. de trigo, de las cuales se destinaron a semilla aproximadamente 550.000 Tns., cifra bastante uniforme a través de los años y suficiente para cubrir la demanda de semilla fiscalizada<sup>2</sup>. Del total producido se comercializaron 9.510.338 Tns.

<sup>2</sup> *Revista Bolsa de Cereales*, 1966, pág. 174.

Gráfico A. Itinerarios de Comercialización del Trigo, 1965.



En el Gráfico citado de itinerarios de comercialización notamos que entre la producción y la comercialización del trigo, existe una diferencia que alcanza a 1.199.662 Tns. Entendemos que estas diferencias se deben a cambios en las existencias y discrepancias estadísticas, ya que son bien conocidas las críticas formuladas a los sistemas oficiales de estimación de la producción.

Del total que venden los productores, un alto porcentaje (90%) lo comercializan a través de los acopiadores, corredores y comisionistas (1) y de las cooperativas de primer grado (2). A veces venden una escasa proporción a los industriales (3) o a la Junta Nacional de Granos, en los elevadores de campaña y plantas de silos subterráneos o en sus propias instalaciones (4).

En los tres primeros casos se formalizan operaciones en el formulario base de compra-venta de operaciones primarias C-1116 y se envían dos o tres muestras lacradas conjuntamente a la Junta o a las Cámaras de Cereales. En el cuarto caso la Junta extiende al agricultor un certificado según su reglamentación de compras cuando éste entrega las muestras lacradas a aquélla, luego de haber depositado el cereal en depósitos oficiales.

Con referencia a las ventas por parte de las cooperativas de primer grado, más del 50% de lo comercializado lo vendieron a los acopiadores (5). Esta cifra se obtiene de la diferencia entre el total comprado por las cooperativas de primer grado directamente a los productores y las ventas hechas a las cooperativas de segundo grado (6). A su vez, esta última cifra se logra de la diferencia existente entre el total comprado por las cooperativas de segundo grado y las compras hechas por éstas a la Junta Nacional de Granos.

¿Por qué las cooperativas de primer grado no realizan todo su comercio a través de las cooperativas de segundo grado y en cambio lo hacen en una importante proporción con comerciantes o empresas privadas? Sobre este punto hemos conversado extensamente con miembros de consejos directivos y funcionarios de cooperativas de segundo grado y la impresión fue que los gerentes de algunas cooperativas de primer grado venden el producto a los acopiadores pues, reciben atenciones personales de distinta naturaleza.

Veamos ahora cómo comercializan sus compras los acopiadores. Estos vendieron en este año aproximadamente un 15% a los industriales, otro tanto a los exportadores y el resto a la Junta Nacional de Granos. Al hacer las ventas en el primer caso se firma un boleto cámara, se lacran las muestras para control de calidad y se otorga un certificado de cámara. En el segundo caso el cereal se coloca en depósitos portuarios y se otorga certificado negociable con pérdida de identidad de la mercadería. Las ventas a la Junta las hacen en sus propios depósitos o en depósitos oficiales, bajo el régimen de compras de esta Institución.

Las cifras resultan de las diferencias entre las ventas realizadas por estos sectores y las compras que los mismos hicieron a las cooperativas de segundo grado y directamente a los productores.

Una parte de las compras efectuadas por la Asociación de Cooperativas Argentinas y la Federación Argentina de Cooperativas Agrarias (cooperativas de segundo grado) fue exportada directamente en los últimos años a raíz de que se abrieron para las entidades cooperativas interesantes mercados (Italia, por ejemplo) (14). El resto, que constituye una parte muy importante de sus ventas, lo hicieron a industriales particulares (9) y a algunos molinos cooperativos.

En el primer caso se extiende el C.A.C. que se otorga para la exportación de cereales y en el segundo las ventas se hacen al firmar el boleto cámara y se entrega un certificado cámara.

En cuanto a las ventas del producto por la Junta notamos que una gran parte de sus existencias se destinó a los exportadores privados (11), otra proporción importante a la exportación directa (13) y el resto a las cooperativas de segundo grado (12). En los dos primeros casos se extiende el C.A.C. y en el restante las ventas se hacen bajo el régimen cámara.

Por último, junto a las exportaciones que realizan las cooperativas de segundo grado y la Junta Nacional de Granos, hemos obtenido las cifras que venden al exterior las firmas exportadoras privadas (15). Las diferencias con el Cuadro 3 provienen de que el diario "Buenos Aires Herald" en su sección marítima computa los embar-

ques según despacho de plaza, aunque el barco no haya salido del último puerto, y la Junta toma como base las cargas despachadas y salidas de puerto.

En el Gráfico analizado podemos notar que hay una intermediación excesiva, lo que se manifiesta en el hecho de que para comercializar 9.510.338 Tns. de trigo se hicieron operaciones por 31.702.504 Tns., lo que representa tres veces y media aproximadamente la capacidad vendida por el sector productores. Esto se observa claramente en el Cuadro 1 que sigue.

C U A D R O 1

OPERACIONES DE COMERCIALIZACIONES DE TRIGO (Tns.)

*Operaciones Primarias*

1	Productores venden	a Acopiadores	5.532.316	
2	"	" a Coop. de Primer Grado	3.519.851	
3	"	" a Industriales	163.835	
4	"	" a Junta Nac. de Granos	294.336	9.510.338

*Operaciones Secundarias*

5	Cooperativas 1º venden	a Acopiadores	1.926.725	
6	"	" a Coop. de 2º Grado	1.593.126	
7	Acopiadores	" a Industriales	1.484.186	
8	"	" a Junta Nac. de Granos	4.441.116	
10	"	" a Exportadores	1.533.739	10.978.892

*Operaciones Terciarias*

12	J.N.G.	venden a Cooperativas 2º Grado	422.595	
11	"	" a Exportadores	2.928.362	
13	"	" a Exterior	1.384.495	
9	Cooperat. 2º	" a Industriales	1.474.603	
14	"	" a Exterior	541.118	
15	Exportadores	" a Exterior	4.462.101	11.213.274

Total 31.702.504

La intermediación es beneficiosa en cuanto ponga al alcance del consumidor los bienes producidos y nada más, pero en este caso se

vuelve dañosa y perjudicial para los intereses del productor que ve disminuido el precio que percibe con mermas, descuentos, bonificaciones, comisiones, etc. que quedan en poder de tales intermediarios. Asimismo, si observamos el índice porcentual por sector final (Cuadro 2), apreciamos que la mayor concentración en la comercialización se produce en el sector de empresas exportadoras, con un 47% aproximadamente sobre el total comercializado. Es allí donde se dan a nuestro juicio, como analizaremos a continuación, las causas y orígenes de la concentración del comercio del trigo en manos de pocas empresas muy poderosas.

CUADRO 2

VENTAS POR SECTOR FINAL (Tns., %)

Productores a Industriales	163.835	1,75
Acopiadores a Industriales	1.484.186	15,65
Cooperativas 2º a Industriales	1.474.603	15,50
Junta Nac. de Granos a Exportadores	1.384.495	14,55
Cooperativas 2º a Exportadores	541.118	5,69
Exportadores a Exterior	4.462.101	46,86
Total	9.519.338	100,00

CONCENTRACION EN EL COMERCIO DEL TRIGO

A los efectos de obtener un panorama más claro, hemos decidido presentar este título dividido en dos amplios sectores donde se realiza el comercio de trigo: comercio exterior y comercio interior.

A) *Comercio exterior de trigo*: La mayoría de los países productores de este cereal consume prácticamente la totalidad de lo que producen, siendo los principales exportadores Estados Unidos, Canadá, Australia y Argentina.

En nuestro país ya es tradicional la exportación de cereales y, dentro de ellos, del trigo. Tanto es así que ya desde 1890 se registran exportaciones de este grano, dado que por ese entonces —dice O. Giménez (*loc. cit.*)— vinieron a establecerse firmas poderosas que actuaban en el mercado internacional de antiguo y cuyas centrales



están ubicadas en los países de Europa que a su vez compraban nuestros granos.

Y eso también lo hacía notar en 1937 Federico G. Wencelblat<sup>3</sup> al decir: "en lo que respecta a la distribución de nuestros saldos exportables de granos, se debe hacer notar un hecho sumamente característico de este ramo: la concentración del comercio exterior. La concentración operada en nuestro comercio de granos se manifiesta de la siguiente forma: 180.000 productores, alrededor de 3.000 comerciantes acopiadores y corredores que adquieren y comercian la producción y 50 exportadores que se dedican al comercio internacional. Pero de estas últimas sólo 4 grandes firmas llegan a absorber más del 80% del trigo, maíz y lino y más del 90% de los demás cereales. Estas instituciones de compleja y eficiente organización —prosigue Wencelblat— cuentan con grandes capitales dedicados a estas operaciones y sus representantes se encuentran diseminados en todas partes del mundo, de suerte tal que podría afirmarse que no existe mercado de granos sin ellas".

Empeñados en demostrar que pocas firmas fuertes concentran el comercio del trigo, hemos preparado en el Cuadro 3 los datos necesarios que reflejan la situación.

### C U A D R O 3

#### EXPORTACIONES DEL TRIGO POR FIRMA (Tns.)

Continental I. & E.	1.513.992
Bunge y Born Lda.	1.243.133
Junta Nacional de Granos	1.417.459
Louis Dreyfus y Cía.	614.206
La Plata Cereal Co.	506.199
Nidera Argentina S.A.	206.660
Cargill S.A.	206.996
S.A. Genaro García	225.769
Asoc. Coop. Arg.	324.591
F.A.C.A.	216.527
Corp. Arg. Prod. Exp.	2.415

<sup>3</sup> WENCSELBLAT, Federico G.: *Exportación de Granos en la Argentina y Otros Países Exportadores*, Buenos Aires: Comisión Nacional de Granos y Elevadores, 1937.

COMERCIALIZACION DEL TRIGO EN ARGENTINA

Productos Sud S.A.	8.245
Oleaginosa Moreno Hnos.	40.327
Arges S.A.	3.994
Luis Hirsch y Cía.	9.500
Orestes S.A.	1.818
Henri Ullman S.A.	151
Prod. Latino-Americanos	431
Marubeni y Cía.	200

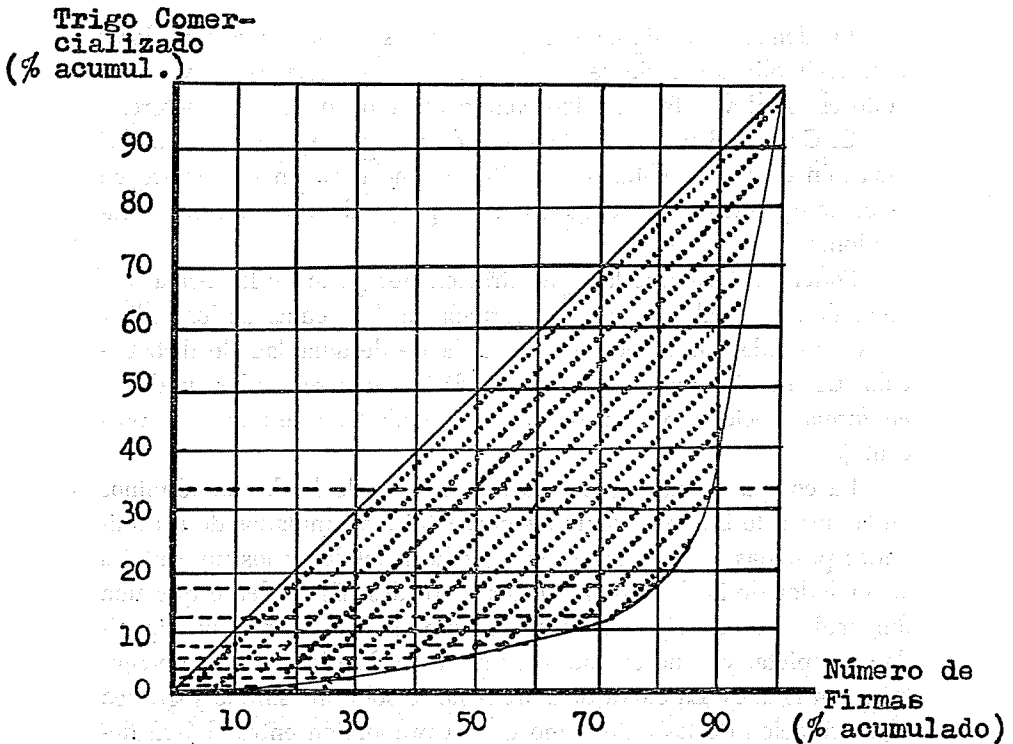
---

Total 6.543.613

---

Fuente: Buenos Aires Herald. El Cerealista.

**Gráfico B. Curva de concentración del Consumo de Trigo, 1965**



B) *Comercio interior de trigo*: En este punto nos interesa determinar las firmas y cantidades de trigo que adquirió cada una en el comercio interior de este cereal para clasificar los compradores y posteriormente establecer el grado de concentración que se opera en la comercialización.

Lógico sería tomar cada uno de los comerciantes, acopiadores, etc. que intervinieron en el comercio interior. Pero como es sumamente difícil obtener una información estadística de esa naturaleza, usamos la hipótesis de considerar los molinos productores de harina con los respectivos montos comprados. Los datos fueron tomados de las Memorias de la Federación Argentina de la Industria Molinera.

#### DETERMINACION DEL GRADO DE CONCENTRACION EN LA COMERCIALIZACION DEL TRIGO

La demanda conjunta por parte de las empresas exportadoras y de los molinos constituye la demanda total de este cereal y por lo tanto es igual al total de trigo comercializado por los productores.

El Gráfico B muestra esta situación y permite llegar a la determinación de una medida del grado de concentración que existe en la comercialización del trigo en la etapa productor-empresas compradoras.

Podemos decir que la concentración por parte de las firmas comerciales, al igual que la concentración de las rentas de los individuos, es fundamentalmente una medida de desigualdad de distribución. La práctica más sencilla de medición es arreglar las unidades en forma creciente y expresar la desigualdad en términos de porcentaje.

La comparación, empero, es más a menudo hecha en términos de la curva de Lorenz, donde los porcentajes acumulados de las unidades poseídas se grafican en los ejes horizontales y los porcentajes acumulados de la dimensión, en los verticales. Es evidente que una diagonal desde el origen hasta el extremo opuesto expresa una igualdad completa, ya que en todos los puntos sobre la línea los porcentajes son iguales. La curva de Lorenz no es sólo una simple y gráfica representación de los datos, sino que la proporción entre el área de-

bajo de la curva y el área debajo de la diagonal, sirve como un coeficiente de medida de la desigualdad.

Para la aplicación a nuestro caso del análisis de Lorenz, hemos hecho las siguientes hipótesis: 1) consideramos como compradores directos a los productores de harina de trigo y por los respectivos montos comprados, en ausencia de estadísticas detalladas de comerciantes, acopiadores, etc.; (2) dividimos los demandantes en un número de intervalos o períodos igual a 10 y a razón de aproximadamente 10 firmas dentro de cada período.

Un método común de estimación del índice de concentración es obtenido por medio de la fórmula de Andic y Peacock<sup>4</sup>.

$$R = (P_{k-1} \cdot Q_k - Q_{k-1} \cdot P_k) \cdot \frac{1}{10.000}$$

donde P y Q representan el porciento de firmas y el porciento de toneladas de trigo acumuladas y comercializadas respectivamente, y k el número de intervalos.

Aplicando esta fórmula tenemos un índice de concentración de 0.7923. El resultado obtenido nos indica en términos globales una concentración elevada, que, de alguna manera, produce distorsiones en el mercado y en última instancia perjudica al productor agropecuario.

<sup>4</sup> ANDIC, Suphan y PEACOCK, Alan T.: "The International Distribution of Income, 1949 and 1957". *Journal of the Royal Statistical Society. Series A (General)*, 124, Parte 2, 1961.

## APENDICE

## COMERCIALIZACION DE TRIGO EN LA ETAPA PRIMARIA (Tns.)

Acopiadores	5.532.316
Cooperativas	3.519.851
Industriales	136.835
J.N.G.	294.336
<b>Total</b>	<b>9.510.338</b>

## VENTAS DE LA J.N.G. A EMPRESAS EXPORTADORAS (Tns.)

Arges S.A.	3.994
Asoc. Coop. Argentinas	249.621
Bunge & Born Ltda.	866.749
Corp. Arg. de Prod. Exp.	315
Cargill S.A.	175.337
Cía. Cont. de Imp. y Exp.	997.488
Louis Dreyfus & Cía. Ltda.	325.466
Fed. Arg. de Coop. Agrarias	172.973
Pablo Hadra & Cía.	6.000
S.A. Genaro García Ltda.	126.118
Marubeni Ltda.	200
Nidera Argentina S.A.	148.019
La Plata Cereal Co. S.A.	255.742
Luis Hirsch & Cía. S.A.	22.929
Exp: directa a China	1.384.495
<b>Total</b>	<b>4.735.452</b>

Fuente: Junta Nacional de Granos. División Ordenamiento Técnico Comercial.