

Universidad Nacional de Mar del Plata
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

TESIS DE GRADO

EL SECTOR LÁCTEO ARGENTINO
*UN ANÁLISIS DE MÁRGENES Y
DETERMINACIÓN DEL PRECIO*

AUTOR: Rubén Daniel Cisneros

DIRECTORA: Lic. Elsa Rodríguez

COMITÉ EVALUADOR: Lic. Lidia López
Lic. Patricia Gualdoni

Mar del Plata
Octubre de 2002

AGRADECIMIENTOS:

- A mi profesora y directora de tesis, Lic. Elsa Rodríguez por haberme dedicado su valioso tiempo, asesorándome y aportando sus conocimientos; que sin ellos no hubiera sido posible.
- A Cristian Merlino Santesteban y Elba Durán del Centro de Documentación de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, por facilitarme la búsqueda de material.
- A mi familia y amigos por su apoyo incondicional.

RESUMEN

El sector lácteo argentino tiene una marcada diferencia entre los subsectores que lo integran, debido a la estructura de mercado en la que se desenvuelven. Es por ello, que el objetivo de este trabajo es analizar los cambios ocurridos durante la década del noventa en este sector partiendo de la hipótesis general de que existe un poder de negociación diferente entre sus participantes.

Se concluye finalmente que existe una mayor concentración en el subsector industrializador y por lo tanto un mayor poder de negociación. El gran crecimiento en los últimos años de los supermercados ha llevado a que estos dos subsectores pugnen por su participación en el precio dado su poder de mercado, dejando a los productores en una posición más desfavorable.

PALABRAS CLAVES

Sector lácteo – Márgenes – Poder de negociación – Estructura de Mercado

ABSTRACT

The argentinian milk sector has a notorious difference between the sub-sectors which make up it, because of the market structure in which they manage. That's why the aim of this job is to analyze the changes happened during the 90's in this sector. From the general working thesis that a different negotiation power exists between its participants, the final conclusion is that the bigger concentration in the industrialist sub-sector exists and therefore a bigger negotiation power.

The great growth of supermarkets in the latest years has taken these 2 sub-sectors to struggle for their participation in price because of their great market power, leaving the producers in an unfavourable position.

KEYWORDS

Milk sector – Price margins – Negotiation power – Market structure

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	1
Sección I	4
Marco teórico	4
El problema del oligopolio	4
Oligopsonio con gran número de vendedores	5
Análisis de márgenes de determinación del precio	6
Sección II	9
Características del sector lácteo argentino	9
Comportamiento en el sector industrializador de lácteos y su inserción en el mercado internacional	11
Características del mercado interno	18
Determinación del precio en el sector lácteo	20
Antecedentes internacionales	20
Antecedentes en el sector lácteo argentino	22
Formación del precio	24
Sección III	28
Variables e información utilizada	28
Resultados	29
Análisis de los márgenes a partir del comportamiento de los precios relativos .	29
Determinación del precio de la leche industria	34
Conclusiones	40
Consideraciones finales	44
Bibliografía	45
Anexo A	48
Anexo B	52
Anexo C	61
Anexo D	64

INTRODUCCIÓN

El sector lácteo, comprendido desde la producción de materia prima, pasando por el procesamiento y elaboración de productos y finalizando en la comercialización de éstos con los consumidores; ha sido objeto de grandes controversias a la hora de determinar los precios.

La situación de cada uno de los participantes ligados a la producción primaria, industrial y a la comercialización interna es muy distinta y el futuro amenaza con una mayor desproporción entre ellos. Se observa una evidente mejora del margen del sector distribuidor y del sector industrial a costa del sector primario (productores de leche), debido a que el precio que éstos últimos obtienen por su producto no revela una mejora significativa en el transcurso de los últimos años, sino por el contrario una disminución del mismo.

Sin duda que la incorporación de tecnología en la producción, sumado a un aumento en la eficiencia productiva y empresarial, logró que la materia prima mejore notablemente su calidad y cantidad, manteniendo o reduciendo el precio percibido por el productor. No obstante, el grado de endeudamiento de las explotaciones constituye un factor negativo para la supervivencia, independientemente de la escala productiva, resultado del avance tecnológico alcanzado por las explotaciones.

En lo que hace al mercado interno, los subsectores industrial y comercial, pujan a través de su mayor poder de negociación por aumentar su participación en el precio. Esto se refleja en que la industria no puede obviar a un cliente tan importante como son los súper e hipermercados y éstos no pueden darse el lujo de que los productos más importantes estén ausentes de sus góndolas. El crecimiento de los supermercados ha obligado a la industria a adecuarse a las exigencias y cambios en la demanda del consumidor.

El mercado internacional por otro lado ha jugado un rol importante en este sector durante la década del '90, especialmente a partir de la integración con Brasil en el contexto del MERCOSUR. Sin embargo, desde mediados del año 1998 el crecimiento del sector lechero Argentino comienza a mostrar signos de agotamiento, que dada la fuerte inercia productiva que caracteriza a la lechería, se manifestaron con toda fuerza a inicios del año

2000, en el que la producción se contrajo un 7 % con respecto al año precedente¹. Los factores que normalmente se mencionan para explicar este estancamiento relativo del sector son (Galletto, 2000):

- el significativo incremento de la producción de materia prima en el período 1998-1999, con el consiguiente aumento de la oferta de productos terminados, principalmente leche en polvo, quesos y leche fluida Ultra Alta Temperatura,
- una severa caída de los precios internacionales entre 1998-1999, que en el caso particular de Argentina se vio agravada por la devaluación de Brasil, y
- la profundización de la situación recesiva del mercado interno a partir de 1998.

Esta sumatoria de factores impactó primero en los precios minoristas, para trasladarse luego a las fábricas que finalmente incidió en el productor de materia prima; dado que uno de los precios de la leche es el precio que ésta tenga en el mercado internacional.

Lo cierto es que la lechería Argentina ha tenido un proceso de ascenso y caída que pone en duda la competitividad del sector, en el sentido de su capacidad para ampliar su participación en el mercado internacional, y lo convierte en uno de los sectores más interesantes de estudio. La fuerte dependencia con el mercado internacional llevan a que la industria láctea necesite obtener excedentes de productos lácteos para abastecer este mercado.

El objetivo del presente trabajo es analizar los cambios mencionados, visualizar el comportamiento de los márgenes brutos en los distintos puntos de la cadena de comercialización y el grado de asociación existente entre precios y producción. De este modo se desea generar información que permita elaborar un sistema de precios más equitativo y acorde para los diferentes subsectores intervinientes, partiendo de la hipótesis general de que existe un poder de negociación diferente entre los participantes del sector lácteo Argentino, debido principalmente a la estructura de mercado en que cada uno de los participantes se desenvuelve.

¹ Ver Sección III. 3-2. Resultados.

Las hipótesis que se especifican con el objeto de responder a nuestro problema son; en primer lugar: El precio de la leche industria² es fuertemente dependiente de la evolución de los precios internacionales y de la remisión de leche en planta.

En segundo lugar: Los precios al productor han disminuido su variabilidad debido a la reducción en la estacionalidad de la producción, gracias al mejor manejo de forrajes para la alimentación del rodeo.

Y por último: El gran crecimiento, en la última década, de los supermercados e hipermercados desmejoró la situación del sector primario; provocando que su gran poder de negociación ejercido a través de la industria, se refleje en una baja de los precios a nivel del productor lechero.

El presente trabajo se estructura de la siguiente manera: La sección I presenta el marco teórico y metodológico. La sección II presenta los cambios producidos en el sector lácteo Argentino en la última década. La sección III, presenta la información utilizada y los resultados alcanzados. A continuación se exponen las conclusiones y comentarios finales.

Finalmente, se incluyen cuatro anexos; un anexo A, donde se muestra la base de datos utilizada, un anexo B, que corresponde a los gráficos y cuadros referidos en el cuerpo del trabajo, el anexo C, que detalla los resultados alcanzados en la aplicación del modelo y el anexo D donde se expone el marco regulatorio que rige entre los subsectores.

² Ver definición en Sección III. 3-2. Resultados.

SECCIÓN I

1-1. MARCO TEÓRICO

Los mercados de bienes pueden ser de competencia perfecta, de competencia monopolística, oligopolios o monopólicos. Frente a cada uno de estos tipos de organización del mercado de productos, el mercado de insumos puede ser un oligopsonio o un monopsonio.

En el monopolio solo hay un productor en el mercado; no existe la competencia, en el sentido popular ni en el técnico. La competencia perfecta y la competencia monopolística de grandes grupos representan el otro extremo: hay tantas empresas en el mercado que se espera que las acciones de cada una de ellas resulte imperceptible para las demás; hay competencia en el sentido técnico, pero escasa o ninguna en el sentido popular. Tiende a ocurrir lo contrario en el oligopolio: no hay competencia en el sentido técnico, pero en ocasiones hay competencia o rivalidad intensas en el sentido popular.

Se dice que existe oligopolio cuando hay más de un vendedor en el mercado, pero no en la cantidad que la contribución de cada uno de ellos se vuelva imperceptible.

EL PROBLEMA DEL OLIGOPOLIO³

Todo parece indicar que existe fundamentalmente una diferencia cuantitativa entre los varios tipos de organización del mercado. En el monopolio solo hay un vendedor, en el duopolio hay dos vendedores, y así sucesivamente. Ciertamente, hay una diferencia cuantitativa, y conviene clasificar los mercados de acuerdo con la misma. Pero también hay una diferencia cualitativa muy importante. En pocas palabras, cuando los productores son pocos cada uno de ellos debe estar muy al tanto de las acciones de sus rivales y de sus reacciones ante los cambios de política de la empresa en cuestión.

En un mercado duopólico, es casi seguro que cada uno de los vendedores advertirá que sus acciones afectan a su rival, y éste, a su vez, reaccionará casi seguramente ante cualquier medida que le afecte adversamente.

³ Ferguson, C. ; Gould, J. 1975.

Dado que los dos se reparten el mercado, la mayoría de las acciones que beneficien a una empresa serán perjudiciales para la otra; por lo tanto, a cada acción de uno de los rivales seguirá una respuesta del otro. De aquí pueden resultar muchos tipos de acción.

Los rivales pueden pasarse toda la vida tratando de adivinar las acciones del otro; pueden ponerse tácitamente de acuerdo para competir solo por medio de la publicidad, sin cambios en los precios; o bien, advirtiendo su potencial monopolístico, pueden formar una coalición y cooperar entre sí en lugar de competir.

OLIGOPSONIO CON UN GRAN NUMERO DE VENDEDORES⁴

Si existe más de un comprador pero en un número tal que cada uno comprende que los cambios en los precios de compras que ofrecen afectarán los precios de compra que ofrecen las otras firmas, la situación es de oligopsonio. En este caso, los compradores tomarán la iniciativa de fijar los precios.

Si la interdependencia es pequeña y los efectos de las cantidades compradas por cada una de las firmas sobre los precios es pequeña, las distintas firmas llevarán el precio hacia niveles de la competencia pura. Por otro lado, si la mutua interdependencia es completa, las firmas podrán fijar el mismo precio de compra, como lo haría un monopsonista. Si la situación real está entre estos dos extremos, resulta difícil efectuar generalizaciones acerca de los niveles de precios, como lo es en el oligopolio parcial.

Cuanto mayor es el grado de interdependencia mutua, mayor será la amplitud de la desviación entre el precio de oferta del bien y el gasto marginal de cada una de las firmas y, en consecuencia, el precio fijado se acercará más al del monopsonio.

En términos menos precisos, los compradores buscan pagar la suma mínima por la cantidad que deseen; pero esta cantidad, a su vez, depende del precio que se deba pagar. Si los compradores son empresas comerciales, el cuadro se complica por el hecho de que el precio que la firma debe pagar por las compras afecta el costo de producción de sus productos y la cantidad que podrá ser vendida. Las firmas tratarán de fijar un precio de compra que les permita maximizar el beneficio, teniendo en consideración la oferta que pueden obtener a ese precio, sus costos y sus precios finales de venta.

⁴ Due, J. 1980.

Pese al poder que los oligopsonistas puedan tener sobre los precios de mercado, no pueden ignorar los costos de producción de los bienes comprados. En un año particular los precios muy bajos pueden no afectar la oferta total. Pero a través de un período más prolongado, a fin de no poner en riesgo la oferta, los precios deben cubrir los costos medios de los productores, en el nivel de equilibrio del nivel de producción. Si la industria que produce el bien tiene costos crecientes, el menor volumen de compras mantendrá a los precios por debajo del equilibrio de la competencia pura. Sin embargo, si la industria está operando a costos constantes, no existirán efectos permanentes sobre los precios.

ANÁLISIS DE MÁRGENES Y DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Con la finalidad de ver el grado de concentración y con esto el poder de negociación de las diferentes partes de la cadena del sector lácteo en la Argentina, se propone realizar el análisis de márgenes brutos.

En el corto plazo, se supone que la demanda del consumidor está dada y los cambios en la organización industrial son motivados por los deseos de las firmas industriales a establecer y explotar un poder monopólico.

En el largo plazo, la teoría económica nos dice que la causalidad va de la demanda a la oferta. Sabemos que el incremento en el ingreso incrementa la demanda de los consumidores y determinan las acciones de las firmas industriales.

La diferenciación de la calidad del producto y la concentración de los demandantes de materia prima pueden crear el potencial para que las empresas industriales ejerzan un poder monopólico.

Un estudio previo realizado en Estados Unidos (Azzam, Pagoulatos, 1989) para testear el comportamiento del oligopolio y oligopsonio, realizada para la industria de carne empaquetada, mide el grado de oligopolio dentro de la industria partiendo de la especificación de una función de producción. La metodología consiste en formular y estimar un modelo de ecuaciones simultaneas, estableciendo condiciones de primer orden asociadas con el factor trabajo, y dos elasticidades conjeturales para medir el equilibrio del oligopolio y oligopsonio de la industria, este trabajo concluye que la industria de carne envasada en Estados Unidos se caracteriza por no tener competencia perfecta en ninguno de los dos mercados, el de materia prima y el de productos elaborados. El poder de

mercado es algo mayor desde la industria hacia los minoristas que desde la industria hacia los proveedores de materia prima.

El problema que existe en nuestro país para la utilización de esta metodología es la dificultad de acceder a la información necesaria requerida por las ecuaciones.

Como alternativa (Summer, 1981) se propone una simple prueba de si los márgenes son el resultado del crecimiento de la demanda o del poder monopólico realizada para la industria del tabaco.

Este autor observa que la medición del poder de mercado en cada etapa del proceso productivo es difícil dada la enorme dificultad para obtener datos de costos confiables y es por ello que sugiere ésta medida indirecta.

Si tenemos en cuenta que el precio en una etapa de la cadena relativo a otra mide el valor medio agregado en esta etapa más un sobreprecio, resultado del ejercicio de poder de mercado, la concentración del poder de mercado podría aumentar a través del tiempo.

La hipótesis demostrada por este autor sobre el poder de mercado plantea que; a medida que aumenta la concentración del mercado a nivel mayorista y minorista implica que los precios al productor caen en relación a los precios de estos subsectores de la cadena de comercialización.

Si tanto las firmas mayoristas como minoristas poseen poder de mercado, los precios mayoristas deberían disminuir en relación a los minoristas sólo si los minoristas tienen mayor poder de mercado que los mayoristas. Es por eso que con este enfoque se analizará el comportamiento relativo de los precios a fin de visualizar la existencia o no de poder de negociación en los distintos niveles de comercialización del sector lácteo.

Además, se evaluará el grado de asociación del precio del productor con variables relevantes que inciden en su determinación, como son la demanda de leche industria y el precio de las exportaciones de lácteos.

Según una hipótesis probada y aceptada (Sáder, Vidal, 2001) para el mercado lácteo de Uruguay: El precio de la leche industria (precio al productor) está fuertemente influenciado por la remisión de leche en planta y el precio internacional de los productos exportados.

La demanda de materia prima (leche industria) es la procedente de las firmas industriales y está dada por la capacidad de inserción de estas firmas en los mercados, ya sea interno o externo. Sabemos que la oferta de materia prima en el corto plazo es bastante

inelástica dadas sus características productivas y por lo tanto el productor no puede reaccionar rápidamente ante cambios en la demanda.

Según la teoría económica un aumento en la cantidad demandada incrementaría el precio de la materia prima hasta tanto la oferta se reacomode a los requerimientos de la demanda. El incremento de la cantidad demandada se daría si el mercado interno y el mercado externo aumentasen el consumo de lácteos.

Por otro lado, la inserción en el mercado internacional depende de varios factores a tener en cuenta, como por ejemplo, la calidad del producto, el tipo de cambio, etc. Una mayor inserción en el mercado internacional provocaría un aumento en la demanda de materia prima que en el corto plazo se traduciría en una mejora del precio. Sin embargo, nuestro país tiene una producción excedentaria de leche, si bien en períodos donde el consumo interno de productos lácteos era importante, las exportaciones Argentinas no lo eran tanto, y cuando éstas mejoraron, el mercado interno ha estado en recesión, como lo sucedido en la Argentina estos últimos años.

Por otra parte, teniendo en cuenta el comportamiento de este sector, hay que considerar que la materia prima tiene como particular característica que no puede ser almacenada por mucho tiempo por su carácter altamente perecedero, y que entre el oferente (productores) y el demandante (industriales) se estipulan contratos algo especiales, donde entre otras cosas la firma industrial se compromete a absorber toda la producción a partir de un mínimo que el oferente debe estar dispuesto a vender. Es decir, el productor deberá entregar un mínimo de cantidad producida, determinada como base por la industria, y si el productor tuviera excedentes, la firma industrial debería comprarle todo el excedente que el anterior estuviese dispuesto a vender.

Esto hace que un aumento de la remisión de leche en planta, no se traduzca en un aumento del precio de la leche industria, porque estaría absorbiendo parte del excedente, excedente que tiene un precio distinto al precio base⁵.

La determinación del precio en este sector está influenciada por una cantidad importante de variables y relaciones entre las partes muy particulares, por lo que la oferta y la demanda dejan de ser los formadores directos del precio.

⁵ Ver Sección II. 2-2. Determinación del precio en sector lácteo Argentino.

SECCIÓN II

2-1. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR LÁCTEO ARGENTINO

2-1-1. CAMBIOS EN EL SECTOR PRODUCTIVO

El primer subsector de la cadena Láctea, responsable de la producción de la materia prima, ha experimentado grandes cambios en el transcurso de los últimos años impulsado por las grandes empresas lácteas; es así que se asiste a un fuerte proceso de transformación productiva, tecnológica y organizativa, con la difusión de modernas técnicas de manejo de pastos, rotación de cultivos y gestión del rodeo.

Este subsistema lácteo se ha caracterizado por un marcado comportamiento cíclico, reconociéndose dos ciclos diferentes: una anual o estacional y el otro plurianual. El ciclo plurianual se origina en los sucesivos déficit o superávit de la producción de leche en relación con la cadena interna⁶.

El ciclo anual, se refiere a la disponibilidad estacional de pastos. Esta característica adquiere gran importancia ya que los sistemas productivos en la ganadería Argentina tienen esencialmente una base pastoril. Sin embargo existe una percepción de que la profundidad de los ciclos estacionales se ha modificado a partir de la década del noventa.

A medida que avanza la década del ochenta, con la incorporación de tecnologías, fundamentalmente en alimentación animal (producción de forrajes y suplementación), se produce una reducción considerable de la variabilidad de la estacionalidad (Parellada, Schilder, 1999).

Esto llevó también a un cambio en la estructura de costos del tambo, donde la alimentación pasó a ocupar un lugar preponderante en ésta (Grafico 5; Anexo B).

En la Argentina se ha producido, en los últimos años, un importante crecimiento de la producción lechera (cuadro 15; Anexo B) como consecuencia de una intensificación de la actividad a través de un aumento de la productividad de los factores, especialmente de la tierra, provocado por inversiones y cambios organizativos y empresariales. Existió un significativo incremento en la carga animal y en la producción individual, sustentado

⁶ Alzas de precios al productor estimulan una mayor producción, iniciándose una fase expansiva que luego se transforma en oferta excedente. Frente a restricciones de la demanda interna y dificultades de exportación por mercados mundiales subsidiados, los precios al productor bajan actuando como desestímulo (Gutman, 1997).

principalmente por una mayor y mejor distribución anual de la oferta de forraje y de la utilización más eficiente de distintos concentrados (Comerón, 1999).

Se produce así en los últimos años la consolidación de un estrato de tambos medianos / grandes eficientes, con racionalidad empresarial y manejo del riesgo; la desaparición de un importante número de productores chicos; y el desplazamiento de los restantes hacia producciones marginales y de baja calidad (cuadro 15; Anexo B).

La necesidad de una mayor eficiencia en el proceso industrial de la leche y la creciente demanda del mercado por productos de mayor calidad, traen como consecuencia un incremento en las exigencias de los estándares de la materia prima y por lo tanto tienen evidentemente un efecto económico sobre el productor tambero.

En la actividad productiva, mientras que en el año 1988 existían en el país alrededor de 30.500 tambos, en 1998 dicho número había descendido a 20.000 (Perversi, A., 2000). Ese hecho fue acompañado por rodeos más grandes, mayor producción por tambo y elevados rendimientos por vaca.

En esta etapa tanto la industria como la producción comienzan una carrera de concentración, donde los tambos medianos y grandes eficientes, con racionalidad empresarial y manejo de riesgo vía diversificación, son los sobrevivientes del sector ya que son los que se pueden adecuar a las exigencias del mercado. La incorporación de tecnología y la zona geográfica son las dos condiciones de mayor peso en el aumento de productividad de los tambos. Los productores que cumplen estas dos condiciones son los que logran disminuir las asimetrías en el poder de negociación entre las partes⁷.

Otra característica para destacar es la evolución de los costos, ingresos y márgenes brutos de los tambos. Los datos reales de nivel y evolución de la rentabilidad de los tambos son escasos, y por lo general se basan en estimaciones surgidas de modelos de tambos “tipo”. Para los grandes tambos eficientes, la producción de leche es una inversión de gran rentabilidad, dado el aumento experimentado en los últimos años (Cuadro 16; Anexo B).

Es importante resaltar la ubicación de las principales cuencas lecheras. La cuenca Santafesina es la que concentra la mayor parte de la producción lechera nacional. Aproximadamente el 25% de los tambos de dicha región entrega cada uno 1500 litros de

⁷ Ver Sección II. 2-2. Determinación del Precio en el sector lácteo.

leche por día, un 36% superior al promedio nacional; y por otro lado registra una productividad promedio de 182 Kg / Ha. año⁸.

La productividad por vaca promedio nacional se estima en 3760 litro / vaca / año, lo que representa un incremento del 25% en relación a 1988 (Montecchiari, Alarcón, Segura, 2001). Este rendimiento es un 70% superior al promedio mundial consignado por la FAO y mas de tres veces superior al de Brasil, pero dista de los 6800 litros promedio de América del Norte y de los 5400 litros promedio de Europa. Como ocurre con la mayoría de los parámetros productivos del sector, los valores de los productores “de punta” superan ampliamente al promedio nacional y muestran el verdadero potencial de crecimiento del sector.

Cabe acotar que, ésta es una de las pocas actividades que produce y entrega diariamente, esto constituye una diferencia importante con respecto a la agricultura, y a la ganadería, pues se generan ingresos periódicamente. El empresario agropecuario que en general se maneja con actividades de producción estacional, ve en este tipo de producción la forma de tener un flujo constante de ingresos para acomodar su caja.

En lo que hace a la estructura de mercado, puede describirse como una competencia perfecta, donde poseen un conocimiento completo y perfecto de los precios del mercado, son tomadores de precios, su producto es homogéneo y hay libre movilidad de recursos.

Cabe resaltar que existe un numero considerable de pequeños establecimientos productivos, muchos de ellos inmersos en cooperativas.

2-1-2. COMPORTAMIENTO DEL SECTOR INDUSTRIALIZADOR DE LÁCTEOS Y SU INSERCIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL

La actividad industrial presentó, en los últimos años, un gran dinamismo caracterizado por fusiones y absorciones de pequeñas y medianas empresas e inversiones en nuevos establecimientos (Guardini, E; Labriola, S y Shaller, A., 1999).

El número de empresas y plantas es un valor dinámico. Por un lado, el proceso de absorción de pequeñas y medianas industrias se da prácticamente a diario, comportamiento similar al observado en todo el mundo. Mientras tanto, las principales firmas están

⁸ Grupo de Investigación Económica. Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires. (1998). La industria en los'90: Tomo II: estructura, evolución y perspectivas de algunos sectores seleccionados. *Cuadernos de Economía* (42).

invirtiendo fuertes sumas en la inauguración de nuevos establecimientos y en la ampliación de su capacidad de recibo (Cuadro 17; Anexo B). La industria láctea nacional se caracteriza por una concentración importante.

La industria Láctea Argentina tiene una estructura donde coexisten tres sectores bastante diferenciados. Por un lado, existe un grupo compuesto por 11 empresas de mayor tamaño (mas de 250000 litros diarios de recepción), con un mix de productos bastante diversificado, que participan bastante activamente del mercado internacional (con diferentes estrategias), y que captan alrededor del 55% de la leche. En segundo lugar, hay un grupo numeroso (alrededor de 100) de empresas más pequeñas (con una recepción diaria de entre 20000 y 250000 litros), que tienen algún grado de diversificación –aunque son mayoritariamente queseras-, y que compiten con las más importantes en casi todos los canales de distribución de mercado interno (especialmente en quesos). La participación de este segundo grupo en el mercado internacional es en el mejor de los casos, esporádica, y restringida a menos de 10 empresas y unidades familiares, con menos de 20000 litros diarios de captación, casi exclusivamente queseras, que normalmente compiten en diferentes segmentos comerciales (no llegan al sector supermercadista, por ejemplo), y no tienen participación en el mercado internacional (Galeto 2001).

Para las empresas el mayor punto crítico es la política de precios y pagos que siguen los supermercados e hipermercados, ya que por un lado siguen una política de exigir progresivamente menores precios, mientras que, por otro lado, alargan la rotación de cobranzas⁹.

En el aspecto de la oferta productiva existe un punto de acuerdo fundamental entre empresas y supermercados que es la tendencia a la diferenciación del producto. Sin embargo, se observa la existencia de una política discriminatoria por parte de las últimas a favor de las primeras marcas, tales como las producidas por Sancor, La Serenísima, Milkaut, Sucesión de Alfredo Willner, Nestlé o Parmalat, lo que está incrementando la tendencia a la concentración empresarial, perjudicando especialmente a empresas medianas de alta productividad y buena oferta productiva¹⁰. En el interior del sector, las propias empresas están solucionando este problema a través de modalidades de subcontratación

⁹ Ver Sección II. 2-1-3. Características del mercado interno.

¹⁰ Actualmente, luego de una larga y compleja negociación de la que participaron COPAL, en representación de los proveedores, y CAS y FASA (Cámara y Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios), en representación de los supermercados, las partes suscribieron el Código de Buenas Practicas Comerciales- Año 2000.

entre empresas que permite que parte del producto de las empresas citadas salga con primeras marcas.

En cuanto a la intensidad competitiva, el mercado de productos lácteos tiene la conformación de un oligopolio de concentración intermedia donde las dos principales empresas del sector tienen una cuota de mercado de un 50% (cuadro 18; Anexo B). Por la homogeneidad del tipo de tecnología no se ha registrado en el sector una competencia por liderazgo de costos, ni tampoco se ha verificado una guerra de precios, sino que durante los últimos años, el fenómeno más habitual fue el de una reducción concertada en las líneas donde había más intensidad competitiva tales como leche fluida, lecha larga vida, queso blando o yogurt.

Esta política no redujo los mark-up sectoriales ya que se verificaban reducciones similares en los precios promedio de la leche de tambo, a medida que se aumentaba la oferta del insumo.

La mayor fortaleza competitiva del sector en este campo ha sido la adquirida a través de una política coherente de diferenciación de producto, liderada por las principales empresas del sector.

La política de diferenciación de producto fue dirigida esencialmente a los segmentos medio y medio-altos con mayores exigencias en cuanto a calidad y tipo de producto. Desde la implantación del plan de Convertibilidad esta política se fue intensificando como una reacción defensiva a la entrada de productos importados, como consecuencia del proceso de apertura externa que acompañó a la implantación de dicho plan. Esta estrategia fue una iniciativa de las dos principales empresas pero fue acompañada por casi todos los establecimientos mediano y mediano-grandes del sector.

La característica más notable de la estrategia de diversificación fue su integralidad ya que no solo fue una política de marcas sino también - sobre todo a partir de la última década - de mejoramiento de la calidad. Esto último fue acompañado por una política de tecnificación masiva con el objetivo de erigir una barrera de entrada adicional al sector, ante la penetración de capitales extranjeros que se verificó desde comienzos de la década del noventa.

Para completar y estabilizar la estrategia oligopólica las principales empresas se repartieron los principales submercados.

Dos rasgos centrales del subsistema lácteo a lo largo de su desarrollo han sido: una dinámica productiva motorizada por y orientada hacia el mercado interno, y una estructura

primaria atomizada y dispersa, que enfrenta una demanda industrial fuertemente concentrada.

En la producción industrial la fuerte competencia interempresarial – tanto por su posicionamiento en los mercados de bienes finales como por el abastecimiento de materia prima – impulsa importantes reconversiones productivas, tecnológicas y logísticas, recreándose la estructura oligopólica del mercado. Las industrias lácteas, al igual que la mayoría de las industrias de la alimentación, se enfrentan a nuevas condiciones competitivas. Su poder de liderazgo y su capacidad para determinar el ritmo y la dirección de la acumulación conjunta del subsistema evidenciada durante los años ochenta se ve cuestionado por varias circunstancias, entre ellas (Gutman 1999):

- la nueva configuración del comercio minorista de alimentos, en el que el fuerte poder de negociación de las grandes cadenas de hipermercados y supermercados reduce la capacidad de las empresas industriales para retener las ganancias de productividad del subsistema,
- La entrada de nuevos competidores: nuevas inversiones en el sector y en el arribo de firmas transnacionales con un amplio know-how tecnológico, comercial y logístico,
- los desafíos productivos y comerciales que implica el mercado ampliado del MERCOSUR,
- el mayor poder de negociación de los grandes tambos

Uno de los rasgos resaltantes de la producción industrial es la alta tasa de introducción de nuevos productos, la permanente ampliación de su gama y los cambios en la presentación de los mismos.

Las industrias lácteas presentan estratificación de su estructura productiva. Una primera apreciación de este fenómeno, registrable en el ámbito de la planta industrial, revela los elevados grados de concentración técnica de esta actividad, entendiéndose por tal la participación en el valor de la producción de diferentes estratos de locales definidos según su ocupación (Azpiazu 1997).

Los cambios en los precios relativos de los bienes, resultantes del contexto macroeconómico de la década del noventa, han de sentir su impacto en la estructura de costos de estas industrias. En algunos años existió un elevado peso relativo de la materia prima, que llega al 78% del costo total en el caso de la manteca y a más del 50% en las leches, excepto las de ultra alta temperatura o leches de larga vida. A su vez, en varios

productos tales como los quesos blandos y semiduros y las leches, el peso relativo de la etapa de recolección y enfriado es significativo: alrededor del 11% del costo total. La incidencia de los envases es también elevada, del orden del 26% en el caso de las leches de prolongado período de conservación, como las leches de larga vida (Gráfico 6; Anexo B).

El peso relativo de la mano de obra en la estructura de costos es más importante en quesos duros y semiduros y leches de larga vida, pero nunca supera el 17% del costo total.

Aun cuando no se dispone de información más actualizada, la estructura de costos de las industrias lácteas ha tenido la siguiente evolución luego de la apertura y la desregulación (Podestá 1996):

- aumento del costo de la materia prima por la existencia de una oferta relativamente inelástica en el corto plazo;
- disminución del costo relativo de la energía eléctrica, el combustible y el gas natural;
- aumento de los costos de comercialización (envases y publicidad)
- disminución de los costos de distribución: la concentración del comercio minorista disminuyó el número de locales a abastecer, en el mismo sentido, nuevos productos tales como leches de larga vida y ultrapasteurizada exigen menor frecuencia de entregas; los desarrollos logísticos persiguen la nacionalización de estos costos;
- aumento de los costos de amortización.

El resultado neto, de acuerdo con el autor citado, ha sido una tendencia creciente en los costos industriales, con cambios en su composición, y con una cierta estabilidad a partir de 1993.

Observando las estrategias competitivas, en relación a proveedores, es en esta dimensión competitiva en donde la industria láctea ha logrado la mayor fortaleza competitiva debido a una política institucional de premios y castigos desarrollada por las principales empresas.

Desde el punto de vista de la estructura de mercado la relación Usinas – proveedores es de carácter oligopsónico, vale decir que, la demanda de las usinas es quien controla la oferta de los tambos. Cabe destacar que para las procesadoras multiproducto, la leche de tambo es el principal componente del costo de producción participando en un 50% promedio de acuerdo a la canasta de productos que expende cada usina. Cuanto más pequeña es la usina mayor es la participación de este insumo.

El acierto de las empresas radicó en que en lugar de exigir menores precios en una situación recesiva como la que atravesó el sector en la década posterior a la crisis de 1975/76, - que es como tradicionalmente actuaría un oligopsonio-, se puso el acento en el aumento de productividad y de calidad de la leche mediante un sistema de bonificaciones y premios en los precios (Gutman, 1999). Esta situación se tradujo en una concentración del sector.

Si bien la estrategia de premios y castigos fue adoptada por las principales usinas lácteas debe destacarse una calidad diferencial de management entre las empresas privadas y las cooperativas que operan en el sector. Mientras que las primeras apuntaron en forma casi exclusiva al sistema de precios como disciplinador de las pautas productivas, las segundas le agregaron además la generación al interior de las empresas de unidades de extensión rural que brindaron asistencia técnica y financiera para colaborar en forma importante con la reconversión del productor tambero.

La organización empresarial multiplanta de las mayores empresas lácteas, junto con la importancia de la estructura productiva de las formas cooperativas de producción se revela en la muy fuerte concentración económica que se registra en la actividad, la que se ha acentuado notablemente en los años recientes como consecuencia de la expansión de las mayores firmas del sector a través de la absorción de empresas más chicas, y de las nuevas inversiones de capitales nacionales y extranjeros, conformando un mercado de tipo oligopolio concentrado y diferenciado. Las tres mayores empresas (Cuadro 19; Anexo B), que en conjunto operan en 95 locales industriales, generaban en 1995 el 57% del valor de la producción, el 51% del valor agregado, y el 48% de los puestos de trabajo en estas industrias. En 1984 las tres primeras empresas alcanzaban al 49% del valor de la producción, el 51% del valor agregado y el 34% de la ocupación (Gutman y Rabella, 1990).

Desde el punto de vista de la competitividad, el sector lácteo en Argentina, tradicionalmente producía para el mercado interno y las exportaciones dependían de los excedentes del consumo. Los procesos de apertura y de integración económica lo dinamizan, cambian la estructura del sector y en los noventa el destino de las exportaciones es básicamente Brasil dentro del MERCOSUR.

En el año 2000, se enfrenta a la necesidad de diversificar mercados para su producción creciente, dado que se estimó que se encontraba en el tope del consumo interno. Según algunos indicadores puede inferirse (Perona, Sefino, 2000):

- Es el país mas competitivo en el MERCOSUR conforme a su tasa de participación promedio del 62% en 1998 en valor de exportaciones y del 46% en volumen y esto se afianza internamente en toda la línea de productos frente a una tasa de penetración de importaciones decreciente. Sin embargo, no puede hablarse de competitividad cuando sólo hay un único destino promovido a partir del proceso de integración.
- Desde el punto de vista de la estrategia de diferenciación del producto, pareciera que no todos tienen el mismo nivel de competitividad y sólo uno de ellos logra imponerse fuera del MERCOSUR, la leche en polvo, lo cual lleva a valorar el nivel de competitividad de este producto en base a su tasa de expansión como más alto, sin embargo, no se afianza en relación al indicador de precios de exportación.
- Debe tenerse en cuenta que en Argentina el promedio de consumo per cápita de leche llegó a su límite mientras que en Brasil está muy lejos de esto pero, los niveles de importación de Brasil desde Argentina, son marginales en relación a su producción interna.
- La dimensión de las firmas en Argentina es menor que en Brasil, al igual que su inversión en I&D y la transferencia de tecnología. Esto repercute sobre los niveles de productividad. No obstante, si se tiene en cuenta la cadena agroalimentaria de lácteos, los altos rendimientos en los tambos, posibilitan que la materia prima en Argentina tenga menores costos. Brasil tiene ventajas tecnológicas en tanto que Argentina las tiene comparativas en relación a productos que requieren mayor cantidad de materia prima.
- Hay elementos integrantes de los costos como el de energía y el financiero más elevado que en otros países que atentan contra los niveles de competitividad. Esto debe tenerse en cuenta dado que en la búsqueda de nuevos mercados, la exigencia de una mayor competitividad puede verse limitado por estos factores ajenos al control de las firmas.
- Para ser competitiva la firma no sólo debe ser eficiente desde lo microeconómico, sino disponer de un entorno macroeconómico y sectorial propicio y un entorno institucional que fortalezcan los factores propios de la competitividad.

2-1-3. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO INTERNO

El supermercadismo se convirtió en uno de los sectores más dinámicos de la Argentina de los últimos años. Este proceso se inició en 1982 con la llegada de Carrefour, la primera gran cadena que se instaló en la Argentina. Recién en 1995 se instaló la cadena Wal-Mart, su mayor competidor global, en un mercado donde ya estaban funcionando con forma de hipermercados Jumbo y la cadena local Coto.

Desde 1995 y hasta 1997 arribó al país el resto de las empresas que controla la distribución minorista en el mundo: el grupo holandés Royal Ahold (propietario del 50% de la cadena Disco); la francesa Auchan; Casino, que adquirió los supermercados Libertad de Córdoba, y Promodés de origen francés, que instaló en 1997 la tienda de descuentos Día y adquirió recientemente el 49% de la cadena Norte.

La multiplicidad de la oferta está modificando los hábitos de compra, e incluso los locales con grandes superficies comienzan a ser utilizados como comercios de cercanía o proximidad, como ocurre con los almacenes y carnicerías de barrio (Amarelle, 2001). Este cambio se manifiesta a través del menor valor promedio de los tickets, de la disminución de los niveles de venta por metro cuadrado¹¹ y del aumento en la frecuencia de las visitas.

Así como la urbanización lleva a la concentración de las poblaciones, los alimentos también se concentran en todos los países donde son comercializados.

En ciertos países la concentración de la distribución de los alimentos está en manos de un pequeño número de compañías que da gran fuerza a un gran negocio de poder en la negociación de precios y en la decisión de cuáles productos serán ofrecidos al consumidor. El movimiento de alimentos a través de los supermercados es un fenómeno mundial y no se limita sólo a países desarrollados. Ej. en Argentina el 60% de los alimentos es comprado a través de los supermercados (Cuadro 20; Anexo B).

Para productos lácteos la diseminación de los supermercados es particularmente importante desde que ellos ofrecen tanto capacidad de refrigeración y espacio para exhibir un amplio rango de productos lácteos frescos, con lo cual actúan como estímulo al incremento del consumo.

¹¹ Revelada en la Encuesta Mensual de Supermercados del INDEC.

El crecimiento de los supermercados es en sí misma una instancia de la forma en que la actividad económica se concentra más; sin embargo, esto se aplica a muchos sectores -el lácteo incluido-.

La consolidación de su poder fue lograda principalmente a través del aumento del volumen de productos comercializados, lo que colocó a la industria lechera en una difícil situación para negociar, debiendo aceptar condiciones desventajosas para poder colocar su producción, tales como pago por el espacio de góndola a utilizar, realización de descuentos extraordinarios, provisión de repositores, largos plazos de pago, etc.. Estas condiciones desventajosas son luego trasladadas por las industrias a los productores quienes, en definitiva, absorben la mayor parte de la crisis del sector y reaccionan disminuyendo la producción cuando los precios son bajos y aumentándola, cuando suben.

En relación a clientes, el avance del supermercadismo ha morigerado el poder de negociación de las empresas, tanto en materia de política de precios como en el aspecto de oferta productiva. Asimismo ha disminuido la escala de operaciones de los canales de distribución propios de las empresas, lo que implica una tendencia al incremento de los costos fijos de comercialización.

Un aspecto que afectó notablemente a las empresas lácteas a principios de los noventa, fue el cambio en el manejo de los canales de comercialización desde las empresas productoras hacia el hipermercado.

Durante la década de los ochenta estos canales eran controlados casi con exclusividad por las empresas lácteas, que tenían gran flexibilidad en su accionar en cuanto a las fechas de entregas de sus productos como así también en lo referente a la fijación de precios.

A comienzos de los años noventa, el asentamiento de grandes hipermercados, financiados en su mayoría por inversiones extranjeras que percibían en el mercado doméstico argentino, una oportunidad para obtener beneficios extraordinarios, se adjudicaron el poder de administrar los canales de comercialización, restringiendo así el accionar de las empresas lácteas (Gráfico 7; Anexo B).

Si en el pasado las firmas de las empresas lácteas tenían la posibilidad de establecer los precios de sus productos, fijándose los mismos por el lado de la oferta; al considerar el poder que paulatinamente adquirieron los hipermercados, estos precios comenzaron a ser determinados por el lado de la demanda.

Los supermercados y los proveedores regulaban individualmente sus relaciones comerciales durante la década del '90, en donde el poder de negociación de cada uno de ellos jugaba un papel importante, dado que en este acuerdo se arreglaba la forma de pago, el plazo de entrega, el trato de las devoluciones, etc¹².

Un Aspecto a destacar en este subsector, es el de las marcas propias de supermercados e hipermercados que no dejan de ampliar su presencia desde 1999, el año de despegue de los productos que las grandes cadenas empaquetan. Aunque en rigor, las marcas propias tienen su origen a fines de la década de los '80, cuando lanzó la desaparecida cadena Supercoop, de la Cooperativa El Hogar Obrero¹³.

A mediados de 1998, algo más de la mitad (56%) de los consultados aseguró que no había comprado productos de marcas propias. Sin embargo, la situación cambió notablemente un año después: el 51.5% informó haber comprado algunos de esos artículos (ACNielsen, 2000).

Los alimentos en general, los lácteos, y las pastas frescas continúan siendo los principales productos vendidos con marcas propias.

Sin duda, esto hace que las grandes cadenas de supermercado estén en una posición algo mas ventajosa a la hora de negociar con las empresas proveedoras, aunque tampoco pueden prescindir de los productos de marcas líderes en sus góndolas.

2-2. DETERMINACIÓN DEL PRECIO EN EL SECTOR LÁCTEO

2-2-1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Para visualizar y encuadrar el sector lácteo Argentino en un contexto internacional, es importante mencionar algunas características relevantes de este particular sector en los principales países productores de leche.

En Estados Unidos en 1937 se sancionó la Ley de los Mercados Agropecuarios que puso en marcha los Federal Market Milk Orders (FMMO), que son mercados regionales de concentración de leche.

¹² Se intenta solucionar éstos problemas en el año 2000 con la suscripción del Código de Buenas Prácticas Comerciales. Ver Anexo D. D1. Marco Regulatorio.

¹³ Disponible en <http://www.mercadodigital.com>

Como condición de determinación de precios basándose en los precios históricos de los commodities primordial, imponen precios mínimos a la leche según destino. En la reforma de 2000, se pasó a fórmulas lácteas.

Cada FMMO esta dirigido por un administrador nombrado por el secretario de agricultura y removable por éste. Las responsabilidades varían entre un mercado y otro, pero en líneas generales debe hacerse cargo de la administración del mismo, determinar cada mes los precios de las distintas clases de leche, llevar los registros contables y estadísticos y observar el comportamiento de los distintos actores del mercado.

En lo que respecta a Canadá, la provisión de productos lácteos requiere un esfuerzo coordinado de los productores, procesadores y gobierno, tanto al nivel federal como provincial. El organismo rector de la actividad es la Comisión Láctea Canadiense (CDC), participando también una empresa pública en coordinación con asociaciones de productores y procesadores.

El Comité de Manejo del Abastecimiento Lácteo (CMSMC) regula la aplicación del Plan Nacional de Comercialización Láctea, el cual es un acuerdo entre el Gobierno Federal y la mayoría de las provincias, el cual tiene por misión principal establecer en forma anual la Distribución de Cupos de Mercado para la leche destinada a industria.

A partir de 1995, se implementó un sistema de precios de perecuación, que permitiera a los participantes en los mercados mantenerse competitivos tanto en el ámbito doméstico como global.

En lo que hace a Australia, la industria se encuentra en manos de cooperativas de tamberos y empresas locales o internacionales, aunque las cooperativas procesan el 75% de la leche entregada.

En cada estado, las regulaciones y otros servicios sirvieron para ampliar la industria, con base en impuestos sobre la venta de leche al mercado. Las Autoridades Regulatorias eran corporaciones públicas que actuaban en la órbita de los Departamentos de Agricultura o Industrias Primarias de cada Estado.

Al nivel de Estado las regulaciones tendieron a apoyar el precio de la leche utilizada para consumo, tanto a través de precios de perecuación como por el sistema de cupos.

El sistema de cupos permite obtener un buen precio al productor dentro del mismo, pero lo castiga cuando produce en exceso, lo cual no favorece la producción de excedentes para exportación. En el caso australiano esto era especialmente importante por cuanto el

precio de la leche para consumo casi duplicaba a la leche para industria. En cambio el sistema de precios de perecuación, al formar un precio “mezcla” fomenta la producción de excedentes.

Por último, para el caso de Nueva Zelanda, tiene más de 3 millones de vacas lecheras en ordeño, produciendo más de 10.000 millones de litros de leche anualmente (NZDB, 1999).

La gran mayoría de la industria láctea está organizada sobre la base de cooperativas. Los tamberos son propietarios de las empresas cooperativas lácteas de elaboración (mediante acciones), las que a su vez son propietarias del New Zealand Dairy Board (NZDB).

Los tamberos reciben mensualmente el pago por la leche que entregan, basado en una estimación del precio de mercado de los productos que con ella se elaboran. El pago definitivo se realiza al final de la estación, ajustado de acuerdo a los ingresos reales obtenidos por las exportaciones y a los costos operativos reales de cada empresa cooperativa.

A partir del 1 de junio de 1998 se implementó un nuevo sistema de pago del NZDB a las empresas, orientado a mejorar la alineación entre plantas elaboradoras y los requerimientos de mercado. Bajo este nuevo sistema (Comercial Pricing Model), las empresas cooperativas reciben del NZDB, pagos basados en diferentes elementos.

Los precios que recibe el productor, tienen una base mensual y un ajuste estacional.

2-2-2. ANTECEDENTES EN EL SECTOR LÁCTEO ARGENTINO

Analizando la actividad del sector lechero en la Argentina, podemos decir que los instrumentos de política de mayor relevancia se han centrado en una elevada protección arancelaria y control estatal de ciertos productos lácteos.

Existió una gran regulación durante la etapa de sustitución de importaciones, a pesar de las grandes heterogeneidades entre los productores lecheros y el oligoposonio industrial con gran capacidad de definir la formación de precios.

Durante los años '60 surge la comisión nacional de lechería que proponía la regulación del precio de la leche para consumo y destinada a la industria y establecía un fondo regulador de los excedentes; aunque esta ley no fue sancionada.

Durante los años '70 existió un sistema de pago de leche que se consolidó basado en dos criterios:

- Diferenciación del precio de base y precio de excedente.
- Determinación del precio según el Kg de grasa butirosa del producto.

La diferenciación se debió a la alta fluctuación en los niveles de producción, dado por los ciclos estacionales anuales y plurianuales, y por la fluctuación en el consumo interno y en las exportaciones.

En 1978 se creó el comité de defensa para la producción lechera (CODEPROLE) compuesto por productores e industriales, tratando de establecer un acuerdo en cuanto a los precios de la materia prima.

El objetivo era la negociación mensual de los precios, pero esto se vio obstaculizado por las políticas de precios máximos implementadas por la secretaría de comercio.

En el año 1986 se aprueba la ley de lechería que estableció un nuevo sistema para la fijación del precio de la leche y se sustentó en dos entidades: La comisión de concertación de política lechera (COCOPLE) y el fondo de promoción de la actividad lechera (FOPAL).

Las funciones de la COCOPELE fueron las de fijar anualmente la producción base destinadas al consumo interno y la producción excedente del período, destinada al mercado externo y determinar los precios de cada una de estas producciones; que consistían en precios mínimos y obligatorios y tenían que acordarse entre productores e industriales. Pero su objetivo era apoyar a la exportación subsidiando las empresas exportadoras cuando el precio internacional fuera menor al precio interno.

Esta ley modificaba el sistema de precios ya que si bien los productores recibían aún los dos precios, las empresas industriales pagaban sólo el precio base, mientras que el precio excedente lo aportaba la FOPAL. Este sistema rigió hasta 1991.

Asimismo, durante los años '80 otras políticas estatales fueron aplicadas, pero luego abandonadas, como los programas de alimentación nacional y provincial dirigidos a satisfacer las necesidades de la población de bajos ingresos.

En el año 1991 con las nuevas reglas impuestas por la política de desregulación se anula el sistema de fijación de precios. De ahí en más los precios se acuerdan directamente entre cada empresa y sus diferentes proveedores. En este marco, las empresas industriales compran su materia prima a un precio final donde cada vez es más difícil discriminar entre un “precio base” y los premios y bonificaciones (Gutman, 1997). La diferenciación de

precios que resultan de los distintos contratos se verifica entre las diversas cuencas lecheras y entre los distintos tambos. Esto impulsa la modernización y tecnificación de tambos de mayor escala.

La apertura comercial trajo problemas para los productores derivados de:

- Aumento en el consumo interno.
- Rigidez a corto plazo de la oferta.
- Apreciación del peso.

Esto hizo que la importación ocupara un importante espacio para las industrias.

En 1995 el MERCOSUR provocó un aliento a los productores vía el arancel externo común (AEC) (Parellada, Maggi, 1993). Dado que Argentina tiene una calidad de materia prima homogénea con Oceanía y Canadá y teniendo en cuenta la magnitud de la demanda Brasileña de leche, se abrió un importante mercado.

2-2-3. FORMACIÓN DEL PRECIO

En cuanto a los precios recibidos por el productor, éstos se han fijado históricamente según el contenido de grasa butirosa de la leche y diferenciando entre producción de base y producción excedente.

Si bien existía un sistema de bonificaciones, esto contribuyó por un lado a la modernización del tambo y a calidad del producto y por otro a una transferencia de costos por parte de la industria al productor¹⁴.

Desde los años '90, la formación de los precios cambia, y se determina entre los oferentes y los demandantes. Cada empresa negocia con el productor, y si bien aun existen empresas con sistema de bonificaciones, los parámetros ya no son los mismos.

El pago no sólo se realiza según el contenido de grasa butirosa sino también según su valor proteínico.

Los determinantes que influyen a la hora de establecer los precios son (Gutman, 1999):

- La zona de producción.

¹⁴ Los mecanismos de bonificaciones y castigos han constituido un impulso a la modernización de los tambos y a la elevación de la calidad de la leche. Uno de los requerimientos que se trasladaron de la industria al productor esta relacionada con la cadena de frío, ya que desde comienzos de los '90 en que el criterio de pago se comenzó a basar en proteínas; el producto extraído reduce drásticamente sus proteínas si queda expuesto a altas temperaturas.

- Calidad de la leche.
- Sistema de pago de la empresa industrial.
- La especialización de la empresa.
- El tamaño del tambo.
- Su cercanía a la ruta o a la usina.

A todo esto se suma un conjunto de parámetros para el sistema de bonificaciones al que el producto debe adecuarse:

- Temperatura de la leche.
- Recuento bacteriano (unidades formadores de colonia)
- La reductasa; las células somáticas.
- Volumen de leche entregada.

El sistema de pago por proteínas se ha implementado a comienzos de los '90 en reemplazo del criterio de pago basado en la grasa butirométrica por litro de leche. De esta manera, la calidad de este insumo crítico ha mejorado notablemente, adaptándose a los requerimientos internacionales y permitiendo que los lácteos argentinos mantengan un lugar predominante en el contexto mundial.

En un contexto de mercados industriales concentrados y de una producción primaria dispersa, las nuevas reglas de juego mantienen las asimetrías en el poder de negociación entre las partes. Sin embargo, éstas se reducen o incluso se eliminan cuando participan grandes productores primarios, y en situaciones de expansión de la demanda industrial de leche, que llevan a las empresas industriales a disputarse los mejores proveedores de materia prima.

En cuanto a la relación industria / comercio minorista, el nuevo contexto desregulatorio, y en particular la concentración del poder de compra a nivel de los comercios minoristas, imponen a las usinas lácteas un freno a su capacidad de determinación de los precios finales y de captación de las ganancias de productividad del subsistema.

Nuevamente aquí, los poderes relativos de negociación difieren según se trate de las más grandes firmas industriales o de las numerosas pequeñas empresas del sector. Para las primeras, la relación con las grandes cadenas de hiper y supermercados puede asimilarse a situaciones de oligopolio bilateral. Por el contrario, las pequeñas y medianas firmas lácteas deben adaptarse por completo a las exigencias impuestas por las grandes cadenas de la distribución minorista.

Las relaciones entre industria y productores varia según las empresas, a modo de ejemplo se detalla el sistema de pago de las dos principales usinas del país:

LA SERENÍSIMA DE MASTELLONE HNOS. S.A. (AACREA, 2001):

Desde mayo de 1996 la empresa busca pagar por calidad de la composición de la leche, la que se logra teniendo en cuenta diversos rubros:

- Composición de la leche.
- Contenido de bacterias.
- Sanidad del rodeo.
- Condiciones físicas de la entrega.

El precio pagado por esta empresa se compone a partir de un precio base pagado por el kilo de grasa butirosa que iguala al precio del kilo de proteína. Las leches de calidad seleccionada obtendrán un valor adicional sobre el valor base.

Los kilos de grasa butirosa que superen a los kilos de proteína, tendrán un valor referido a la manteca.

Dentro del sistema se bonifica por: temperatura de entrega de la leche, nivel de reductasa, cantidad células somáticas, recuentos de gérmenes, temperatura y volumen. También se realizan descuentos o castigos por: aguado, uso de inhibidores, brucelosis, tuberculosis.

COOPERATIVAS DE SANCOR (AACREA, 2001):

Al ser una cooperativa de segundo grado, no le paga al productor en forma directa sino a las cooperativas de primer grado, que reciben la producción. Estas, no necesariamente deben pagar al productor con el mismo sistema.

El sistema utilizado determina primero la calidad y la temperatura, para luego comparar con los datos de la calidad estándar “A1”, dada por SanCor todos los meses.

El sistema prevé bonificaciones y quitas con respecto a los parámetros anteriores. Algunos de ellos son: sólidos no grasos, temperatura de entrega de la leche, volumen, recuentos de células somáticas, brucelosis, etc.

Además se mantiene en vigencia el sistema de base y excedente. La base invernal se calcula sobre los litros de leche entregados, corregidos según el porcentaje de grasa y proteína.

Según este sistema, los que entregan leche por encima del estándar obtienen una mayor cantidad de litros corregidos que los realmente entregados. En la situación inversa los litros corregidos serán menores.

En cuanto al precio interno, se encuentra en vías de una convergencia con el precio internacional. Es sabido que tal precio se halla en niveles muy bajos porque es la resultante de un mercado en el cual el principal exportador es la Unión Europea, con alta carga de subsidios a su producción y exportación.

Las condiciones del mercado (preferencia y precio) varían para los distintos productos lácteos, por lo tanto las empresas no industrializan su producción de la misma manera dado que se vinculan en forma distinta a la demanda externa e interna. Si se pretende mantener una cierta competitividad, el precio relativo de los distintos elementos constitutivos de la leche debe necesariamente reflejar y adecuarse a estas tendencias u orientaciones productivas (Taverna, 1995).

Además de las implicancias económicas, el sistema de pago de la leche al productor constituye también un elemento orientador respecto de la calidad requerida y de la tendencia de los mercados. Esto se verifica por las continuas modificaciones que se han introducido en los últimos años.

SECCIÓN III

3-1. VARIABLES E INFORMACIÓN UTILIZADA

La información utilizada para el análisis de márgenes en cada uno de los subsectores es información secundaria obtenida de distintos organismos: INDEC, SAGPyA y AACREA.

Los subsectores analizados son, el sector productivo, sector industrial y mercado interno o sector comercialización.

Los datos son series mensuales de precios internos en cada etapa del proceso: precios al productor, precios minoristas y precios mayoristas.

Las series corresponden a 5 años desde 1997 a 2001 inclusive. El período de la serie está condicionado por la ausencia de datos disponibles para años anteriores, condicionalidad importante para un análisis mas exhaustivo.

En la aplicación del modelo de regresión lineal para la determinación del precio de la leche industria o precio obtenido por el productor, la información es también secundaria obtenida de: INDEC, Aduana, SeNaSa, SAGPyA, AACREA, CIL y FIEL.

La variable dependiente : precio de la leche industria es el precio que recibe el productor por la producción que vende a las empresas industriales.

Las variables independientes: precio internacional es calculado a partir de la relación Valor de las exportaciones / Volumen de las exportaciones; obteniendo así el precio implícito de las exportaciones de productos lácteos argentinos. La otra variable, remisión de leche en planta es la cantidad de leche producida y que se vende a la industria para su elaboración, ya que existe una porción de esta producción que no ingresa al circuito industrial y es llamada leche informal; el porcentaje de leche que se industrializa es aproximadamente el 93% del total de producción.

La serie de datos utilizada es mensual por un período de 8 años desde 1993 a 2000. en este caso el tamaño de la serie está condicionada también por la ausencia de datos disponibles.

El análisis del comportamiento estacional de la producción de leche se realiza con información secundaria, y los datos son presentados en forma mensual durante 5 años desde 1997 a 2001 obtenidos de: Convenio de lechería – SAGPyA, CIL y FIEL.

DEFINICIÓN DE VARIABLES

Precios Internacionales: Precio por tonelada de las exportaciones Argentinas, principalmente a Brasil (mix de productos), éste es un precio implícito calculado a partir de la relación: valor en pesos de las exportaciones Argentinas de lácteos sobre volumen en toneladas de estas exportaciones.

Precios al Productor: Precio que reciben por unidad de parte de las empresas industriales los productores por la materia prima (leche industria).

Precios Mayoristas: Precio por unidad que reciben las empresas industriales por sus productos elaborados (leche consumo).

Precios Minoristas: Precio que reciben por unidad los comercios minoristas, supermercados e hipermercados por sus productos (leche entera).

Remisión de Leche en Planta: Cantidad de litros de leche que reciben y compran las usinas industriales para su elaboración.

Producción de Leche: Cantidad de litros de materia prima que se producen en nuestro país.

Precios Relativos: Precios expresados en términos de la cantidad de otros bienes que debe entregarse para comprar una unidad del bien en cuestión. Para establecer los precios relativos, deben realizarse comparaciones de los precios nominales.

3-2. RESULTADOS

3-2-1. ANÁLISIS DE LOS MÁRGENES A PARTIR DEL COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS RELATIVOS

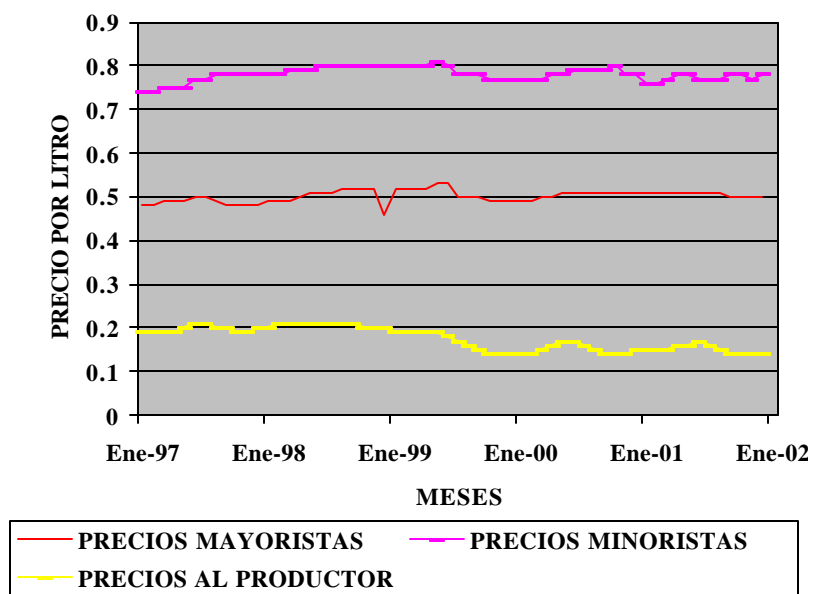
Se presentan en un mismo gráfico los precios mayoristas, o sea los precios que recibe la industria por su producto; los precios minoristas, o precios pagados por los

consumidores finales; y los precios al productor, o precios pagados por la industria a los productores lecheros; de ahora en más llamaremos leche consumo a la leche que vende la industria, leche industria a la leche que vende el productor tambero y leche entera a la leche que venden los locales comerciales minoristas entre los que se encuentran los súper e hipermercados.

Observando los precios mayoristas, en esta serie de datos se puede observar que su máximo valor lo alcanza durante el año 1999 donde el precio de la leche consumo llega a los 53 centavos de peso por litro, en tanto que existe un mínimo valor en diciembre de 1998 bastante por debajo de años anteriores; el precio se estabiliza para fines del año 2000, comportándose casi invariable durante el 2001 entre los 50 y 51 centavos de peso por litro de leche consumo.

En el caso de los precios al consumidor pagado por la leche entera, observamos un crecimiento sostenido hasta el año 1999, para decaer a fines de ese año y principios de 2000, el precio por litro alcanza los 81 centavos de peso por litro en su pico máximo, y en diciembre de 2001 los observamos en 78 centavos de peso por litro de leche entera; durante el año 2000 y 2001 el precio se mantiene entre 76 y 79 centavos de peso por litro de leche.

GRAFICO 1: PRECIOS RECIBIDOS POR LOS DIFERENTES SUBSECTORES



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC.

Ya en estos dos casos podemos ver que el año 1999 es un año especial dado el importante aumento que experimenta la leche, tanto la leche consumo como la leche entera, pero mientras la leche entera se mantiene en 1998 en incremento observamos que la leche consumo presenta esa caída importante en diciembre de este año, antes señalada.

Para seguir en este análisis vemos a continuación el precio recibido por el productor de parte de las empresas industriales por la leche industria.

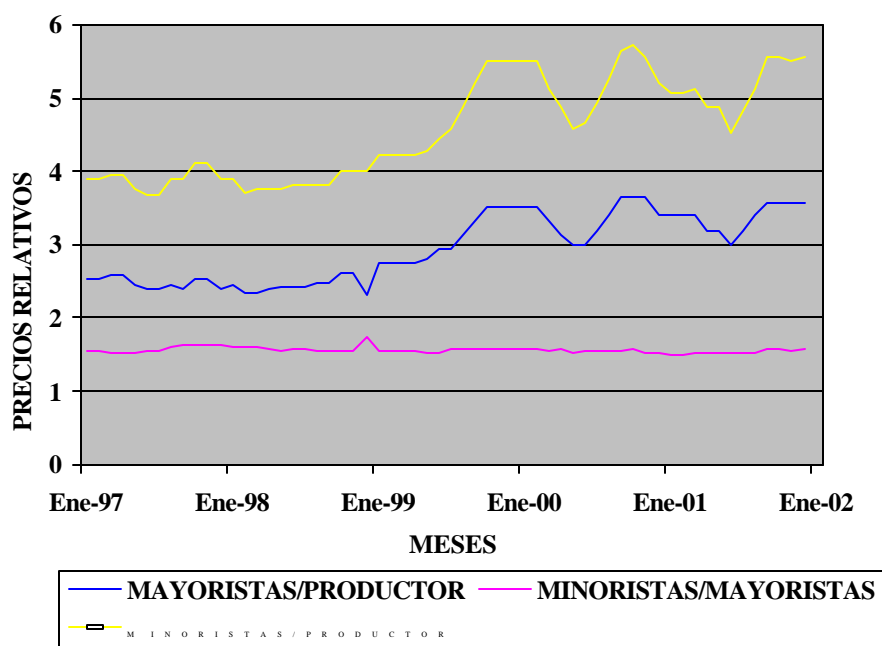
En este caso tenemos un marcado descenso en el precio que viene recibiendo el productor por litro de leche entregada.

Durante el año 1999 tenemos una caída constante del precio, alcanzando su mínimo en los últimos meses de 1999 en 14 centavos de peso por litro de leche industria; luego tiene un pequeño recupero para luego volver a caer.

A fines de 2000 el precio recibido por el productor es de 15 centavos de peso por litro; mientras que durante el 2001 se comporta prácticamente igual que el año anterior.

Para poder visualizar de una manera más clara estos datos presentados vamos a realizar un análisis más completo, utilizando para ello los precios relativos; ya sean los precios mayoristas sobre los precios al productor, los precios minoristas sobre los precios mayoristas y los precios minoristas sobre los precios al productor.

GRAFICO 2: PRECIOS RELATIVOS



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC y AACREA.

Observando el margen que existe entre los comercializadores de la leche y la industria, vemos que se mantiene en forma prácticamente constante alrededor de 1.5 veces la diferencia de precio que ambos cobran, esto significa que los consumidores pagan un 50 % más el producto que lo que el industrial lo vende al por mayor.

Al ver los otros dos márgenes podemos decir que estos se comportan prácticamente en forma de espejo, en la diferencia antes mencionada.

El margen entre los mayoristas y minoristas con el productor tiene un aumento casi constante por períodos, en detrimento del productor, con los picos más elevados a fines del año 1999, marca luego un breve descenso y a fines de 2000 vuelve a incrementarse para caer en diciembre de 2000 pero en un nivel más elevado que al principio de la serie considerada. En el año 2001 la industria aumenta su margen con el productor en tanto que el sector comercialización disminuye en promedio el margen con los productores.

Estos se ubican alrededor de 3.3 entre la industria y el productor y 5.2 veces entre el comercializador minorista y el productor.

Tanto los precios mayoristas como los precios minoristas presentan una tendencia creciente durante el período analizado, en tanto que el precio que recibe el productor a estado disminuyendo constantemente. Esto explica que los precios relativos reflejen el incremento de los márgenes de la industria y la comercialización en el mercado interno.

Realizando un análisis de los coeficientes de variación de las variables más destacadas en el período referido, encontramos que durante el año 1999 tenemos la mayor variabilidad tanto para los precios relativos de mayoristas sobre productor, como el de minoristas sobre productor.

En el primer caso podemos ver que de un 3% de variabilidad que tenían los precios relativos en los años 1997 y 1998, pasa a más de un 10% en el año 1999 y vuelve a caer un poco, aunque no a los niveles anteriores el próximo año.

En el segundo caso, de ubicarse la variabilidad en un 3% aproximadamente en los años 1997 y 1998, tiene un incremento significativo en el año 1999, llegando a más de un 11%, y en el año posterior disminuye a poco más del 7%.

Esto muestra la variabilidad que tuvieron las relaciones de precios durante el año 1999, principalmente entre los precios mayoristas y minoristas con los productores. La incertidumbre que se generó durante el año 1999 comenzó a disminuir hacia el 2000 y 2001.

CUADRO 1: PRECIOS RELATIVOS MAYORISTAS / PRODUCTOR

<i>Año</i>	<i>Media</i>	<i>Desvío Estándar</i>	<i>CV</i>
1997	2.4771	0.07525	0.03038
1998	2.4363	0.09534	0.03913
1999	3.0484	0.327	0.10727
2000	3.3645	0.2388	0.07098
2001	3.3707	0.1913	0.05675

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC.

Coefficiente de variación para el período 0.157

CUADRO 2: PRECIOS RELATIVOS MINORISTAS / MAYORISTAS

<i>Año</i>	<i>Media</i>	<i>Desvío Estándar</i>	<i>CV</i>
1997	1.5706	0.04331	0.02758
1998	1.5796	0.05621	0.03558
1999	1.5488	0.01979	0.01278
2000	1.5496	0.01578	0.01018
2001	1.5249	0.02573	0.01687

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC.

Coefficiente de variación para el período 0.025

CUADRO 3: PRECIOS RELATIVOS MINORISTAS/ PRODUCTOR

<i>Año</i>	<i>Media</i>	<i>Desvío Estándar</i>	<i>CV</i>
1997	3.8898	0.1411	0.03627
1998	3.8448	0.1035	0.02692
1999	4.7261	0.5575	0.11796
2000	5.2147	0.3861	0.07404
2001	5.1422	0.3463	0.06734

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC.

Coefficiente de variación para el período 0.15

3-2-2. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE LA LECHE INDUSTRIA

El análisis de regresión trata del estudio de la dependencia de una variable con relación a una o más variables explicativas, con el objetivo de estimar y/o predecir la media o valor promedio poblacional de la primera en términos de los valores conocidos o fijos de las últimas (variables independientes).

La primera tarea consiste en estimar la función de regresión poblacional con base en la función de regresión muestral en la forma más precisa posible.

$$\begin{aligned} \text{FRP} \quad Y &= \hat{a}_1 + \hat{a}_2 X_{2i} + \hat{a}_3 X_{3i} + \hat{u}_i \\ \text{FRM} \quad Y &= \hat{b}_1 + \hat{b}_2 X_{2i} + \hat{b}_3 X_{3i} + \hat{u}_i \end{aligned}$$

Hay diversos métodos de calcular la FRM, pero en lo que respecta al análisis de regresión, el más utilizado es el método de mínimos cuadrados ordinarios.

Para nuestro análisis se utiliza un modelo de regresión múltiple, donde la variable dependiente es el precio de la leche industria, y las variables independientes son la remisión de leche en planta y el precio internacional de las exportaciones Argentinas; la muestra analizada corresponde a ocho años; desde 1993 a 2000, tomada en forma mensual.

El método a utilizar es el de Mínimos Cuadrados Ordinarios.

Para mejor interpretación los valores de las variables son considerados en logaritmos naturales, que tiene la particularidad que los coeficientes \hat{a} miden la elasticidad de Y con respecto a las variables X, es decir, el cambio porcentual de Y ante un pequeño cambio porcentual en X dado.

El modelo a utilizar es:
$$\text{Ln } Y = \hat{a} + \hat{b}_2 \text{Ln } X_2 + \hat{b}_3 \text{Ln } X_3 + \hat{u}_i$$

Los resultados obtenidos luego de correr la regresión se muestran junto a los datos utilizados en el Anexo C.

El coeficiente de determinación R^2 indica la proporción o porcentaje de la variación total en la variable dependiente Y explicada por las variables independientes X_{2i} y X_{3i} ; y es igual a 0.575 (57.5%). Con lo que existe un 42.5% de variación de la variable dependiente explicada por otras variables no consideradas en el análisis.

La significación global de la regresión estimada (test F) es también significativo; el test para detectar correlación serial (Durbin-Watson) es significativo, y los test t muestran

que los coeficientes son estadísticamente significativos, excepto para la ordenada al origen que en nuestro caso no tiene importancia por sí sólo.

Los coeficientes $\hat{\alpha}_2 = -0.296$ y $\hat{\alpha}_3 = 0.352$, muestran las elasticidades de la recepción de leche en planta y del precio internacional.

Por lo que el coeficiente -0.296 da la reducción porcentual constante del precio de la leche industria como resultado de un incremento del 1% en la remisión de leche en planta por millones de litros.

El coeficiente 0.352 da el incremento porcentual constante del precio de la leche industria como resultado de un incremento del 1% en el precio internacional de la exportaciones Argentinas de lácteos por tonelada.

Los resultados obtenidos antes referidos son los siguientes:

CUADRO 4: COEFICIENTES

<i>Coefficientes</i>				
<i>Desestandarizados</i>				
Modelo	$\hat{\alpha}$	Error estándar	t	Sig.
Constante	0.0007	0.448	0.016	0.988
Remisión Leche	-0.296	0.064	4.609	0
Precio Internacional	0.352	0.06	5.913	0

Variable Dependiente: Precio Leche Industria (precio al productor)

Existen medidas comúnmente utilizadas para medir la fiabilidad o precisión de una predicción.

Una de ellas es el Error Cuadrático Medio (ECM), que se calcula de la siguiente manera:

$$ECM = [1/n \sum_{t=1}^n (P_i - A_i)^2]^{1/2}$$

Donde P_i son los valores estimados y A_i los valores observados.

El segundo término, llamado el componente de sesgo, indica en qué medida la magnitud del ECM es la consecuencia de una tendencia a estimar demasiado alto o demasiado bajo a nivel de la variable a predecir.

En tanto que el valor de ECM se encontrará entre 0 y 1, cuanto mas cercano a 0, significa que la media del cambio no se desvía sustancialmente de la media del cambio real.

Otra medida es el Estadístico U de Theil, este estadístico se mueve entre 0 y 1, esta medida es 0 en el caso de predicción perfecta.

La formula es la siguiente: $U_1 = [ECM / \sum (A^2 / n)]^{1/2}$

Donde Ai son los valores observados.

Luego de realizados los cálculos necesarios encontramos que:

ECM = 0.088 y U = 0.184

Teniendo en cuenta que el test U es una medida más útil y confiable que el ECM, podemos concluir que el modelo aplicado tiene un poder de predicción aceptable si tenemos en cuenta que nuestro R² no había resultado lo suficientemente grande.

Con el fin de mejorar nuestro análisis y teniendo en cuenta la hipótesis planteada, se ha observado el grado de correlación parcial entre las variables remisión de leche, precios internacionales y precios de la leche industria.

Los valores obtenidos son los siguientes:

CUADRO 5: CORRELACIONES PARCIALES

	<i>P. Leche Industria</i>	<i>Remisión de Leche</i>	<i>P. Internacional</i>
P. Leche I Pearson	1	-0.657**	0.673**
Sig.	0	0	0
N	96	96	96
Remisión Pearson	-0.657**	1	-0.569**
Sig.	0	0	0
N	96	96	96
P. Internac Pearson	0.673**	-0.569**	1
Sig.	0	0	0
N	96	96	96

** La correlación es significativa al nivel 0. 01

El grado de asociación está dado por los coeficientes -0.657 para el caso de la remisión de leche con el precio de la leche industria y 0.673 para el caso de los precios

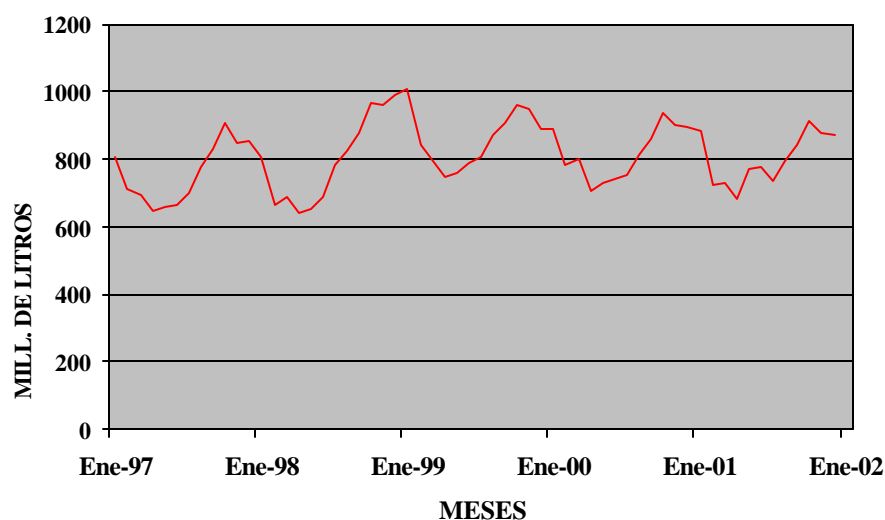
internacionales con el precio de la leche industria; aunque cabe destacar que entre las variables independientes existe algún grado de asociación, que es -0.569 .

Si el grado de asociación entre las variables independientes se acercara a uno tendríamos un problema de multicolinealidad perfecta, situación que no se plantea en este caso.

A fin de explicar por qué el productor lechero ha podido mantener su producción a precios más bajos de su materia prima en relación a otros subsectores, es necesario en nuestro estudio continuar con el análisis de la producción de leche, considerando también el período entre los años 1997 a 2001, como se ha realizado con los precios de los distintos participantes y los precios relativos.

Vemos en la producción de leche industria una marcada estacionalidad principalmente para el mes de abril.

GRAFICO 3: PRODUCCIÓN DE LECHE



— PRODUCCION DE LECHE

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC.

Existen picos altos de producción en los meses de primavera y verano producto de las mejores pasturas; la mayor producción está dada en el año 1999, durante los primeros meses y durante dicho año la menor producción es más alta que en otros períodos de baja producción.

Atendiendo a lo antes mencionado, podemos observar que el período de mayor producción, coincidió con una baja en el precio por litro que recibe el productor, producto posiblemente de un aumento de la oferta; pero lo que se destaca es que durante esos meses el precio mayorista y el minorista no respondieron de igual manera.

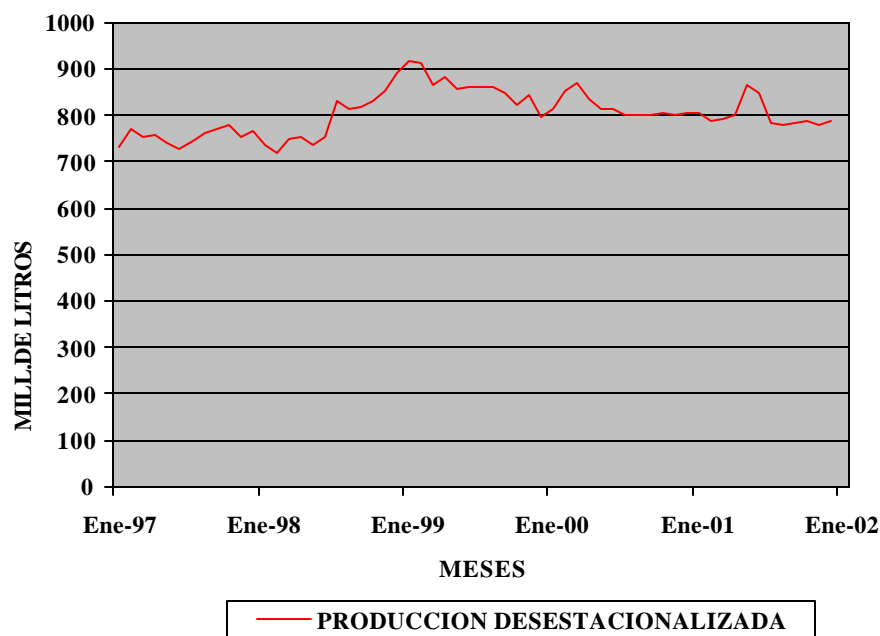
La producción de leche presenta estacionalidad, debido a las condiciones climáticas que hace de algunos meses del año una ventaja muy importante para la producción; ventaja principalmente reflejada en la producción de alimento para los animales.

Esta estacionalidad puede reducirse con incorporación de tecnología y técnicas administrativas o de manejo que permitan transferir forrajes y pastos sobrantes en ciertas épocas del año a los meses que se registra la caída de producción.

Para poder observar mejor el caso antes planteado, se expone la producción de leche industria desestacionalizada, y así poder observar mejor la tendencia que tiene la producción.

Para realizar esto utilizaré el método de los promedios móviles, por ser la técnica más adecuada y apropiada para nuestro caso. Para esto se requiere de un promedio móvil de 12 períodos ya que los datos se presentan en forma mensual.

GRAFICO 4: PRODUCCIÓN DESESTACIONALIZADA



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC.

En este gráfico podemos ver la gran producción a principios del año 1999 y su breve caída hacia el año 2000, mostrando una tendencia de 800 millones de litros promedio por año a finales del año 2001. Cabe destacar que se vé en mayo / junio de 2001 un gran aumento de producción, pero debemos considerar que desde esa fecha los valores son estimativos, con lo cual no se puede dar una razón de su comportamiento.

Otro aspecto a destacar es que la producción se encuentra por encima de su promedio desde el mes de agosto hasta el mes de enero todos los años, siendo durante los meses de octubre cuando estamos en presencia de la mayor cantidad de producto que se obtiene, que excede a la media anual.

Pero es importante destacar que durante el mes de enero del año 1999 es cuando se logra la mayor producción del período, lo que puede estar elevando el índice de estacionalidad del período analizado.

CONCLUSIONES

El sector lácteo Argentino es actualmente objeto de fuertes controversias, en donde el sector productivo lucha por mejorar su situación frente al sector industrial, y este último hace lo propio con los supermercados.

La disparidad en el poder de negociación de los subsectores involucrados se refleja en los márgenes brutos de cada uno de ellos y crea conflictos en donde la determinación de los precios juega un rol determinante.

El sector productivo, durante la década del '90, ha tenido mejoras importantes y necesarias para mantenerse en la actividad. La distribución de forrajes, gracias a nuevas técnicas en el manejo de los establecimientos y aumento de inversiones, ha logrado reducir la estacionalidad de la producción en determinados meses del año.

Debe tenerse en cuenta que la tecnología y la zona geográfica son los factores determinantes de la consolidación de los productores en la actividad lechera. En este período mencionado se produce una concentración bastante importante del sector productivo provocado principalmente por el sistema de bonificaciones y premios en los precios establecidos por las empresas industriales.

La actividad lechera tiene como característica distintiva con respecto a las demás actividades agropecuarias, que es generadora de ingresos diarios para el productor agropecuario.

Dadas las características que presentan los productores primarios de leche, podemos asegurar que se trata de un mercado oferente de competencia perfecta en donde cada productor tiene una participación pequeña en la producción total de leche.

La industria, o sector industrial lechero, compuesta por todas las empresas dedicadas al procesamiento e industrialización de la materia prima, ha tenido también un proceso de cambio en esta última década. Las fuertes inversiones por parte de las empresas locales, la transnacionalización y la inserción de grandes grupos económicos en esta actividad fue el mayor impacto sufrido en este subsector; que hizo que la competencia para insertarse en el mercado internacional se tornase necesaria. Todo este proceso culmina en una gran concentración empresarial en donde las pequeñas empresas industriales ven perjudicadas su productividad y oferta de productos.

La competencia entre empresas se da a través de una política de diferenciación del producto, no solamente mediante marcas sino también en el mejoramiento de la calidad. La

concentración empresarial tiene su desenlace en que las principales y más poderosas empresas se reparten los submercados más importantes y las empresas más pequeñas tienen como única solución pasar a ser segundas marcas de éstas. La estructura de mercado en la que estas empresas se desenvuelven conforman un oligopolio.

En lo que hace al subsector comercialización, éste ha tenido grandes cambios en la década pasada, el comercio minorista pasó a manos de las grandes cadenas de supermercados e hipermercados que ofrecen una gran variedad de productos. En lo que a lácteos respecta, su capacidad de refrigeración y espacio para exhibir los productos estimulan el consumo.

Las cadenas de comercialización que antiguamente manejaban las empresas industriales comenzaron a ser dominadas por estas grandes cadenas de ventas minoristas, con lo que el precio que antes era establecido por la oferta pasó a ser determinado por la demanda.

La estructura de mercado en esta parte de la cadena es también un oligopolio.

El precio que recibe el productor se determina por la negociación directa de éste con la empresa industrial que va a abastecer. A partir de la década del '90 el valor proteico pasa a jugar un papel muy importante en la determinación del precio, donde el componente tecnológico juega un papel preponderante.

En lo que respecta a las relaciones entre ellos, el sector de producción con el sector industrial conforman un mercado de tipo de oligopsonio, y entre el sector comercialización y el sector industrial conforman un mercado de tipo de oligopolio.

Los precios que cada uno de éstos obtiene por sus productos muestran una marcada diferencia entre sí, con una tendencia a alejarse cada vez más los precios mayoristas y los precios minoristas del precio al productor; esto se denota en el incremento de los precios relativos.

Al observar los precios relativos notamos un importante incremento en la brecha a medida que aumenta el período analizado entre los precios mayoristas y precios al productor, ya que la media se incrementa considerablemente hacia los años 1999 y 2000, presentando la particularidad de que el año 1999 es el de mayor variabilidad.

Dado que los precios minoristas y los precios mayoristas se mantienen estables en sus relaciones, cabe el mismo comportamiento observado para la relación de precios mayoristas y precios al productor que para la relación de precios minoristas y precios al productor.

La razón de precios mayoristas con respecto al precio al productor va en aumento año tras año, aunque el incremento es menor en los dos últimos años del período analizado, en tanto que la razón entre el precio minorista con respecto al precio al productor ha aumentado hasta el año 2000, mostrando una leve baja en su promedio hacia el 2001.

Por otro lado, la relación entre el precio minorista y el precio mayorista se ha mantenido en la misma tendencia aunque con una leve baja.

Esto nos muestra que dentro del sector industrial hay una mayor concentración que en el sector comercialización y por lo tanto el poder de mercado es mayor para la industria.

Es probable que el productor esté soportando los mayores costos dentro del sector ya que el sector mayorista ha distribuido equitativamente sus costos hacia los extremos de la cadena, dado su mayor poder de negociación.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos por el modelo aplicado, la elasticidad de la variable precio internacional con respecto al precio de la leche industria, tiene el signo esperado, en tanto que la variable remisión de leche en planta con respecto al precio de la leche industria, no toma signo esperado. Su signo negativo puede explicarse por el hecho de que la oferta de materia prima es excedentaria.

Estas elasticidades indicadas de -0.296 para el caso de la remisión de leche en planta y 0.352 para el precio internacional, miden el grado de sensibilidad de la variable dependiente ante incrementos en las variables independientes, e indican que los cambios porcentuales en el precio de la leche industria son bastante menores ante un incremento porcentual de las variables remisión de leche en planta y precios internacionales. El grado de sensibilidad de la variable precio de la leche industria es menor ante un incremento de la variable remisión de leche en planta que ante un incremento de la variable precio internacional.

La remisión de leche es la demanda de materia prima para el productor por parte de las empresas industriales y éstas tienen como alternativa para la colocación de sus productos, el mercado interno y el mercado internacional.

En los últimos años nuestro país ha comenzado a transitar un período de recesión, por lo que la necesidad de ajustar los precios en el mercado interno es imperiosa y ese ajuste es más factible que se realice hacia el primer eslabón de la cadena que hacia los consumidores, con lo que, en este sentido, la necesidad por parte de las industrias de mantener sus márgenes se haga en detrimento de los productores.

El ajuste hacia los consumidores es más difícil, por un lado por la situación económica del país, y por otro, por el poder de negociación bastante grande que tienen los supermercados, que no dejarán caer sus márgenes de ganancias.

Considerando las hipótesis planteadas, se acepta la hipótesis 1 *El precio de la leche industria es fuertemente dependiente de la evolución de los precios internacionales y de la remisión de leche en planta*. Según se desprende de los resultados obtenidos, la sensibilidad del precio de la leche industria ante cambios en el precio internacional y la remisión de leche en planta no es muy importante, pero responde en alguna medida a la evolución de estas variables. Esta sensibilidad es causada porque los productores tienen escaso poder de negociación derivados de las características de la materia prima (producto perecedero) y estructura de mercado (concentración de la demanda).

Se acepta la hipótesis 2 *Los precios al productor han disminuido su variabilidad debido a la reducción en la estacionalidad de la producción, gracias al mejor manejo de forrajes para la alimentación del rodeo*. Según se desprende del análisis de la producción de materia prima, donde la variabilidad en la producción provoca que el precio oscile en forma importante según las diferentes estaciones del año, y gracias a un manejo de pasturas se disminuye la estacionalidad con el correr de los años y la diferencias de precios percibidos en diferentes épocas del año marcan una reducción entre sus valores.

Se acepta la hipótesis número 3: *El gran crecimiento, en la última década, de los supermercados e hipermercados desmejoró la situación del sector primario; provocando que su gran poder de negociación ejercido a través de la industria, se refleje en una baja de los precios a nivel del productor lechero*. De acuerdo al análisis de márgenes, los precios relativos fueron ascendiendo a favor de los mayoristas y minoristas y el aumento de las ventas de las grandes cadenas de supermercados es constante, éstos comienzan una nueva puja de intereses con las empresas industriales de productos lácteos y su gran poder de negociación hace que se traslade al productor la baja en los precios percibidos.

CONSIDERACIONES FINALES

- Las importantes diferencias en el poder de negociación que tiene los subsectores involucrados, lleva a que el productor se encuentre en situación desfavorable; donde su estructura de mercado con las empresas (oligopsonio) lo pongan como tomadores de precios en tanto que los supermercado y las industrias negocian sus intereses desde una estructura de oligopolistas.
- La necesidad de políticas y reglas claras en el sector lácteo Argentino, marca la gran diferencia con los principales países productores de lácteos en el mundo, en donde el marco regulatorio estimula y mejora las relaciones entre los diferentes miembros de la cadena y relaciones y comercio del sector con el resto del mundo.
- Entre las políticas aplicables se pueden mencionar la estimulación hacia la exportación de productos e insertar al productor en una participación en las empresas industriales, logrando una integración entre ambos.
- Crear organismos de control responsables e idóneos para supervisar las relaciones entre los diferentes participantes de la cadena, tratando de disminuir la brecha existente en el poder de negociación que tienen los subsectores.
- La creación de normas que impidan el ejercicio monopólico por parte de algunos sectores o subsectores de la economía favorecería una competencia más leal.
- Los datos utilizados en el presente trabajo son tomados a nivel nacional agregado, no se hacen consideraciones particulares de cada cuenca lechera, cuyas estructuras de costos son muy distintas.
- Es imperiosa la necesidad de crear una base de datos para la investigación del sector lácteo a fin de lograr estudios más precisos que mejoren la performance de este sector.

BIBLIOGRAFÍA

- AACREA. (2001). *Uso del crédito en la empresa agropecuaria*. Buenos Aires: Banco Río.
- Amarelle, M. (2001). *Comercialización*. Buenos Aires: SAGPyA. Dirección de Industria Alimentaria. Disponible en <http://www.mercado.com> (Consultado 20 Julio 2002)
- Arzubi, A. ; Schilder, E. (1999). *¿Son altos los costos de producción de leche en la cuenca de abasto sur de Buenos Aires?*. Reunión Anual AAEEA, 30. (Bahía Blanca, Buenos Aires: 13-14 octubre 1999). Buenos Aires : Universidad Nacional de Lomas de Zamora
- Azzam, A. ; Pagoulatos, E. (1989). *Testing oligopolistic and oligopsonistic behaviour: An application to the US meat-packing industry*. Journal Series 8751. Nebraska Agricultural Experiment Stations.
- Barros, R. (2001). *Canales de distribución*. Buenos Aires: Coyuntura. Disponible en <http://www.mercado.com> (Consultado 15 Agosto 2002)
- Berenson, M. ; Levine, D. (1996). *Estadística básica en administración: conceptos y aplicaciones*. 6a. ed. México : Prentice Hall Hispanoamericana.
- CEPAL. *El desempeño industrial argentino: Más allá de la sustitución de importaciones*. Capítulo III. Disponible en <http://www.cepal.org>. (Consultado 20 Diciembre 2001)
- Cobelo, L.(2002). *Sobre la leche derramada*. La crisis del sector lácteo. Buenos Aires. Disponible en <http://www.agritotal.com> (Consultado 12 Marzo 2002)
- Comerón, E.(1999). *El impacto económico de la calidad de leche en la cuenca central Argentina*. EEA del INTA Rosario. Reunión Anual AAEEA, 30. (Bahía Blanca, Buenos Aires: 13-14 octubre 1999). . Buenos Aires : Universidad Nacional de Lomas de Zamora
- Comerón, E. (2000). *Informe de situación de los tambos de la cuenca central Argentina*. EEA del INTA Rafaela. Reunión Anual AAEEA, 31. (Rosario, Santa Fe: 18-20 octubre 2000).
- Due, J.(1980). *Análisis económico*. 7a. ed. Buenos Aires : Eudeba.
- Ferguson, C. ; Gould, J. (1975). *Teoría microeconómica*. Buenos Aires : Fondo de Cultura Económica de Argentina.

- Formento, S. ; Francia, A. ; Gavidia, R. (1997). Los contratos agroindustriales. *Realidad Económica*. (149).
- Galeto, A. (2001). *La competitividad de la cadena de lácteos en Argentina*. Congreso Rioplatense de Economía Agraria, 1. (Montevideo, Uruguay : 24 al 26 octubre 2001).
- Ghezan, G. ; Mateos, M. (1994). Las grandes empresas agroalimentarias frente a la integración regional. *Realidad Económica* (123).
- Grupo de Investigación Económica. Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires. (1998). La industria en los '90: Tomo II: estructura, evolución y perspectivas de algunos sectores seleccionados. *Cuadernos de Economía* (42).
- Gutman, Graciela E. (1999). *Desregulación, apertura comercial y reestructuración industrial*, En: Azpiazu, Daniel, comp. La desregulación de los mercados: paradigmas e inequidades de la políticas del neoliberalismo. Buenos Aires : Norma.
- Iribarren, M.(2002). *Lechería. Informe del sector. Mercado externo*. Buenos Aires. Disponible en: <http://www.agritotal.com> (Consultado 12 Marzo 2002)
- Iribarren, M.(2002). *Lechería. Informe del sector. Mercado interno*. Buenos Aires. Disponible en: <http://www.agritotal.com> (Consultado 12 Marzo 2002)
- Juarez de Perona, H. ; Garcia Sefino, V.(2000). *Indicadores de competitividad en un contexto de apertura e integración*. UNC, Instituto de Economía y Finanzas.
- Lozanoff, J.; Gonzales, P. ; Barron, E. (2001). *Marcos regulatorios de la actividad lechera*. . Buenos Aires : Instituto de Economía Social
- Maddala, G.(1990). *Econometría*. 1ª ed. México. McGrawHill.
- Montecchiari, K. ; Alarcón, F. ; Segura, J. (2001). El sector lácteo de la economía Argentina. *Revista Científica de UCES*. 4(1).
- Parellada, G. ; Maggi, C.(1993). *Estudio de competitividad agropecuaria y agroindustria*. 6. Buenos Aires : SPE, SAGPyA, IICA.
- Parellada, G. ; Schilder, E. (1999). *Transformaciones cíclicas y estacionales de la producción lechera Argentina y a partir del plan de convertibilidad*. INTA Nº 4. Buenos Aires.
- Procisur IICA (1996). *Mapeo tecnológico de cadenas agroalimentarias en el cono sur*. Buenos Aires.
- Ramírez, L. ; Zuliani, S. ; Lopez, G. ; Borgonone, M. ; Quagliani, A. ; Rivera Rua, V.(2001). *Competitividad entre el tambo y la agricultura en la última década en el*

centro-sur de la provincia de Santa Fe. Reunión Anual AAEA, 32. (Montevideo, Uruguay: 24 al 26 Octubre 2001).

- Rivas, T. ; Bravo Ureta, E. (2000). *Un análisis de las medidas de eficiencias. Técnicas para predios lecheros. C51. Reunión Anual AAEA, 31. (Rosario, Santa Fe: 18-20 octubre 2000).*
- Sáder, F. ; Vidal, E.(2001). *Formación del precio de la leche industria en Uruguay en el período 1999-2000.. Reunión Anual AAEA, 32. (Montevideo, Uruguay : 24 al 26 octubre 2001).*
- Schaller, A. (2001). *Informe de coyuntura número 10. SAGPyA . Dirección de Industria Alimentaria.*
- Schneider, G. ; Comerón, E. ; Borga, S. ; Zehnder, R. (1999). *Diagnostico económico de empresas lecheras de la cuenca central Argentina. INTA EEA. Reunión Anual AAEA, 30. (Bahía Blanca, Buenos Aires: 13-14 octubre 1999). Buenos Aires.*
- Summer, D. (1981). *Measurement of monopoly power: An application to the cigarette industry. Journal of Political Economy, 89.*

Sitios web utilizados (Consultados entre 25/10/2001 y 23/09/2002):

- <http://www.affa.gov.au>
- <http://www.agribusiness.asn.au>
- <http://www.agrositio.com/informedelsectorlacteo.htm>
- <http://www.cil.org.ar/analisissectoriallacteo.htm>
- <http://www.clarin.com.ar/clarinrural.htm>
- <http://www.dairycorp.com.au>
- <http://www.mecon.gov.ar>
- <http://www.milk.org>
- <http://www.ruralarg.org.ar/accionpolitica/comitedelacteos.htm>
- <http://www.sagpya.mecon.gov.ar>
- <http://www.e-campo.com/proyectovolandoparaelsectorlacteo>
- <http://www.e-campo.com/diagnosticoeconomicosdeempresaslecheras.htm>
- <http://edco.com>

ANEXO A

A-1. DESESTACIONALIZACIÓN

Es importante aislar y estudiar los movimientos estacionales de una serie de tiempo mensual por dos razones. Primero, al conocer el valor del componente estacional para cualquier mes en particular, podemos fácilmente ajustar y mejorar las proyecciones de tendencia con propósitos de predicción. Segundo, al conocer el valor del componente estacional, podemos descomponer la serie de tiempo mediante la eliminación de sus influencias, junto con aquellas pertenecientes a la tendencia y a las fluctuaciones irregulares, y, en consecuencia, concentramos en los movimientos cíclicos de la serie.

La técnica más adecuada y apropiada para nuestro caso es el de la razón a los promedios móviles. Primero se debe obtener un promedio anual a fin de suprimir las variaciones estacionales de la serie. Por lo tanto si la serie se presenta en forma mensual, se requiere un promedio móvil de doce períodos. Las cifras obtenidas se estandarizan; esto se lleva a cabo mediante el método de la mediana de las proporciones mensuales.

Como dato de interpretación podemos definir que para un índice estacional de 1.5 indicaría que en ese mes la cantidad de la producción supera en un 50% a la media de la producción anual, y un índice de 0.5 que la producción es un 50% del promedio de la producción anual.

A-2. COEFICIENTE DE VARIABILIDAD

Es ésta una medición relativa de variación. Se expresa como un porcentaje antes que en términos de las unidades de los datos particulares.

El coeficiente de variación, mide la dispersión en los datos relativa a la media.

Como una medición relativa, es particularmente útil al comparar la variabilidad de dos o más series de datos que se expresan en distintas unidades de medición.

Es también útil al comparar dos o más conjuntos de datos que son medidos en las mismas unidades pero difieren hasta tal punto que una comparación directa de las respectivas desviaciones estándar no es muy útil.

$$CV = S / X$$

Donde S = desviación estándar en una serie de datos numéricos.

X = media aritmética de una serie de datos numéricos.

A-3. BASE DE DATOS

CUADRO 6: Precios de leche industria recibida por el productor (precio por litro)

	<i>ene</i>	<i>feb</i>	<i>mar</i>	<i>abr</i>	<i>may</i>	<i>jun</i>	<i>jul</i>	<i>ago</i>	<i>sep</i>	<i>oct</i>	<i>nov</i>	<i>dic</i>	<i>prom</i>
1997	0.19	0.19	0.19	0.19	0.2	0.21	0.21	0.2	0.2	0.19	0.19	0.2	0.19667
1998	0.2	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.2	0.2	0.2	0.20667
1999	0.19	0.19	0.19	0.19	0.19	0.18	0.17	0.16	0.15	0.14	0.14	0.14	0.16917
2000	0.14	0.14	0.15	0.16	0.17	0.17	0.16	0.15	0.14	0.14	0.14	0.15	0.15083
2001	0.15	0.15	0.15	0.16	0.16	0.17	0.16	0.15	0.14	0.14	0.14	0.14	0.15083

Fuente: AACREA 2001

CUADRO 7: Precios mayoristas de la leche consumo (precio por litro)

	<i>ene</i>	<i>feb</i>	<i>mar</i>	<i>abr</i>	<i>may</i>	<i>jun</i>	<i>jul</i>	<i>ago</i>	<i>sep</i>	<i>oct</i>	<i>nov</i>	<i>dic</i>	<i>prom</i>
1997	0.48	0.48	0.49	0.49	0.49	0.5	0.5	0.49	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48667
1998	0.49	0.49	0.49	0.5	0.51	0.51	0.51	0.52	0.52	0.52	0.52	0.46	0.50333
1999	0.52	0.52	0.52	0.52	0.53	0.53	0.5	0.5	0.5	0.49	0.49	0.49	0.50917
2000	0.49	0.49	0.5	0.5	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51	0.505
2001	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51	0.5	0.5	0.5	0.5	0.50667

Fuente: INDEC

CUADRO 8: Precios minoristas de la leche entera (precio por litro)

	<i>ene</i>	<i>feb</i>	<i>mar</i>	<i>abr</i>	<i>may</i>	<i>jun</i>	<i>jul</i>	<i>ago</i>	<i>sep</i>	<i>oct</i>	<i>nov</i>	<i>dic</i>	<i>prom</i>
1997	0.74	0.74	0.75	0.75	0.75	0.77	0.77	0.78	0.78	0.78	0.78	0.78	0.76417
1998	0.78	0.78	0.79	0.79	0.79	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.79417
1999	0.8	0.8	0.8	0.8	0.81	0.8	0.78	0.78	0.78	0.77	0.77	0.77	0.78833
2000	0.77	0.77	0.77	0.78	0.78	0.79	0.79	0.79	0.79	0.8	0.78	0.78	0.7825
2001	0.76	0.76	0.77	0.78	0.78	0.77	0.77	0.77	0.78	0.78	0.77	0.78	0.7725

Fuente: INDEC

CUADRO 9: Producción de leche fluida (en millones de litros)

	<i>Ene</i>	<i>feb</i>	<i>mar</i>	<i>abr</i>	<i>may</i>	<i>jun</i>	<i>jul</i>	<i>ago</i>	<i>sep</i>	<i>oct</i>	<i>nov</i>	<i>dic</i>	<i>prom</i>
1997	804.7	710.5	694.7	644	657.8	664.8	698.5	775.4	828.1	908.8	848.5	854	757.4
1998	806.7	662.1	689.3	638.2	655.3	688.9	783.2	827.3	878.3	967.6	960.2	988.9	795.5
1999	1007	840.9	795.8	750	761.5	786.8	809	874.7	906.6	959.3	950	887.6	860.7
2000	892.3	785.9	799.4	708.6	726.8	743.5	754.6	812.2	860.3	938	899.4	895.7	818.0
2001	884.4	725.7	729.9	680.9	772.7	775	736.2*	792.4*	839.3*	915.1*	877.5*	873.9*	800.2*

Fuente: INDEC.

* Datos estimados de acuerdo a los indicadores publicados en el informe de coyuntura número 14. SAGPyA

CUADRO 10: Precios internacionales de las exportaciones de productos lácteos – u\$/Ton

<i>MES/AÑO</i>	<i>1997</i>	<i>1998</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>
Enero	2311.75	2087.06	1948.76	1511.04
Febrero	2404.94	2170.81	1966.75	1694.74
Marzo	2459.78	2155.11	1794.68	1715.69
Abril	2536.30	2305.84	1726.11	1728.45
Mayo	2714.75	2390.37	1802.62	1810.28
Junio	2448.71	2557.20	1733.07	2004.15
Julio	2706.82	2453.50	1820.66	2031.50
Agosto	2729.85	2306.07	1771.62	2095.39
Septiembre	2339.21	2271.45	1628.26	2242.99
Octubre	2157.99	2152.99	1600.18	2116.79
Noviembre	2224.98	1948.42	1601.01	1869.38
Diciembre	1996.89	1905.94	1569.06	2147.52

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC, Aduana y SeNaSa.
Precios implícitos a partir de la relación: Valor de las exportaciones / Volumen de las exportaciones.

CUADRO 11: Precios Relativos Mayoristas / productor

	<i>Ene</i>	<i>feb</i>	<i>mar</i>	<i>abr</i>	<i>may</i>	<i>jun</i>	<i>jul</i>	<i>ago</i>	<i>sep</i>	<i>oct</i>	<i>nov</i>	<i>dic</i>	<i>prom</i>
1997	2.52	2.52	2.57	2.57	2.45	2.38	2.38	2.45	2.4	2.52	2.52	2.4	2.47
1998	2.45	2.33	2.33	2.38	2.42	2.42	2.42	2.47	2.47	2.6	2.6	2.3	2.43
1999	2.73	2.73	2.73	2.73	2.78	2.94	2.94	3.12	3.33	3.5	3.5	3.5	3.04
2000	3.5	3.5	3.33	3.12	3	3	3.18	3.4	3.64	3.64	3.64	3.4	3.36
2001	3.4	3.4	3.4	3.18	3.18	3	3.18	3.4	3.57	3.57	3.57	3.57	3.37

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC

Coeficiente de Variación: 0.157

CUADRO 12: Precios Relativos Minoristas / mayoristas

	<i>Ene</i>	<i>feb</i>	<i>mar</i>	<i>abr</i>	<i>may</i>	<i>jun</i>	<i>jul</i>	<i>ago</i>	<i>sep</i>	<i>oct</i>	<i>nov</i>	<i>dic</i>	<i>prom</i>
1997	1.54	1.54	1.53	1.53	1.53	1.54	1.54	1.59	1.62	1.62	1.62	1.62	1.57
1998	1.59	1.59	1.61	1.58	1.54	1.56	1.56	1.53	1.53	1.53	1.53	1.73	1.57
1999	1.53	1.53	1.53	1.53	1.52	1.509	1.56	1.56	1.56	1.57	1.57	1.57	1.54
2000	1.57	1.57	1.54	1.56	1.52	1.54	1.54	1.54	1.54	1.56	1.52	1.52	1.54
2001	1.49	1.49	1.51	1.52	1.52	1.51	1.51	1.51	1.56	1.56	1.54	1.56	1.52

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC

Coeficiente de Variación: 0.025

CUADRO 13: Precios Relativos Minoristas / productor

	<i>Ene</i>	<i>feb</i>	<i>mar</i>	<i>abr</i>	<i>may</i>	<i>jun</i>	<i>jul</i>	<i>ago</i>	<i>sep</i>	<i>oct</i>	<i>nov</i>	<i>dic</i>	<i>prom</i>
1997	3.89	3.89	3.94	3.94	3.75	3.66	3.66	3.9	3.9	4.10	4.10	3.9	3.88
1998	3.9	3.71	3.76	3.76	3.76	3.81	3.81	3.81	3.81	4	4	4	3.84
1999	4.21	4.21	4.21	4.21	4.26	4.44	4.58	4.87	5.2	5.5	5.5	5.5	4.72
2000	5.5	5.5	5.13	4.87	4.58	4.64	4.93	5.26	5.64	5.71	5.57	5.2	5.21
2001	5.06	5.06	5.13	4.87	4.87	4.52	4.81	5.13	5.57	5.57	5.5	5.57	5.14

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC.

Coefficiente de Variación: 0.15

CUADRO 14: Promedios móviles

MESES	PROD	P.MOV.	PROPOR	IND.EST	DESEST.	MESES	PROD	P.MOV.	PROPOR	IND.EST	DESES.
1997.1	804.7			1.0978	733.03	7	809	855.97	0.9451	0.9411	859.66
2	710.5			0.9206	771.79	8	874.7	848.92	1.0304	1.0157	861.22
3	694.7			0.9216	753.84	9	906.6	846.78	1.0707	1.0722	845.54
4	644			0.8488	758.68	10	959.3	845.2	1.135	1.1644	823.84
5	657.8			0.8914	737.98	11	950	842.03	1.1282	1.1253	844.19
6	664.8			0.9146	726.88	12	887.6	838.78	1.0582	1.1126	797.75
7	698.5	757.57	0.92	0.9411	742.24	2000-1	892.3	834.71	1.069	1.0978	812.83
8	775.4	755.63	1.02	1.0157	763.45	2	785.9	829.84	0.9471	0.9206	853.7
9	828.1	753.39	1.09	1.0722	772.32	3	799.4	825.3	0.9686	0.9216	867.45
10	908.8	752.93	1.20	1.1644	780.47	4	708.6	822.49	0.8615	0.8488	834.78
11	848.5	752.58	1.12	1.1253	753.99	5	726.8	819.49	0.8869	0.8914	815.39
12	854	753.48	1.13	1.1126	767.55	6	743.5	817.72	0.9092	0.9146	812.93
1998.1	806.7	758.01	1.06	1.0978	734.86	7	754.6	817.73	0.9228	0.9411	801.85
2	662.1	763.7	0.86	0.9206	719.22	8	812.2	814.89	0.9967	1.0157	799.68
3	689.3	767.96	0.89	0.9216	747.98	9	860.3	809.49	1.0628	1.0722	802.36
4	638.2	772.5	0.82	0.8488	751.84	10	938	805.44	1.1646	1.1644	805.55
5	655.3	779.6	0.84	0.8914	735.17	11	899.4	806.2	1.1156	1.1253	799.22
6	688.9	789.88	0.87	0.9146	753.23	12	895.7	809.42	1.1066	1.1126	805.03
7	783.2	803.83	0.97	0.9411	832.24	2001-1	884.4	809.97	1.0919	1.0978	805.64
8	827.3	819.61	1.00	1.0157	814.55	2	725.7	808.37	0.8977	0.9206	788.31
9	878.3	831.5	1.05	1.0722	819.14	3	729.9	806.67	0.9048	0.9216	792.03
10	967.6	840.59	1.15	1.1644	830.97	4	680.9	804.85	0.846	0.8488	802.15
11	960.2	849.68	1.13	1.1253	853.25	5	772.7	802.98	0.9623	0.8914	866.88
12	988.9	858.18	1.15	1.1126	888.79	6	775	801.16	0.9674	0.9146	847.37
1999.1	1006.6	863.33	1.1659	1.0978	916.95	7	736.2			0.9411	782.29
2	840.9	866.38	0.9706	0.9206	913.44	8	792.39			1.0157	780.18
3	795.8	869.54	0.9152	0.9216	863.54	9	839.32			1.0722	782.79
4	750	870.37	0.8617	0.8488	883.55	10	915.12			1.1644	785.9
5	761.5	869.6	0.8757	0.8914	854.32	11	877.46			1.1253	779.73
6	786.8	864.95	0.9096	0.9146	860.27	12	873.85			1.1126	785.39

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC.

ANEXO B

B-1. CUADROS ILUSTRATIVOS DE LA SECCIÓN II

CUADRO 15

Indicadores de la Producción Primaria

	<i>Cantidad de Tambos</i>	<i>Mill. Lts. Año</i>	<i>Lts./Día/Tambo</i>
1964	45000	4500	273
1988(1)	30500	6061	544
1993	30000	7000	640
1996(1)	22000	8700	1083
1998	20000	9546	1307
2000	20000	9500	1300

Fuente: Secretaria de Agricultura, ganadería, Pesca y Alimentación.

(1)Estimaciones en base a Censo Nacional Agropecuario (1988),

(2)Encuesta Nacional Agropecuaria (1996) y SeNaSa.

CUADRO 16

Evolución de los Márgenes de Rentabilidad de un Tambo Tipo*

	<i>1990</i>	<i>1993</i>	<i>1996</i>	<i>2000</i>
Ingresos	287	558	579	562.06
Costos Directos	191	315	336	235.94
Margen Bruto	96	243	242	326.12

Fuente: Fiel, en base a las estimaciones de la revista Márgenes Agropecuarios.

* Tambo con Tecnología Media y Producción de 3500 Litros Diarios de Leche.

CUADRO 17

Principales Inversiones de la Década del '90

<i>Empresa</i>	<i>Inversión</i>
SanCor	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En abril de 1997, inauguró una planta de leche en polvo en Morteros(Córdoba). Capacidad de recibo de 700000 litros/día. Monto de la inversión: \$15000000. ▪ En 1998 inauguró un complejo en Sunchales. Capacidad de secado de 1000000 litros/día para L.P descremada o bien 750000 litros/día para L.P entera. Monto de la inversión: \$30000000
Mastellone	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En 1997 se inauguró la planta en General Rodríguez. Capacidad de recibo de 3100000 litros/día. Monto de la inversión: \$40000000. ▪ En 1999 inauguró una nueva planta de quesos en Trenque Lauquen. Capacidad instalada: 1500000 litros/día. Monto de la inversión: \$50000000
Milkaut	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En diciembre de 1995 inauguró su segunda planta de leche en polvo en Frank (Santa Fe). Capacidad de recibo de 500000 litros/día. Inversión: \$6500000. ▪ Ampliación de su planta principal. Inversión: \$1000000.
Nestlé	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compró a La Serenísima su planta de secado de leche en polvo. Inversión: \$65000000. ▪ Inauguró una planta de leche en polvo en Villa Nueva (Córdoba). Capacidad de recibo de 1200000 litros/día. Inversión: \$42000000. ▪ Ampliación de sus plantas de leche en polvo en Villa Nueva y Villa Maria. Inversión: \$8000000
Parmalat	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inauguró una planta de leche en polvo en Pilar. Capacidad de recibo de 300000 litros/día. Inversión: \$400000. ▪ En 1999 compra el 100% de Lactona, titular de marcas de gran penetración de quesos untables.

COTAR(Coop tamberos Rosario)	<ul style="list-style-type: none">▪ Modernización de su planta de leche en polvo. Inversión: \$4000000.
Abolio y Rubio	<ul style="list-style-type: none">▪ En 1996, el grupo inversor AVP, compuesto por integrantes del Exxel Group, compró (\$50000000) la empresa y construyó la planta de leche en polvo en Córdoba. Capacidad de elaboración de 600 tn/mes. Inversión: \$10000000.▪ En 1998 inauguró su nueva planta de quesos duros y semiduros en Tío Pujio (Córdoba). Capacidad instalada: 1000000 litros/día. Monto de la inversión: \$18000000.▪ En 1999 Pérez Companc, a través de Molfino Hnos, se queda con el 100% de la firma. Monto de la inversión: \$100000000.
Danone	<ul style="list-style-type: none">▪ En 1999 compra a Mastellone la mayoría de sus negocios de quesos untables.
Sta Rosa EA. (Bongrain)	<ul style="list-style-type: none">▪ En el 2000 compra a Nestlé su planta quesera de San Jerónimo (Sta Fe), además de sus marcas Adler y Bavaria.
Molfino Hnos.	<ul style="list-style-type: none">▪ En 1998 el grupo Pérez Companc adquiere el 31% de las acciones de esta importante empresa quesera.

Fuente: SAGPyA. Dirección de industria alimentaria. 2000.

CUADRO 18

Evolución de las Ventas de Empresas Lácteas Argentinas (en mill. de U\$S).

<i>Empresas</i>	<i>1991</i>	<i>1995</i>	<i>1998</i>
Sancor	440.64	720.80	801.00
Mastellone Hnos.	472.56	893.10	745.00
Nestlé S.A.	195.28	400.10	435.00
AUT (Milkaut)	56.10	126.90	181.70
Suc. de A. Williner	80.20	122.10	140.50
Manfrey Coop.		41.10	50.70
Molfino Hnos.	26.17	55.70	69.00
Abolio y Rubio	60.00	85.10	97.00
Lactona S.A.		153.50	139.00
COTAR	23.35	44.60	41.00
Parmalat		s/d	200.00

Fuente: En base a la revista Prensa y Mercado.

CUADRO 19

Estructura Productiva por Estratos de Empresas

	<i>Plantas</i>	<i>Ocupación</i>	<i>Valor agregado</i>	<i>Valor de la Producción</i>
	Número	Número	Millones de \$	Millones de \$
Total de la rama	740	21700	631	2800
Las 21 mayores empresas(1)	165	16100	485	2350
Tres primeras	95	10500	320	1600
Seis siguientes	40	3000	90	460
Doce siguientes	30	2600	75	290
Resto de las empresas	575	5600	146	450
Microempresas(2)	300	740	6	15
Empresas chicas(3)	260	4000	100	320
Empresas medianas(4)	15	860	39.4	115

(1) Según su valor de la producción

(2) Valor de la producción de hasta \$160 mil.

(3) Valor de la producción de entre \$161 mil y \$7.5 millones.

(4) Valor de la producción de entre \$7.5 millones y \$12 millones

Fuente: Elaboración de Gutman, 1997 en base a las revistas Mercado y Prensa

Económica, y al Censo Nacional Económico 1994, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

CUADRO 20

Participación de Mercado de las Principales Cadenas en la Venta de Alimentos a Nivel Nacional (año 2000)

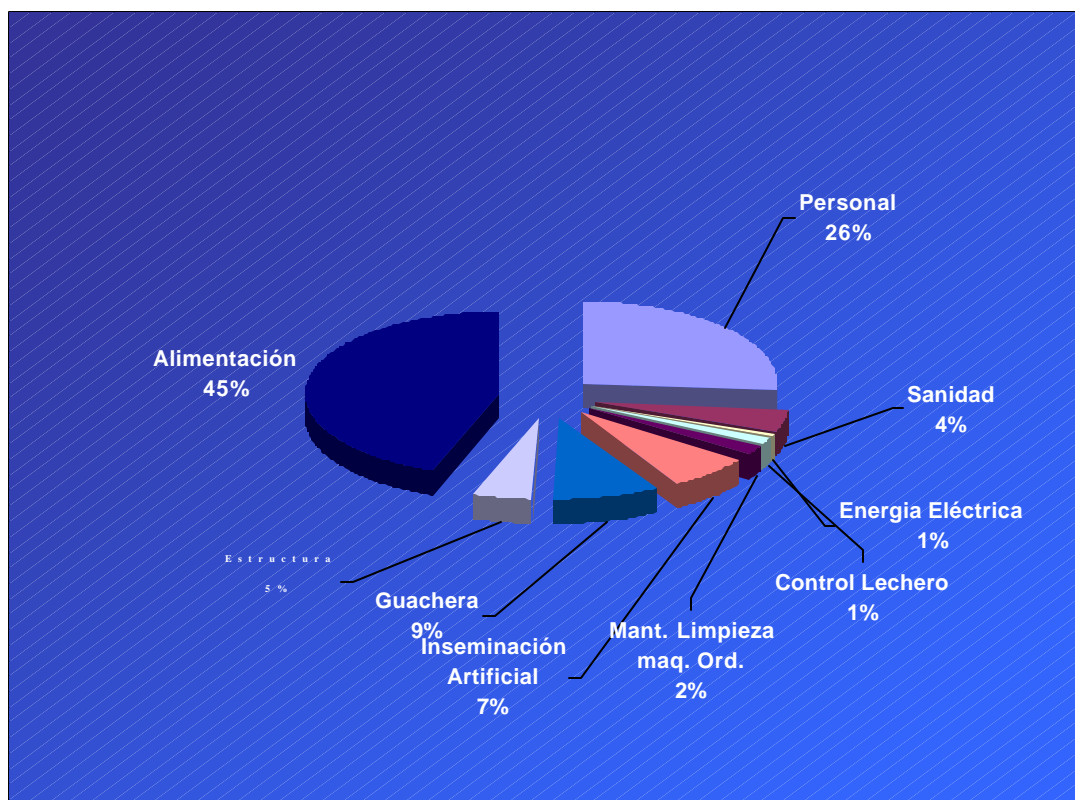
<i>Cadena</i>	<i>Distribución Geográfica</i>	<i>%</i>
Grupo Disco	A Nivel Nacional	18
Carrefour	A Nivel Nacional	17
Coto	A Nivel Nacional	13
Norte	A Nivel Nacional	12
Tía	A Nivel Nacional	6
Jumbo	A Nivel Nacional	5
La Anónima	Líder Región Sur	4
Americanos	33% del Mercado de Córdoba	4
Libertad	30% del Mercado de Córdoba, Tucumán y Rosario	3
San Cayetano	Provincia de Buenos Aires	3
Wal Mart	A Nivel Nacional	3
Metro	37% del Mercado de Mendoza	2
Coop. Obrera	Líder en Bahía Blanca	2
Toledo	Líder en Mar del Plata	2
Grupo Cassinerio	Líder en Rosario	1
Lozano	Líder en Región Noroeste	1
Otros	Otros	4

Fuente: Dirección de Industria Alimentaria sobre datos de la Cámara de Supermercados y publicaciones periodísticas.

B-2. GRÁFICOS ILUSTRATIVOS DE LA SECCIÓN II

B-2-1. ESTRUCTURA DE COSTOS DEL TAMBO

GRAFICO 5
Composición Porcentual de un Tambo Promedio (en %)

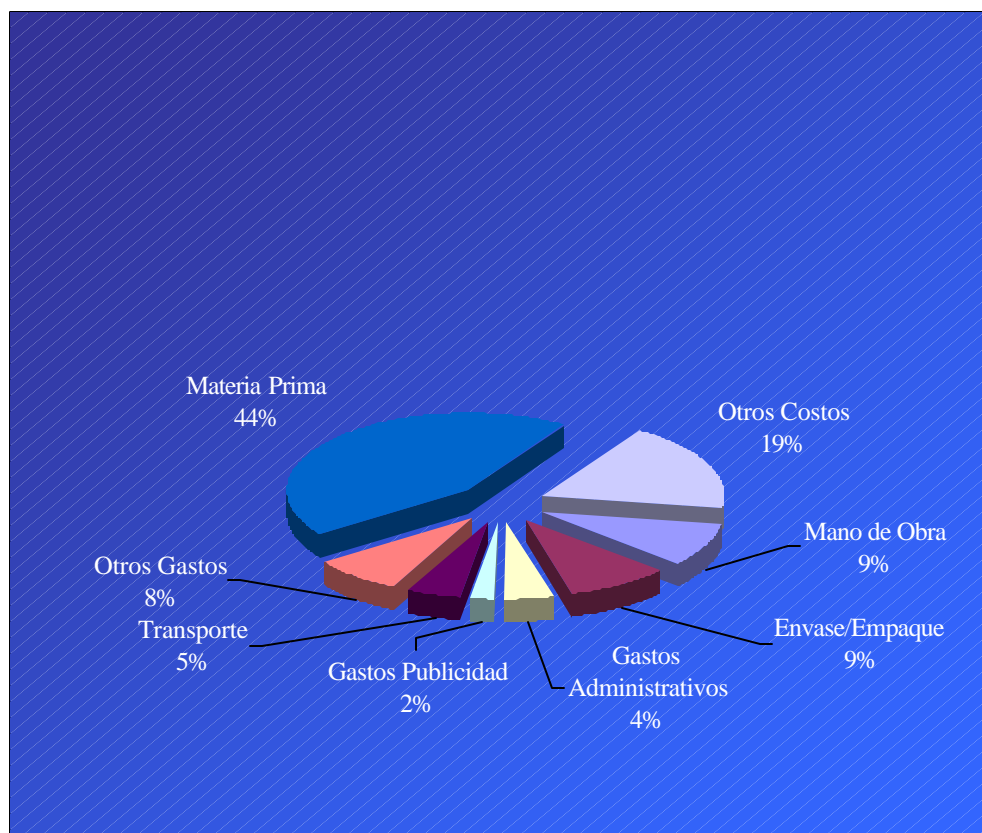


Fuente: Milkaut

B-2-2. ESTRUCTURA DE COSTOS DE LA EMPRESA INDUSTRIAL LÁCTEA

GRAFICO 6

Costos Promedio de Empresas de la Industria Láctea (en %)

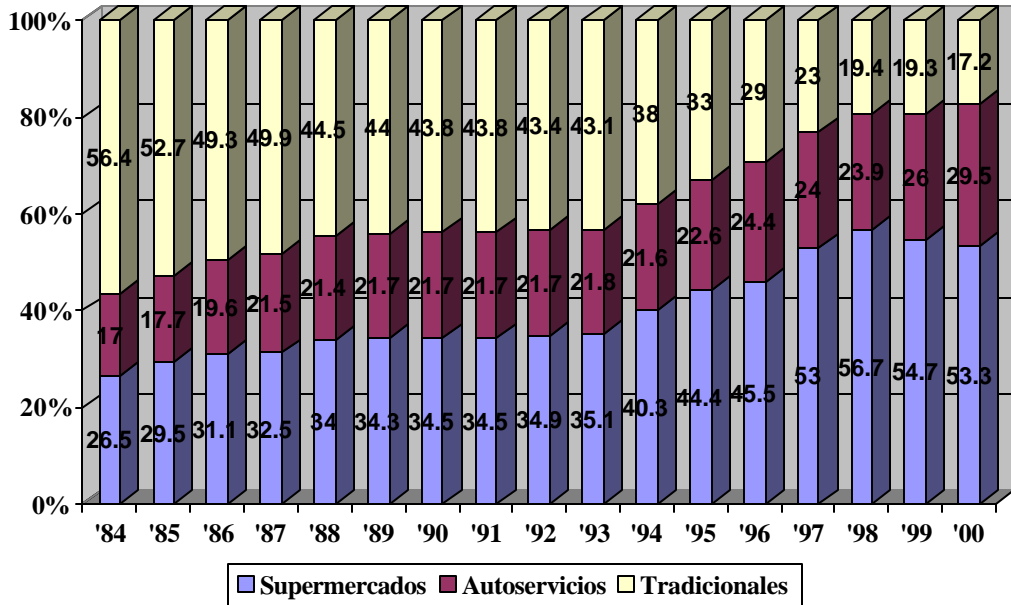


Fuente: SAGPyA, Alimentos Argentinos. Encuesta a una Muestra de Empresas.

B-2-3. EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS POR CANALES DE DISTRIBUCIÓN

GRAFICO 7

Evolución de la Participación de Ventas por Canales de Distribución de Alimentos en Argentina– 1984/2000 (en %)



Fuente: ACNielsen Latinoamérica.

ANEXO C

C-1. APLICACIÓN DEL MODELO

CUADRO 21

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
P.PROD	-1.6201	.1366	96
REMISION	6.5155	.1736	96
P.INTER	.8489		

CUADRO 22

Model Summary(b)										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.759(a)	.575	.566	8.999E-02	.575	63.003	2	93	.000	.247

a Predictors: (Constant), P.INTER, REMISION
b Dependent Variable: P.PROD

CUADRO 23

ANOVA(b)						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.020	2	.510	63.003	.000(a)
	Residual	.753	93	8.098E-03		
	Total	1.773	95			

a Predictors: (Constant), P.INTER, REMISION
b Dependent Variable: P.PROD

CUADRO 24

Coefficients(a)						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.000E-03	.448		.016	.988
	REMISION	-.296	.064	-.376	-4.609	.000
	P.INTER	.352	.060	.482	5.913	.000

a Dependent Variable: P.PROD

CUADRO 25

Residuals Statistics(a)					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-1.8392	-1.4432	-1.6201	.1036	96
Residual	-.2271	.1872	-9.2519E-18	8.903E-02	96
Std. Predicted Value	-2.114	1.707	.000	1.000	96
Std. Residual	-2.523	2.081	.000	.989	96

a Dependent Variable: P.PROD

CUADRO 26

Residuals Statistics(a)					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-1.8392	-1.4432	-1.6201	.1036	96
Residual	-.2271	.1872	-9.2519E-18	8.903E-02	96
Std. Predicted Value	-2.114	1.707	.000	1.000	96
Std. Residual	-2.523	2.081	.000	.989	96

a Dependent Variable: P.PROD

C-2. BASE DE DATOS UTILIZADA**CUADRO 27**

<i>Meses</i>	<i>LN Precio Industria</i>	<i>LN Remisión de Leche en Planta</i>	<i>LN Precio Internacional</i>	<i>Meses</i>	<i>LN Precio Industria</i>	<i>LN Remisión de Leche en Planta</i>	<i>LN Precio Internacional</i>
1993-1	-1.47998	6.37592	0.84896	1997-1	-1.64190	6.61665	0.83801
2	-1.48726	6.17874	0.83402	2	-1.62498	6.49188	0.87753
3	-1.46557	6.18549	1.05844	3	-1.62330	6.45816	0.90007
4	-1.45702	6.14760	0.85432	4	-1.61829	6.37634	0.93071
5	-1.44574	6.12383	0.99669	5	-1.57747	6.39655	0.99870
6	-1.47563	6.10656	0.97412	6	-1.54287	6.41186	0.89557
7	-1.47419	6.20585	1.00345	7	-1.55375	6.47026	0.99578
8	-1.47998	6.16998	1.04248	8	-1.59197	6.57868	1.00425
9	-1.47998	6.34256	1.05882	9	-1.60669	6.65290	0.84981
10	-1.48288	6.46352	1.14357	10	-1.63171	6.74785	0.76918
11	-1.45986	6.49584	1.15287	11	-1.62834	6.67792	0.79975
12	-1.45702	6.47786	1.08267	12	-1.58228	6.68656	0.69159
1994-1	-1.45560	6.52201	1.27037	1998-1	-1.56159	6.62348	0.73576
2	-1.43875	6.29671	0.72401	2	-1.55845	6.42097	0.77510
3	-1.42217	6.26032	1.13740	3	-1.53978	6.45052	0.76784
4	-1.44154	6.23303	0.97330	4	-1.53364	6.36562	0.83545
5	-1.44854	6.23562	1.07306	5	-1.53824	6.39082	0.87145
6	-1.46271	6.28994	0.96493	6	-1.53824	6.44447	0.93892
7	-1.46987	6.34942	1.06528	7	-1.55063	6.59322	0.89752
8	-1.47275	6.42366	0.94380	8	-1.54442	6.65007	0.83555
9	-1.53978	6.47187	0.78497	9	-1.53517	6.71491	0.82042
10	-1.56317	6.54273	0.84976	10	-1.56317	6.81595	0.76686
11	-1.57109	6.51966	0.93345	11	-1.59359	6.80881	0.66702
12	-1.57747	6.50750	0.94160	12	-1.60012	6.83846	0.64498
1995-1	-1.57587	6.59189	0.94058	1999-1	-1.62834	6.85314	0.66720
2	-1.57268	6.43449	1.05876	2	-1.62163	6.67160	0.67638
3	-1.57427	6.44986	1.05964	3	-1.61330	6.60494	0.58483
4	-1.60012	6.35520	0.78914	4	-1.63340	6.54165	0.54587
5	-1.60340	6.42450	1.01943	5	-1.63171	6.55241	0.58925
6	-1.62163	6.44213	0.97657	6	-1.66783	6.58559	0.54990
7	-1.63849	6.47380	1.02859	7	-1.72922	6.62670	0.59920
8	-1.65911	6.43007	1.09396	8	-1.77689	6.70865	0.57190
9	-1.66783	6.45849	1.03884	9	-1.89272	6.74916	0.48752
10	-1.66958	6.54236	0.97193	10	-1.90375	6.80565	0.47012
11	-1.66783	6.60409	0.94176	11	-1.93528	6.79554	0.47064
12	-1.63679	6.60815	0.94001	12	-1.93757	6.72420	0.45048
1996-1	-1.63849	6.63181	0.86605	2000-1	-1.93987	6.72576	0.41280
2	-1.63679	6.48279	0.90845	2	-1.90375	6.59781	0.52753
3	-1.63002	6.46625	0.88975	3	-1.89712	6.60097	0.53982
4	-1.62666	6.33750	0.93708	4	-1.81066	6.47814	0.54723
5	-1.61330	6.43289	0.95392	5	-1.75755	6.49531	0.59348
6	-1.52906	6.41127	0.98028	6	-1.76331	6.52097	0.69522
7	-1.57268	6.50144	0.99950	7	-1.77494	6.55051	0.70878
8	-1.58550	6.51631	1.05052	8	-1.83727	6.62532	0.73974
9	-1.61330	6.55510	0.99837	9	-1.91266	6.69282	0.80781
10	-1.63340	6.63952	0.96844	10	-1.96078	6.78189	0.74990
11	-1.62498	6.66050	1.00616	11	-1.92391	6.73753	0.62561
12	-1.62330	6.66921	0.88369	12	-1.87318	6.73136	0.76431

ANEXO D

D-1. MARCO REGULATORIO

Existe en nuestro país abundante información disponible en relación con el “estado del arte” de la dimensión tecnológica, tanto a nivel nacional como internacional. No ocurre lo mismo, sin embargo, con el componente institucional, esto es, normas y marcos regulatorios dentro de los cuales se desenvuelve el sector, vigentes en los países más destacados por su participación en los mercados de productos lácteos.

En relación al productor y a la industria, durante el año 2000 se crea el Instituto de Promoción de Lácteos Argentinos con el objetivo de actuar como incentivador y para mejorar la producción primaria y el sector industrial. Los fundamentos que llevaron a la creación de este instituto fue la situación por la que atravesó el sector lechero Argentino durante los '90, a saber:

La actividad lechera fue uno de los subsectores más dinámicos del sector agropecuario Argentino, durante esta década.

Hacia el año 1994, era evidente que nuestro potencial de producción estaba en condiciones de sobrepasar holgadamente la capacidad del consumo interno, lo que hubiese obligado a volcar esos excedentes en el mercado internacional oligopolizado y cargado de subsidios, con la consecuencia inmediata de una caída en los precios en todos los niveles de la cadena producción – industria, acercándose a los deprimidos y deformados valores internacionales.

La no existencia en el país de organismos específicos destinados a advertir preventivamente las contingencias desfavorables del mercado hizo que se continuara la actividad láctea sin adoptar medidas destinadas a contrarrestar posibles males futuros.

La puesta en marcha del plan Real en julio de 1994 y la concreción del MERCOSUR a partir del año siguiente, permitieron canalizar gran parte de nuestros excedentes de producción hacia el mercado brasileño, a valores superiores a los que se obtenían en el ya distorsionado mercado internacional. Además, la demanda brasileña y un dólar bastante deprimido en relación con las monedas europeas, fueron probablemente también determinantes para que en el período 1995-1997 se registraran precios internacionales relativamente buenos, y el salto hacia fuera de la lechería Argentina se

suavizó mucho también, durante este período el consumo interno se mantuvo relativamente firme.

El panorama lechero Argentino tuvo un cambio brusco hacia mediados del año 1998, con una serie de factores que se sucedieron casi simultáneamente y que determinaron que en 1999, la situación sectorial merezca ser analizada con preocupación.

El más importante de estos factores fue la brusca caída de los precios de la producción que deja a las explotaciones tamberas trabajando sin rentabilidad con fuertes pérdidas y esto es una amenaza concreta para el futuro del sector. De continuar con esta situación, se produciría la desaparición de muchos productores que en función de las perspectivas que se presentaban incrementaron la producción a costa de mayor endeudamiento, derivado por las inversiones que tuvieron que realizar para mejorar tecnológicamente y lograr avances en la producción.

La misión y funciones de este instituto son entre otras:

1. Efectuar los estudios necesarios para promover nuevas formas de comercialización de la leche cruda, con la finalidad de lograr un mercado equitativo, eficiente y transparente de esta materia prima.
2. Propiciar a través de la difusión de informes y estudios técnicos la optimización del mercado proveedor de leche cruda con relación a las necesidades internas del consumo, de la industria láctea y de la demanda internacional, en las cantidades y en las calidades que se requieran, teniendo en cuenta las especiales características de los ciclos de la producción primaria de la leche cruda y el logro de la mejor retribución para la misma.
3. Fomentar la exportación de hacienda lechera.
4. Promover el mejoramiento genético, la calidad de la materia prima y de los productos finales y la creación de normas para certificación de calidad y denominaciones de origen para productos lácteos Argentinos.
5. Producir y difundir información estadística y de perspectivas comerciales relativas al sector lácteo de manera que favorezca la transparencia del mercado.
6. Promover actividades de investigación.

El proyecto de esta institución se debió a dos años de debate e intercambios de opiniones, pero esto no significa que haya acuerdo entre los tamberos y los industriales. De hecho, desde algunas entidades primarias muy vinculadas a los tamberos se critica el peso

y la representatividad de las entidades madre del campo (CRA, Sociedad Rural, Federación Agraria y Coninagro). No obstante, el proyecto contempla la fijación de un precio mínimo, objetable para algunos y necesario para otros.

Por otro lado, con el objeto de solucionar las asimetrías entre proveedores y supermercados, durante el año 2001 se suscribe el Código de Buenas Prácticas Comerciales, destacado como un avance histórico en materia de relación ético – comercial y un significativo gesto de madurez del sector privado.

El objetivo es poner en funcionamiento mecanismo de resolución de conflictos flexibles, rápidos y económicos; ya que muchas veces el conflicto surge como consecuencia de malos entendidos o comunicaciones insuficientes. La mediación puede, en buena medida, resolver la medida sin generar fricciones y discusiones que, en definitiva, terminan lesionando una relación comercial que debería ser de mutuo beneficio.

Los principales puntos de éste código son:

1. Estricto cumplimiento de los acuerdos comerciales.
2. Trato equivalente entre las partes que se encuentran en situaciones similares.
3. Procedimiento para débitos, créditos y rechazo de mercaderías.
4. Cumplimiento de las condiciones pactadas.
5. Respeto a las marcas e imagen de los productos.
6. Implementación de programas conjuntos de logística y eficacia administrativa.
7. Condiciones para la interrupción o terminación encauzada de las relaciones comerciales.
8. Arbitraje.
9. Asociaciones de supermercados y proveedores.