

La integración del valor de la res porcina: cambios originados por la devaluación monetaria en Argentina

PATURLANNE, V.¹; BASSO, C.P.¹; VIEITES, C.M.¹

RESUMEN

Un factor que interviene en el consumo de carne porcina es el desfase entre el precio en el establecimiento productor y el final en supermercados. La integración de valor en la cadena porcina durante la convertibilidad y luego de la devaluación mostró la misma tendencia que en el resto de la economía: una suba en el nivel de precios al consumidor. Los precios de venta en góndola de carne vacuna se incrementaron en mayor porcentaje que los porcinos, mientras que para el animal en pie ocurrió lo contrario. El valor de la carne porcina no siguió las directrices del dólar en cuanto a la magnitud de su aumento, y lo mismo ocurrió cuando se lo comparó con la canasta familiar básica. Los cortes frescos porcinos más demandados por el consumidor: jamón, paleta y costeleta, registraron menor incremento en sus precios; cortes económicos como unto y grasa sufrieron la mayor suba. Luego de la devaluación, la producción primaria registró un mayor ingreso, que fue absorbido por el supermercado en un 53% y trasladado al consumidor final en un 47%. El supermercadismo redujo su participación en el valor agregado del 64% en el año 2001 al 45% en 2002.

Palabras clave: (res porcina), (devaluación monetaria), (integración de valor).

¹Cátedra de Porcinotecnia. Facultad de Agronomía, UBA. Av San Martín 4453 (C1417DSE) Buenos Aires, Argentina. e-mail: cbasso@agro.uba.ar

Recibido: diciembre 2003 - Aceptado: marzo 2005 - Versión on line: marzo 2005

Pork carcass value integration: changes due to monetary devaluation in Argentina

SUMMARY

A factor that affects pork meat consumption is the gap between farm price and supermarket price. The value integration analysis throughout the marketing pork chain during the peso-dollar one to one period and after the devaluation shock showed the same trend that the rest of the economy. Beef shelf prices grew more than those of pork meat, whereas farm prices showed the opposite trend. Pork meat value did not follow either the dollar performance or the basic needs basket increase in full extent. For fresh pork cuts, the lower price increases corresponded to those with the highest demand on the consumer's part –ham, shoulder and loin-; cheaper cuts such as internal fat and fat showed the highest rise. After the devaluation, primary production experienced a higher income, which was absorbed 53 % by supermarkets and 47% by final consumers. Supermarkets have reduced their participation in added value from 64% in 2001 to 45% in 2002.

Key words: (pork carcass), (monetary devaluation), (value integration).

INTRODUCCIÓN

La carne de cerdo es muy consumida en el mundo. Sin embargo, en Argentina y otros países se ve limitada por una serie de preconceptos, derivados de una mala información sobre su higiene y características nutritivas. Otro factor que interviene en el consumo de carne porcina es el desfase del precio del cerdo en el establecimiento productor y el precio final en el supermercado⁵.

La producción argentina se caracteriza por un gran número de establecimientos pequeños o medianos, que en su mayoría producen independientemente y comercializan en un mercado abierto. La competitividad se ve afectada por la escala, la deficiente gestión empresarial, la estructura organizacional, la diversidad de intereses de los distintos actores y la masiva concurrencia de productos importados. Los productores asociados manifiestan que la unión resulta beneficiosa para el logro de mejores condiciones de comercialización y precios⁷.

La nueva economía y los negocios agroalimentarios constituyen un nuevo paradigma de estudio e intervención, que lleva adelante una conceptualización profunda de las “ciencias de la cadena” como un conjunto de relaciones entre distintas unidades organizacionales que van desde los insumos agrícolas, pasando por el agro, la industria, la distribución hasta el consumidor^{1,3}. Es importante comprender que las relaciones entre los distintos eslabones de una misma cadena no es un juego que suma cero en el cual uno gana sólo a costas del otro, sino una relación en que ambos pueden ganar⁴.

La cadena de valor de una empresa está incluida en un campo más amplio de actividades llamado sistema de valor. El obtener y el mantener la ventaja competitiva depende no sólo de comprender la cadena de valor de una empresa, sino de cómo encaja la empresa en el sistema de valor general⁴. Los costos de producción en cada etapa deben ser minimizados para lograr la máxima eficiencia. También debe existir un flujo eficaz de producto de una etapa a la otra, por lo que la

cadena debe ser coordinada para minimizar los costos de transacción y lograr un máximo flujo de información a través de la misma⁸.

Una de las debilidades del sector porcino nacional es la ausencia de datos básicos confiables respaldados por metodologías probadas de captación de información (censos, encuestas, etc.) y la existencia de información atomizada en distintos organismos oficiales. Esta información, en general, no está disponible o es de difícil acceso para los usuarios, limitando la posibilidad de efectuar un análisis cuantitativo y cualitativo del sector con un alto grado de confiabilidad¹⁰.

No se han hallado antecedentes locales donde se detallen los ingresos de la comercialización en los sucesivos eslabones de la cadena de valor en el sector porcino, lo que impide determinar su eficiencia y cómo impacta el contexto político-económico en el sistema. La ignorancia de estas cuestiones dificulta que cada eslabón determine más eficazmente la rentabilidad de su empresa, provocando una pérdida de competitividad.

La historia de nuestro país se basó en la oferta de productos frescos y elaborados no diferenciados, pero se está tendiendo a darle valor agregado y a llegar más cerca del consumidor final. Los estratos de la cadena de comercialización generalmente obtienen más ganancias que el estrato productor. Para ubicar la producción, es importante conocer lo que demanda el mercado y hacer llegar el producto con una marca, buen envasado, de alta y constante calidad, con abastecimiento estable a lo largo del tiempo y con una publicidad agresiva².

Se comprueba una brecha muy grande entre lo que percibe el productor y lo que paga el consumidor. A un precio razonable el público consumiría mayor cantidad de carne fresca porcina⁶.

Los objetivos del presente trabajo son los de analizar la integración de valor en la cadena

porcina durante el último año de convertibilidad (2001) y luego de la devaluación (2002), y determinar la participación de cada actor para cada escenario mencionado; realizar un aporte de información donde se identifican los resultados económicos en los diferentes eslabones de la cadena de valor; comparar los cambios ocurridos en el sector porcino con el de otras cadenas cárnicas (bovina), con la devaluación de la moneda y con la variación del costo de vida y contribuir a futuras exploraciones referidas al tema en cuestión, ya sea para su aplicación, discusión y/o actualización.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se analizó el subsistema agroalimentario porcino de Argentina en condiciones macroeconómicas disímiles. El método de estática comparativa acota la información al mes de junio de 2001, bajo el régimen de convertibilidad (US\$1 = \$1); y a junio de 2002, donde la moneda local se encuentra devaluada con respecto al dólar estadounidense (US\$1 = \$3,53/\$3,82).

Se trabajó con datos del INDEC y Banco Central para conocer el incremento en el costo de la canasta familiar y el valor del dólar tipo vendedor respectivamente. Se utilizaron los datos del novillo liviano publicado en "Informe del sector de carnes bovinas, julio 2002" de la SAGPyA¹³, para confrontarlos con los precios de venta en pie y al consumidor de la carne fresca porcina^{11,12}.

Se realizó una investigación de diseño transversal. Para esto se procedió a la obtención de datos por medio de entrevistas personales a los agentes involucrados en el proceso, desde el productor primario hasta el comerciante minorista. Las encuestas de precios en el período 2001 se estudiaron desde el trabajo realizado por Vieites y col.⁹. Para el período 2002 se realizaron encuestas a bocas de expendio, supermercados

y carnicerías, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con el mismo criterio que el trabajo base. El número de encuestas para el año 2001 fue de 56 en hipermercados y 44 en carnicerías; en el 2002, fue de 26 y 6 respectivamente. La elección de las bocas de expendio no fue dirigida, sino según los encuestadores. Se registró el precio de venta al consumidor de todos los cortes frescos porcinos. Los costos de los insumos para la preparación de los cortes se obtuvieron por medio de entrevistas personales. Se decidió considerar a este agente separado del detallista, porque el costo de producción es significativo; los costos de faena, desposte y distribución surgieron de las entrevistas con los frigoríficos. Los precios de venta en pie de la categoría capones y hembras sin servicio son promedios ponderados obtenidos de una empresa particular, que utilizando una determinada genética y programa de alimentación, logra un 48,5% de magro (2 puntos por encima del promedio nacional). Las mermas de peso por transporte y costos del flete le corresponden al productor.

Para el cálculo de la distribución e integración del valor de la res y de los ingresos brutos de cada eslabón, se desagregó la res en sus diversos cortes y su proporción en la venta final del minorista (supermercado o carnicería), tomando como base de información las planillas de desposte de sucesivos meses de la empresa analizada. El total de animales de éstas es de 1679, con un peso promedio ponderado de 91,61 kg/cabeza. Con un rendimiento del 82,63% y una merma por corte de 1,99 kg se logran 73,61 kg de materia prima utilizable para su desposte. Cada uno de los cortes que integran la res se multiplicó por el precio promedio del total de las bocas de expendio, y así se llegó a integrar el valor de la misma.

Luego de hallar los ingresos brutos de cada eslabón pudieron establecerse las variaciones producidas de 2001 al siguiente año y así comparar el precio promedio de venta en las distintas bocas

de expendio con la devaluación de la moneda local y el incremento en el costo de vida.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con la información recopilada y analizada se determinaron los ingresos brutos de cada eslabón y la distribución e integración del valor de la res del subsistema porcino, para los dos años considerados.

El Ingreso por venta al consumidor, obtenido por la integración de la res para junio de 2001 fue de 259,6 \$/animal, y para junio de 2002 de 304,6 \$/animal (Tabla 1). Al dividir estos valores por el peso del animal en pie al ingreso en el frigorífico, se obtuvo el valor equivalente percibido por el supermercado/carnicería, resultando este de 2,83 y 3,32 \$/kg vivo respectivamente.

En la tabla 1 se observa el ingreso que se obtiene por cada uno de los cortes frescos que integran la res para los dos años considerados.

La distribución del valor está compuesta por la sumatoria del ingreso bruto de cada eslabón en relación al valor del kilogramo de res integrada. El supermercado registró el 44% del valor total en 2001 y el 24% en 2002; en el otro extremo de la cadena, el productor obtuvo el 31% y 46% y el empaque representó el 17% y 22% para ambos años respectivamente. El frigorífico (faena, desposte y distribución) y el transportista mantuvieron su participación en los dos períodos analizados (Tabla 2).

El valor agregado del producto, desde que sale del criadero hasta que llega a la góndola, para los dos períodos analizados fue de 1,94 \$/kg y 1,79 \$/kg respectivamente, representando un 69% y 54% del valor final de venta (tabla 3). Para el año 2001, la mayor proporción de este valor la obtiene el supermercado con el 64%, seguido por el sector de empaque con el 25%, el frigorífico con el 9%, y el transporte con el 2%. La producción primaria percibe el 31% del valor

Tabla 1. Integración del valor de la res porcina en \$, años 2001 y 2002.

Cortes frescos	Peso Promedio (kg/res)	Rendimiento (%)	Precio supermercado (\$/kg)		Ingreso (\$)	
			2001	2002	2001	2002
Jamón (chuleta)	20,27	27,54%	5,04	5,47	102,2	110,9
Paleta (chuleta)	11,01	14,95%	3,04	3,52	33,4	38,8
Matambrito	1,35	1,83%	7,57	8,63	10,2	11,6
Bondiola	3,50	4,75%	4,76	5,53	16,6	19,3
Costeletas	8,53	11,59%	4,43	5,52	37,8	47,1
Churrasquito	1,03	1,39%	4,59	6,50	4,7	6,7
Patitas	1,26	1,72%	2,07	2,58	2,6	3,3
Pechito c/ manta	7,10	9,65%	4,42	5,41	31,4	38,4
Hueso c/carne	1,21	1,64%	1,27	1,76	1,5	2,1
Rabos	0,54	0,73%	1,99	2,49	1,1	1,3
Cabeza	4,02	5,46%	1,52	1,79	6,1	7,2
Cuero	1,87	2,54%	0,88	1,30	1,6	2,4
Recorte	3,05	4,14%	2,20	2,75	6,7	8,4
Grasa	4,30	5,84%	0,55	1,09	2,4	4,7
Unto	1,79	2,43%	0,55	1,09	1,0	1,9
Rec. cuero y grasa	0,34	0,46%	0,70	1,19	0,2	0,4
Otros(*)	2,36	3,11%	0,00	0,00	0,0	0,0
Total		100%			259,6	304,6

(*) Riñón y Lengua (cortes de bajo valor y poco peso en la res)

Tabla 2. Distribución del valor de la res en la cadena porcina; años 2001 y 2002

	Año 2001		Año 2002	
	\$/kg	%	\$/kg	%
Ingreso Bruto del productor	0,89	31	1,53	46
Costo Transporte	0,03	2	0,05	2
Costo Frigorífico (faena, desposte y distribución)	0,17	6	0,20	6
Costos de materiales para la preparación de cortes	0,49	17	0,73	22
Ingreso por venta del supermercado al consumidor	1,25	44	0,81	24
Valor final ponderado	2,83	100	3,32	100

final pagado por el consumidor. Para el año 2002, las proporciones se modifican sustancialmente, y si bien el supermercado sigue captando la mayor proporción, ésta se redujo sensiblemente, ubicándose en 45%; y el mayor incremento lo muestra el empaque que pasó del 25% al 41%. La producción primaria también incrementó su participación, pasando del 31% en 2001 al 46% en el 2002 (Tabla 3).

Al comparar la integración de la res en los períodos anteriormente analizados, se pudo observar un incremento en los precios de venta al consumidor, que en promedio se ubicó en un 17%. Se encontraron variaciones desde un mínimo para el jamón con un 9% y un máximo para la grasa y el unto con un 96% de aumento en su valor. En la tabla 4 se muestran los cambios porcentuales de cada corte.

Durante la convertibilidad, la mayor proporción del valor final estuvo en manos del supermercado con el 44%; mientras que luego de la devaluación la mayor proporción la obtuvo el productor (46%). Los materiales para el empaque incrementaron su porcentaje del valor total en un 5%, en tanto que el transporte y el frigorífico mantuvieron sus proporciones. En los gráficos 1 y 2 se pueden ver la distribución del valor y los ingresos brutos de cada eslabón que componen la cadena de valor porcina en cortes frescos.

El valor agregado durante junio de 2002, expresado como porcentaje del valor final, representó una reducción del 8% cuando se lo confrontó con el año anterior. En la mayoría de los eslabones que conforman la cadena de valor porcina se encontraron incrementos en los ingresos brutos de comercialización luego de la devaluación, pero con algunas diferencias de acuerdo a cada uno de ellos. El transportista incrementó su participación en un 1%, el frigorífico en un 2%, el eslabón encargado de la preparación de los cortes fue el de mayor incremento, con un 16%, y el último eslabón, el supermercado, presentó una reducción del 19% en sus ingresos brutos, pero de todas maneras siguió siendo uno de los eslabones con mayores ingresos.

Al comparar los ingresos brutos de cada eslabón durante ambos períodos, teniendo en cuenta la heterogeneidad de los riesgos y costos de cada uno de ellos, se pudo observar que el incremento de 0,93 \$/kg en los ingresos brutos del productor, frigorífico, transporte y empacador, fueron absorbidos en un 47% por el supermercado, y el 53% restante se trasladó a la góndola. En la tabla 5 se muestra el aumento en \$/kg sobre el valor absoluto para cada eslabón.

La variación del precio del cerdo en pie en los dos períodos analizados registró un incremento del 72%, mientras que en igual

Tabla 3. Valor agregado percibido por cada eslabón desde la salida del criadero, años 2001 y 2002

	Año 2001		Año 2002	
	\$/kg	%	\$/kg	%
Ingreso Bruto de cada eslabón				
% percibido por Productor	0,89	31	1,53	46
Valor agregado (\$)	1,94		1,79	
% sobre el valor final	69		54	
% percibido por Transporte	0,03	2	0,05	3
% percibido por Frigorífico	0,17	9	0,20	11
% percibido costo materiales empaque	0,49	25	0,73	41
% por venta del Supermercado	1,25	64	0,81	45

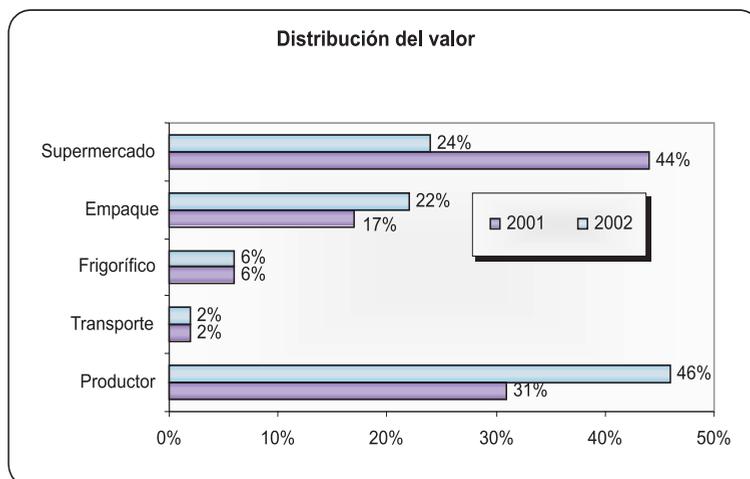


Gráfico 1. Comparación de la Distribución del Valor

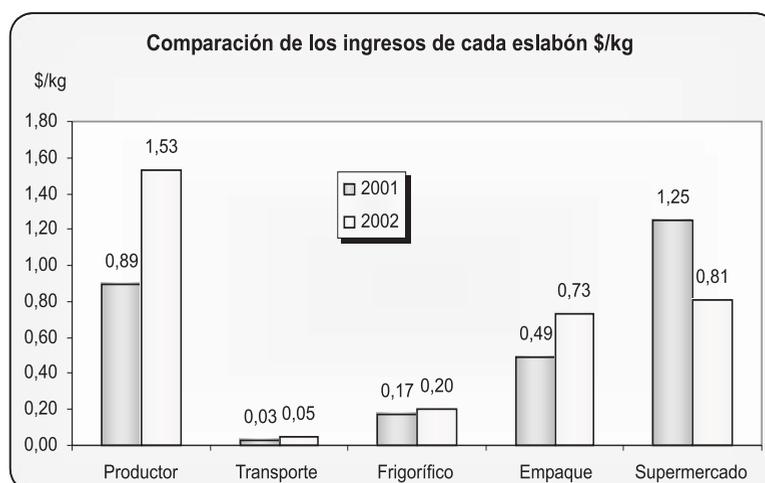


Gráfico 2. Comparación de los Ingresos Brutos (\$/kg)

período el bovino en pie registró un incremento del 65%. Cuando se compara el incremento del precio de la carne fresca porcina con la vacuna, se verifica una tendencia inversa; mientras la porcina se incrementó un 17% desde el mes de junio de 2001 hasta el mismo mes de 2002, la vacuna lo hizo en un 28% (Tabla 6).

Con la devaluación el valor del dólar, medido en pesos argentinos, sufrió un aumento del 271% y la canasta familiar básica del 85%, observándose que el precio del cerdo, tanto del kilo vivo como de la carne en góndola, no se desplaza en la misma proporción.

Tabla 4. Incremento en los precios de venta al consumidor de los cortes porcinos, en % (2002 vs 2001)

Cortes frescos	Incremento
Jamón (chuleta)	9%
Paleta (chuleta)	16%
Matambrito	14%
Bondiola	16%
Costeletas	25%
Churrasquito	42%
Patitas	25%
Pechito c/ manta	22%
Hueso c/carne	39%
Rabos	25%
Cabeza	18%
Cuero	48%
Recorte	25%
Grasa	96%
Unto	96%
Rec. cuero y grasa	70%

CONCLUSIONES

A partir del nuevo contexto inflacionario generado por la devaluación luego de diciembre de 2001, se observó en el subsistema porcino la misma tendencia que en el resto de la economía, es decir, una suba en el nivel de precios al consumidor. El valor promedio al público de los cortes frescos porcinos se incrementó en un 17%.

Los precios de venta en góndola de la carne vacuna se incrementaron en mayor porcentaje que en los porcinos, mientras que para el animal en pie ocurrió lo contrario. El valor de la carne porcina no siguió las directrices del dólar en cuanto a la magnitud de su aumento y lo mismo ocurrió cuando se lo comparó con la canasta familiar básica.

En los cortes frescos porcinos se observó que los productos más demandados por el consumidor, como ser el jamón, la paleta y la costeleta, fueron los que menor incremento tuvieron en sus precios. Cortes económicos como el unto y la grasa sufrieron la mayor suba.

El mayor ingreso logrado por el productor luego de la devaluación fue absorbido por el supermercado en un 53% y trasladado al consumidor final en un 47%. En razón de ello, el supermercado redujo su participación en el valor agregado del 64% en el año 2001 al 45% en 2002.

Tabla 5: Incremento en \$/kg sobre el valor absoluto de los ingresos brutos de cada eslabón de la cadena

	2001	2002	Incremento (%)
Ingreso Bruto del productor	0,89	1,53	0,64
Costo Transporte	0,03	0,05	0,02
Costo Frigorífico (faena, desposte y distribución)	0,17	0,2	0,03
Costos de materiales para la preparación de cortes	0,49	0,73	0,24
Ingreso por venta del supermercado al consumidor	1,25	0,81	-0,44
Valor final ponderado	2,83	3,32	0,49

Tabla 6: Comparación de la variación del precio de la carne fresca porcina con la bovina y otros indicadores económicos

Indicador	2001	2002	Variación (%)
Dólar (\$/unidad) (1)	1	3,71	271%
Canasta familiar básica (\$) (2)	49,01	90,67	85%
Cerdo en pie (\$/kg) (3)	0,89	1,53	72%
Vacuno en pie (\$/kg) (4)	0,83	1,37	65%
Carne fresca porcina (\$/kg)	2,83	3,32	17%
Carne fresca vacuna (\$/kg)	3,58	4,58	28%

Fuentes: (1) BCRA; (2) INDEC; (3) SAGPyA, Boletines Porcinos; (4) SAGPyA, Coord.de Mercados Ganaderos

De acuerdo a los resultados hallados, los ingresos de cada eslabón analizado en la comercialización del sistema agroalimentario porcino se modificaron a causa de la devaluación de la moneda local con respecto al dólar.

BIBLIOGRAFÍA

- GUTMAN, G. 1999. "El sector agropecuario y el sistema alimentario. Nuevas dinámicas, nuevos enfoques" en Revista Argentina de economía Agraria, vol. II, número 2. Buenos Aires, Argentina.
- MEDÁN, F., 1994; Dirección Nacional de Producción Agropecuaria; Serie Integración Vertical Porcinos; Venta de Cortes Frescos y Chacinados; Buenos Aires, Enero 1994 2ª edición.
- ORDOÑEZ, H. 2000. "Nueva Economía y Negocios Agroalimentarios". Curso de mercados agropecuarios. Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires.
- PORTER, M. E. 1987. "Ventaja competitiva". Capítulo I y II. CECSA, México. (Título original: Competitive Advantage. New York: Free Press. 1985).
- ROPPE, L. 1999. "Atualizaçao sobre os niveis de colesterol, gordura e calorías da carne suina". Suino cultura 500 anos. Associação Brasileira de Criadores de Suínos.
- SABINO, J. A., 1997; La Crianza Racional de los Cerdos; 1ª Edición. Orientación Gráfica, Editora SRL, Argentina pp. 113.
- VIEITES, C. M.; GAVIDIA, R.; BASSO, C.P.; DE CARO, A.; BASSO, L. R. y S. FORMENTO. 2000. Formas de Coordinación en el Sector Porcino Argentino. Revista Facultad de Agronomía, 21 (1):13-27. Buenos Aires, Argentina.
- VIEITES, C.M.; BASSO, C.P; DE CARO, A. y GAVIDIA, R. 2002. Situación Comparativa de la Coordinación en la Industria Porcina de Argentina, Brasil y Chile. Revista Anaporc (ISSN 1577-8576), N° 222, Mayo 2002. España.
- VIEITES, C.M.; Anahí GUTIERREZ; B. CASUCCIO y V. PATURLANNE. 2002. Precios de cortes porcinos frescos al consumidor en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires. Revista Facultad de Agronomía, 22 (2-3): 121-126. Buenos Aires, Argentina.
- www.sagpya.minproducción.gov.ar Taller organizado por la Secretaría de Agricultura con la participación de distintos integrantes del sector, 26 de abril de 2001.
- www.sagpya.minproducción.gov.ar Boletín de Información Porcina, Dirección de Ganadería Área Porcinos, Octubre, 2002.
- www.sagpya.minproducción.gov.ar Boletín de Información Porcina, Síntesis año 2001, Dirección de Ganadería Área Porcinos, Enero-Febrero, 2002.
- www.sagpya.minproducción.gov.ar "Informe del sector de carnes bovinas, julio 2002".