

RESUMEN EJECUTIVO:

Estudio para la caracterización de la
faena de animales y de los canales de
comercialización de la carne bovina en
los países del MERCOSUR



Publicación de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias del Ministerio de Agricultura,
Gobierno de Chile

María Emilia Undurraga Marimón

Directora Nacional y representante legal de la Oficina de
Estudios y Políticas Agrarias

En la elaboración de esta publicación participó:

**Claus Köbrich, Felipe Bravo-Peña, Teodoro Rivas, Mario Maino,
Daniel Agüero, Julio Barcellos, Jorge Bonino, Pedro Paniagua**
Universidad de Chile

Contraparte Técnica:

**Romina Aguirre Brockway, María José Pizarro Álvarez y
Claudio Farías Pérez**

El presente documento es susceptible de ser reproducido total o parcialmente bajo condición de que sea citada su fuente. Se hace presente, que si bien la investigación en este caso ha sido encargada por Odepa, las conclusiones de que da cuenta no necesariamente representan la opinión de esta última.

Consultas:

Sistema Integral de Información y Atención Ciudadana -SIAC- Fono: 800 360 990
odepa@odepa.gob.cl - www.odepa.gob.cl

Santiago de Chile
Diciembre de 2018

Introducción

El Mercosur es uno de los principales productores de carne bovina a nivel mundial, exportando en 2017 sobre 2 millones de toneladas. Esta posición se basa en la especialización de la producción y estrategias de comercialización que maximizan el valor de la canal. La tendencia mundial es que esta maximización se logre comercializando las canales descompensadas, es decir, por cortes específicos o mix de cortes que responden a la demanda (preferencias) de los importadores. En este sentido, la capacidad que han demostrado los países del Mercosur para abastecer diferentes mercados ha motivado a ODEPA a licitar un estudio que caracterice y describa analíticamente, como se estructuran y relacionan los canales de comercialización y las diferentes categorías animales, y cuáles son los arreglos institucionales necesarios para optimizar el proceso de faena con las condiciones comerciales de los distintos mercados, con especial énfasis, en los arreglos necesarios para satisfacer la normativa chilena. Este estudio entrega a las autoridades públicas y privadas, a los ganaderos y a la industria nacional, antecedentes sobre la comercialización de la carne bovina en el Mercosur y cómo la industria de esos países ha enlazado el cumplimiento de la normativa de exportación a Chile con el resto de sus mercados de destino.

El objetivo del estudio fue “Caracterizar la faena de animales y los canales de comercialización de la carne bovina: canales, partes y cortes; en los países del Mercosur, que permita la trazabilidad tanto del producto destinado a la exportación como a los mercados locales”.

Para lograrlo, se plantearon los objetivos específicos:

- Caracterizar la faena bovina (2008-2017)
- Caracterizar los canales de comercialización de la carne de bovina
- Caracterizar las exportaciones de cortes de carne bovina (2008-2017)

El estudio se realizó en tres etapas, contando en cada etapa con el apoyo de un experto local en cada país. Las principales actividades realizadas por cada etapa fueron:

1. **Caracterización de la faena bovina:** Recopilación de información secundaria de existencias y faena por país y análisis de su evolución temporal y territorial, estructura del rebaño y de la faena, pesos, precios, etc; y recopilación de información primaria (expertos) y secundaria (publicaciones) sobre producción primaria y gobernanza de la cadena.

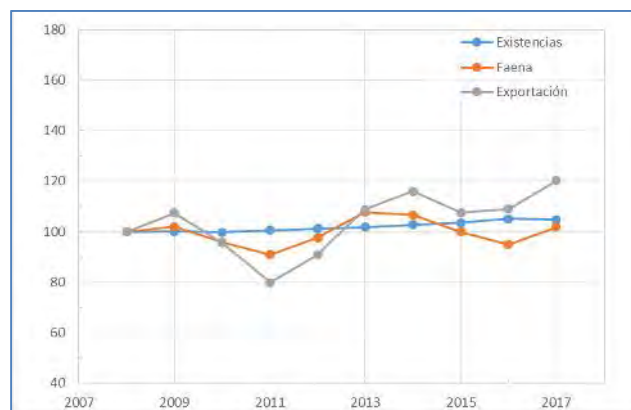
2. **Caracterizar los canales de comercialización:** Recopilación de información primaria (entrevistas a informantes claves) e información secundaria sobre abastecimiento al sector faenador; sector faenador y su organización; y cadena de distribución de productos finales.
3. **Caracterizar las exportaciones:** Recopilación de estadísticas oficiales de exportación (glosa, volumen y precio FOB) y entrevista a informantes clave; análisis de comercio según rango de precio, bajo la hipótesis que siendo productos similares (misma glosa), las diferencias de precio reflejarán diferencias de calidad.

Acerca de la faena y cadenas de abastecimiento

El continuo crecimiento de la ganadería bovina del Mercosur no ha estado exento coyunturas adversas. Los eventos que marcaron la última década fueron la recesión mundial (2009) y la posterior caída de los mercados de commodities, la recesión brasileña (2015 y 2016), que afectó la demanda interna, y con ello a toda la cadena, y el brote de aftosa en Paraguay en 2011. Como resultado, en el período las existencias del Mercosur sólo aumentaron en 4,8%, la faena en 1,7%, pero la exportación en 20,2%. Más allá de las coyunturas, la producción agregada es cíclica, proyectándose que al menos hasta inicios de 2020 la faena debiese expandirse, ya que tanto Brasil como Argentina tienen una faena inferior a su potencial. Debemos destacar el caso de Paraguay, que en el último quinquenio **duplicó** faena y exportación con apenas un 10% de crecimiento en sus existencias.

El crecimiento de la ganadería se explica por la expansión de la superficie ganadera (por ej. en el Chaco paraguayo) y por mejoras significativas en la productividad primaria, sobre todo mayor tasa de destete y menor edad de faena. Ambas implican, además, una mejora en la eficiencia de los sistemas productivos (menores costos). Pero también la demanda ha jugado un rol relevante. La demanda es cada día más exigente en términos de

Mercosur: Índices de evolución de las existencias bovinas totales, la faena de ganado bovino y el volumen exportado de carne entre 2008 y 2017 (año 2008 = 100)



Fuente: Elaborado por los autores con datos oficiales (BCP, DUA, INDEC y MDIC).

terneza, sabor y jugosidad, atributos que son más probables de obtener con una menor edad a la faena. Esta exigencia se ve respaldada por los cambios normativos (Argentina a partir de 1/1/2019 y Paraguay en el transcurso de 2019) que ahora ponen (o pondrán) la edad como criterio de faena más relevante que el peso del animal.

En términos de gobernanza e institucionalidad, se observan contrastes que se vinculan a cadenas con mayor capacidad de creación de valor. Por un lado, el INAC uruguayo ha favorecido la participación de los actores de la cadena en aspectos claves como regulación, acceso a información (peso en varios puntos de la línea de faena) e interacción con el sector industrial. El resultado es una mejor coordinación para impulsar programas nacionales promover la imagen de una ganadería natural; llegando a que en Brasil sea la carne uruguayana la que abastece los mercados de calidad. Por otro lado, la autarquía de los entes reguladores paraguayos se acompaña de la ausencia de programas y productos con agregación de valor. Si bien, la gremial ganadera (ARP) participa o impulsa programas público-privados, no tiene comparación con el trabajo del IPCVA argentino o del INAC uruguayo.

El sector primario del Mercosur tiene un gran potencial de crecimiento. En el corto plazo se debería poner atención al Chaco paraguayo, por sus grandes superficies subutilizadas y por los desarrollos técnicos en la producción en ambientes muy cálidos, y en el mediano plazo no se debe descartar la irrupción de Colombia y, porque no, del Chaco boliviano. Las cadenas han respondido a las demandas de los mercados externos en general, dentro de los cuales Chile sólo es uno más. En el corto y mediano plazo no se ven razones que pudiesen impulsar un aumento en los costos de producción, que pudiesen mejorar la posición competitiva de Chile.

Acerca de los canales de comercialización

El rol que juegan los mercados de exportación e interno presenta grandes diferencias entre países. En Argentina y Brasil el mercado interno representa más del 80% de la demanda y por ello orienta las respectivas estructuras productivas. Los precios del ganado y de la carne en Brasil, con una población bovina de casi 210 mill y consumo interno de 6,5 mill de ton de carne en vara, y en parte de Argentina, dependen más de la fortaleza y debilidad de su consumo interno que de sus exportaciones. En Uruguay y Paraguay, en cambio, son los mercados externos los que compran cerca del 70% de su producción y por ello son los precios externos los que tendrían un mayor efecto. Sin perjuicio de lo anterior, la demanda por carnes de alta calidad (cuota Hilton o la cuota 481 de la UE para carnes de engorda a grano) rápidamente desarrolló la oferta de ganado, teniendo un importante efecto sobre la producción y los indicadores de productividad en el Mercosur.

Sin duda, el tamaño del rebaño ganadero es una condición que afecta la capacidad de la industria de adaptarse a las dinámicas de los mercados. Las más de 200 millones de cabezas, otorgan a Brasil la capacidad de adaptarse con mayor facilidad los requerimientos de una dinámica demanda regional y mundial, en comparación a Paraguay y Uruguay. En el caso de Argentina, si bien tiene la segunda masa ganadera más grande de la región, su capacidad de ser un actor relevante a nivel mundial se ha visto disminuida por los desincentivos provenientes de una política pública de protección de precios internos.

El desarrollo de la industria exportadora ha llevado a que en estos países coexisten dos cadenas, con distintos grados de traslape. Una es la cadena de abastecimiento interno, en la que participan sobre todo pequeños y medianos productores, que producen animales para plantas faenadoras de menores estándares de calidad. La otra es la cadena de exportación, que se articula con una ganadería de mayor tamaño y recursos, y de mayor innovación productiva y comercial. Esta última les han permitido producir carnes para nichos de mercado (por ej. carne orgánica y Cuotas Hilton y 481), y aumentar su producción en regiones con condiciones agroclimáticas cada vez más extremas. El caso extremo de esta separación entre interno y externo es Paraguay, donde coexisten plantas faenadoras que se abastecen en “ferias de consumo” de animales para el mercado local con plantas de exportación que compran ganado a los productores bajo diversas modalidades, sin pasar por feria, generando el llamado novillo tipo Chile.

Los drivers que explican el desarrollo de la industria faenadora del Mercosur son la búsqueda de economías de escala a través de la integración y el aprovechamiento de oportunidades comerciales que resulta en la diversificación de mercados. La integración horizontal se ha reflejado en la compra de empresas de diferente tamaño por transnacionales y empresas nacionales. Fundamental en este crecimiento ha sido la apertura de mercados que le ofrece a las empresas oportunidades para procesar y distribuir sus productos de acuerdo a las necesidades de cada cliente. Si bien este fenómeno es más evidente en las empresas brasileñas, también se observa entre los inversionistas locales (por ejemplo, las colonias menonitas en Paraguay) y en las compras de capacidad de faena que han realizado empresas extranjeras (incluidas por supuesto las brasileñas) en Argentina, Paraguay y Uruguay. La integración vertical ha sido hacia atrás, abasteciéndose las empresas de sus propias subsidiarias o de sus socios (no más del 30% de la faena) o contando con sus propios servicios de transporte, como también hacia adelante, incursionado en canales de distribución local, instalando grandes centros de distribución, desarrollando productos procesados o elaborados o desarrollando marcas para agregar valor.

La apertura y diversificación de mercados se refleja en que cada uno de los países analizados ha vendido durante la última década **a más de 90 países**. Es cierto que una decena de dichos países explica del 80% del volumen exportado y que el tema sanitario (libre de fiebre aftosa) es determinante para acceder a los mercados de mayor precio (UE y EEUU), pero no por ello es menos cierto, que esta diversidad de mercados y posibilidades no hace más que terminar de abrir el abanico de posibilidades que tiene cada empresa para compensar eficientemente las canales que faenan.

Esta integración y apertura de mercados es la que soporta una estrategia comercial que permite maximizar el valor de la canal, maximizando el precio recibido por cada corte. Así la estrategia paraguaya de vender el cuarto trasero a Chile, cuarto delantero a Israel y costillas para mercado interno, es un ejemplo muy simple (y sub-óptimo) a este problema. El paso que algunas empresas ya dieron, es optimizar los procesos de abastecimiento, proceso y distribución a través de modelos matemáticos. A nivel gerencial usan plataformas computacionales para optimizar estrategias, tácticas y operaciones en tres niveles. Hacia atrás, optimizan el abastecimiento considerando producción propia y compra, logística, transporte de ganado, e incluso la inversión en tierras. En producción, optimizan el uso de la capacidad instalada y planifica las inversiones futuras, establece los mix de productos a elaborar y el programa de producción. Hacia adelante, analizan las redes de distribución y establece el abastecimiento de cada canal, el mix de clientes, planifica existencias y transporte. Con este nivel de conocimiento, la empresa reacciona a cambios de precios y los compara con escenarios de demanda recientes, capacidades de producción, posibilidades transporte y su estructura de costo.

En síntesis, las cadenas en estos países han sido profundamente innovadoras, de manera de lograr altos niveles de eficiencia, reduciendo sus costos de producción, y diversificación, reduciendo el riesgo de por fallas en el abastecimiento o la distribución. Hoy tienen capacidades más que suficientes para responder rápidamente a cambios de escenarios, como lo son la irrupción de la demanda china, la posible reformulación de la cuota 481 o cambios en las normativas chilenas.

Acerca de las exportaciones y su comercialización

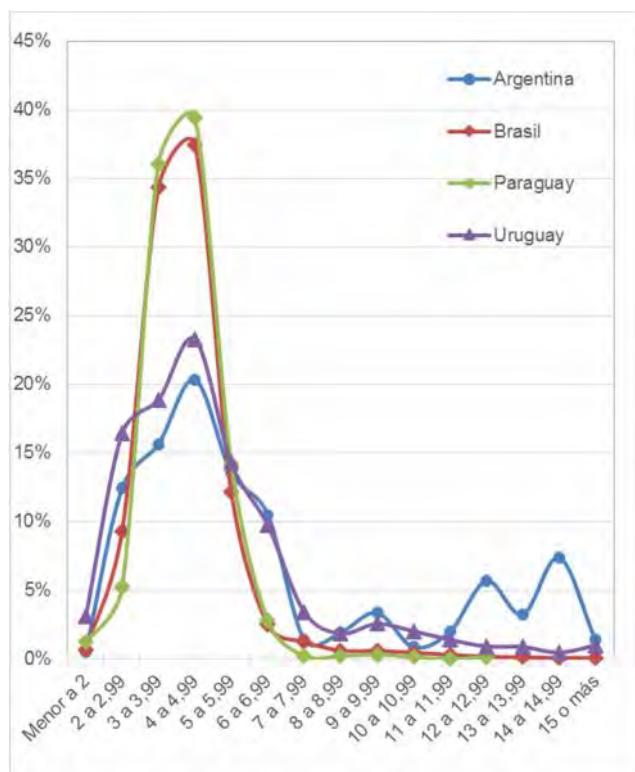
Aunque las exportaciones de carne bovina del Mercosur de la última década aumentaron en 20%, sufrieron una fuerte contracción durante la recesión de 2009. Esta crisis afectó particularmente a la Argentina, que llegó a representar menos del 8% del total de carne bovina exportado por el Mercosur. En cualquier caso, Brasil es el actor principal (en 2017

exportó 1,2 mill t) cuadruplicando la capacidad exportadora de Uruguay y Paraguay y quintuplicando los envíos de Argentina. En términos de valor, las exportaciones de Brasil triplican los ingresos generados por Argentina y Uruguay, y casi quintuplica el valor exportado por Paraguay. Sin embargo, es Paraguay el que ha mostrado un mayor crecimiento en la última década.

Los precios promedios de exportación han fluctuado entre los US\$ 5,00 y 6,00 /kg, exceptuando los años 2009 en que cayeron a USD 4,16/kg y 2011 en que alcanzó los USD 6,57/kg. Independiente de lo anterior 75 a 85% de las carnes se transan en un rango de tres dólares, esto es entre 2 y 5 o entre 3 y 6 USD/kg. Lo más interesante es analizar cómo se comportan estos precios según origen, destino y glosa. Dos vías explican por qué Argentina y Uruguay reciben mejores precios, lo que en el último trienio significó en promedio USD 3,00 /kg más que Paraguay y Brasil. Primero, acceden a la cuota Hilton y la reciente cuota 481, alcanzando 20% de las exportaciones argentinas y el 7% de las uruguayas pre-

cios superiores a los USD 10,0 /kg. Incluso en los años 2011 a 2012, en que las exportaciones argentinas cayeron a su mínimo, uno de cada tres kg exportados superó la barrera de los 10 dólares. Segundo, reciben mejores precios por las otras carnes (genéricas). Mientras el 96% de las exportaciones de Paraguay y 94% de las de Brasil se venden a menos de USD 6,00 /kg, en Uruguay esta cifra es 76% y en Argentina 63%. Esta diferencia no es porque envíen más cortes frescos o deshuesados. De hecho, un tercio de las exportaciones de Argentina y Paraguay son cortes frescos sin hueso, y menos del 15% de las exportaciones de Brasil y Uruguay son frescas sin hueso. En los cuatro países, el resto son cortes congelados sin hueso.

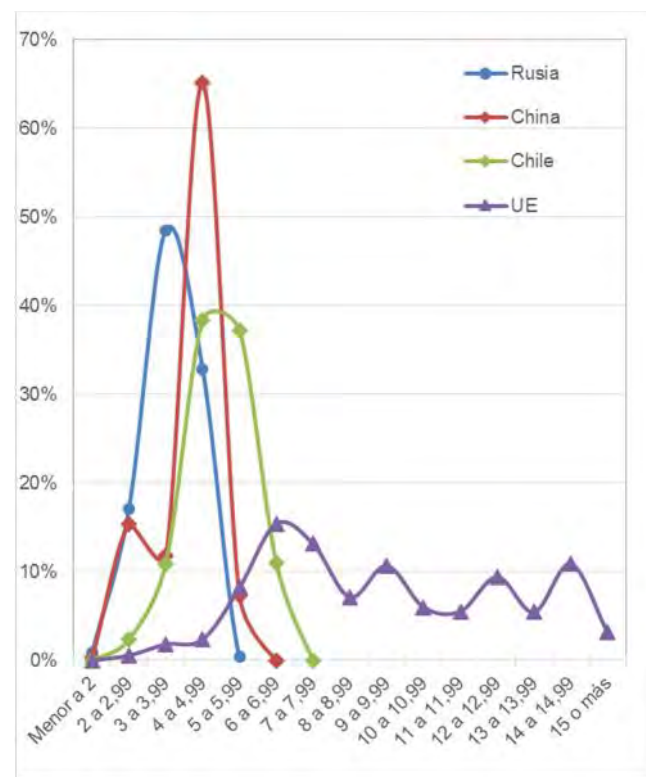
Mercosur: Distribución de las exportaciones de carne bovina entre los años 2008 y 2017 según rango de precios y origen (% del volumen exportado desde cada país)



Fuente: Elaborado por los autores con datos oficiales (BCP, DUA, INDEC y MDIC).

Los principales destinos de exportación fueron Rusia, Hong Kong y Chile, situación que ha cambiado en los últimos años con la irrupción de China, que en los últimos seis años pasó de ser un mero espectador (2,5% de las exportaciones) a comprar casi un cuarto de todos los envíos del Mercosur. Sólo Paraguay no ha accedido a este mercado (sí lo hace a Taiwán), dado que no ha sido habilitado, aún. En términos de precios se identifican tres tipos de mercados. Primero, la UE que paga los mejores precios; esto es entre USD 6 y 10/kg por productos congelados y entre USD 12 y 15/kg por productos frescos refrigerados. Segundo, están los mercados intermedios que pagan entre USD 4 y 6/kg. Estos incluyen a Chile, Brasil, Israel, países del medio oriente y Hong Kong. Pero, mientras Chile compra carnes frescas y refrigeradas, las importaciones de Hong Kong, Israel y un tercio de las brasileñas son congeladas. Es decir, Chile podría comprar cortes congelados más baratos. Tercero y último, es el gran segmento de mercados que pagan entre USD 3 y 5/kg. Incluyen, China y Rusia países del norte de África, del sudeste asiático y unos pocos en África Subsahariana. Estos mercados son sin duda menos exigentes en calidad, aunque no por ello poco exigentes en el tema sanitario (por ej. China).

Mercosur: Distribución de las exportaciones de carne bovina entre los años 2008 y 2017 según rango de precios y destino (% del volumen importado por cada país)



Fuente: Elaborado por los autores con datos oficiales (BCP, DUA, INDEC y MDIC).

Comentarios finales

El análisis de las exportaciones del Mercosur deja en evidencia que existen mercados para todas las carnes y que el desafío del sector faenador es desarrollar estrategias comerciales que permitan maximizar el valor de la canal, enviando cortes y formatos en el volumen apropiado para cada mercado. El primer paso de la industria faenadora fue crecer a través

de la integración horizontal (compra de plantas) y de la inversión en más plantas. Las brasileñas lo hicieron internacionalizándose, las demás sólo a nivel local. El segundo fue el desarrollo de estrategias comerciales que, acompañadas de las aperturas de mercados, permitiesen optimizar (en términos de rentabilidad) la producción. No cabe duda que una piedra angular de esto, es el uso de software que permiten optimizar simultáneamente las etapas de abastecimiento (cuanto y qué comprar), faena (donde faenar y cómo despostar) y distribución (dónde, cuanto y a qué precio vender). En estos modelos, las normativas establecidas por cada país o importador, no son más que una restricción al modelo; es decir una condición que sólo reduce las soluciones posibles.

Dos situaciones dificultan enormemente hacer un análisis más profundo sobre cómo cada planta, empresa o país resuelve el desafío de la compensación, esto es, maximizar el valor del canal (lograr el mejor precio para cada corte). El primero es que el detalle de la exportación e importación sólo indica si son canales o cortes con o sin hueso y si son frescas/refrigeradas o están congeladas. El segundo, es que no hay información homologable y actualizada respecto a los rendimientos carniceros, esto es que porcentaje de una canal corresponde a cada corte y a sus subproductos. Por lo pronto, casi el 50% de las importaciones argentinas indican ser posta negra, lo que no se condice con las antecedentes recogidos en las entrevistas (que tienden a comprar compensado) y con el rendimiento carnicero de una canal (11% de posta, aprox.). No obstante, a partir de la evidencia y las entrevistas realizadas, si podemos afirmar lo siguiente. Primero, que las empresas exportadoras del Mercosur consideran en sus estrategias de compensación varios segmentos:

- Mercados de alto valor (precio), como el europeo, a los que envían cortes finos (rump & loin en la jerga comercial) y cortes diferenciados (Carne Natural y Cuotas Hilton y 481).
- Mercados de segunda línea, como Chile, a los que envían canales compensadas, parcialmente compensadas (14 o 17 cortes) o directamente cortes sin hueso de menor precio, pero de alta demanda en estos mercados (por ej. postas negra y rosada en Chile , picaña en Brasil o cuarto delantero en Israel).
- Mercados de bajo precio que tienen demandas internas fuertes e insatisfechas, como China y Rusia
- Mercado interno en los que no sólo venden los cortes de bajo valor, sino que también todos los cortes con hueso, en particular el asado (de tira), muy popular en todos sus países.

A lo anterior se suma que las empresas han avanzado a lo largo de la cadena, desarrollando nuevos productos o negocios alternativos para valorizar el resto de los productos. Por ejemplo usando despuntes y cortes de baja venta para procesados (hamburguesas) y procesando los subproductos en cueros y biodiesel (a partir de la grasa).

En esta ecuación, Chile es un país más. Excepto por supuesto para Paraguay, situación que podría cambiar cuando logren acceder al mercado chino. No hay duda que cualquier cambio en las regulaciones chilenas, será más temprano que tarde internalizado por las cadenas de estos países. Argentina y Uruguay han demostrado de sobra su capacidad de adaptarse a la demanda, sobre todo si las señales de precio son atractivas.

Desde la perspectiva de los importadores y distribuidores chilenos, las carnes del Mercosur son fundamentales para construir su oferta; es decir, armar el mix de productos que satisfaga la demanda de sus clientes. Incluyendo todos los orígenes, Chile ha pagado en promedio entre USD 4,00 y 6,50/kg, recibiendo Paraguay y Brasil los precios más bajos, Argentina y Uruguay más altos, pero por sobre estos EUA y Australia. La demanda chilena (supermercados, distribuidores y carnicerías) responde a señales de calidad a través de precios diferenciados. Las cadenas de supermercados se abastecen de un piso de cortes compensados o casi totalmente compensados (17, 20 o 24 cortes) y este lo complementan con cortes de menor valor, pero de alta demanda interna como posta negra, posta rosada, ganso y pollo ganso. Estos luego se distribuyen entre sus tiendas compensando las ventas de cortes de mayor valor en los sectores altos de la capital con las ventas de cortes de menor valor en otros lugares. Pero más importante que esto, es que la decisión de compra se define a partir del precio al que el minorista puede vender. La carne es un bien elástico y el segmento consumidor responde al precio: si este sube, caen las ventas. En consecuencia, si los precios de la carne caen, los minoristas saldrán a comprar más barato; y como vimos anteriormente, hay carne más barata. Es cierto que la elasticidad precio de la demanda, difiere según el estrato económico del consumidor y que, por lo tanto, existe un segmento dispuesto a pagar más por un producto de mayor calidad (orgánico, natural o Prime). Pero este es un nicho que en Chile no supera el 3 % del mercado.

Por último, es importante destacar que las condiciones necesarias para ser competitivo en mercados de cortes son volumen de producción, costos de producción y acceso a un gran número de mercados. Todos los países del Mercosur, y en particular Brasil, cumplen con estas condiciones, lo cual les permite comercializar no sólo los envíos compensados más comunes, sino también diseñar envíos de hasta de un solo corte, facilitando la optimización que realizan los importadores de cada país para satisfacer sus requerimientos internos.