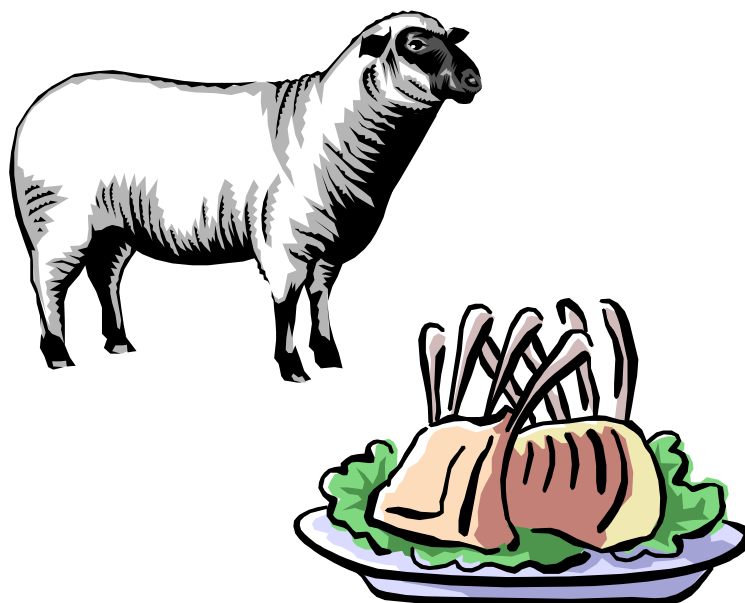


CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Autores: Federico Boggio y Miguel Angel Giacinti

E-mail: federicoboggio@yahoo.com.ar y giacinti@neunet.com.ar



Carne Ovina

**“EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS Y ENTORNO
COMPETITIVO DE LA CARNE OVINA”**

OCTUBRE-2001

INDICE

| | | |
|--------|---|---------|
| 1. | SITUACIÓN INTERNACIONAL | Pág. 7 |
| 1.a. | <i>Metodología de Análisis (MACA)</i> | Pág. 7 |
| 1.b. | <i>Visión Mundial de la carne ovina</i> | Pág. 9 |
| 1.c. | <i>Mercado Sostenible de carne ovina</i> | Pág. 12 |
| 1.d. | <i>Mercado Esforzado de carne ovina</i> | Pág. 13 |
| 1.e. | <i>Mercado Vulnerable de carne ovina</i> | Pág. 14 |
| 1.f. | <i>Mercado en Retracción de carne ovina</i> | Pág. 15 |
| 1.1. | PRODUCCIÓN | Pág. 16 |
| 1.1.1. | <i>A nivel mundial</i> | Pág. 16 |
| 1.1.2. | <i>En los mercados sostenibles</i> | Pág. 17 |
| 1.1.3. | <i>En los mercados esforzados</i> | Pág. 17 |
| 1.1.4. | <i>En los mercados vulnerables</i> | Pág. 18 |
| 1.1.5. | <i>En los mercados en retracción</i> | Pág. 18 |
| 1.2. | FAENA Y EXISTENCIA | Pág. 19 |
| 1.2.1. | <i>A nivel mundial</i> | Pág. 19 |
| 1.2.2. | <i>En los mercados sostenibles</i> | Pág. 20 |
| 1.2.3. | <i>En los mercados esforzados</i> | Pág. 21 |
| 1.2.4. | <i>En los mercados vulnerables</i> | Pág. 21 |
| 1.2.5. | <i>En los mercados en retracción</i> | Pág. 22 |
| 1.3. | IMPORTACIÓN | Pág. 23 |
| 1.3.1. | <i>A nivel mundial</i> | Pág. 23 |
| 1.3.2. | <i>En los mercados sostenibles</i> | Pág. 25 |
| 1.3.3. | <i>En los mercados esforzados</i> | Pág. 25 |
| 1.3.4. | <i>En los mercados vulnerables</i> | Pág. 26 |
| 1.3.5. | <i>En los mercados en retracción</i> | Pág. 27 |
| 1.4. | EXPORTACIÓN | Pág. 28 |
| 1.4.1. | <i>A nivel mundial</i> | Pág. 28 |
| 1.4.2. | <i>En los mercados sostenibles</i> | Pág. 30 |
| 1.4.3. | <i>En los mercados esforzados</i> | Pág. 30 |
| 1.4.4. | <i>En los mercados vulnerables</i> | Pág. 31 |
| 1.4.5. | <i>En los mercados en retracción</i> | Pág. 32 |

| | | |
|--------|--|---------|
| 1.5. | CONSUMO | Pág. 33 |
| 1.6. | VALORES CIF Y FOB | Pág. 35 |
| 1.6.1. | <i>A nivel mundial</i> | Pág. 35 |
| 1.6.2. | <i>En los mercados sostenibles</i> | Pág. 36 |
| 1.6.3. | <i>En los mercados esforzados</i> | Pág. 37 |
| 1.6.4. | <i>En los mercados vulnerables</i> | Pág. 38 |
| 1.6.5. | <i>En los mercados en retracción</i> | Pág. 39 |
| 2. | MERCOSUR | Pág. 40 |
| 2.1. | BRASIL | Pág. 42 |
| 2.1.a. | <i>Perfil productivo</i> | Pág. 42 |
| 2.1.b. | <i>Principales zonas productoras</i> | Pág. 43 |
| 2.1.c. | <i>Costos de producción</i> | Pág. 44 |
| 2.1.d. | <i>Precios</i> | Pág. 44 |
| 2.2. | URUGUAY | Pág. 45 |
| 2.2.a. | <i>Perfil productivo</i> | Pág. 45 |
| 2.2.b. | <i>Principales zonas productoras</i> | Pág. 46 |
| 2.2.c. | <i>Costos de producción</i> | Pág. 47 |
| 2.2.d. | <i>Precios</i> | Pág. 48 |
| 2.3. | CHILE | Pág. 49 |
| 2.3.a. | <i>Perfil productivo</i> | Pág. 49 |
| 2.3.b. | <i>Principales zonas productoras</i> | Pág. 50 |
| 2.3.c. | <i>Costos de producción</i> | Pág. 51 |
| 2.3.d. | <i>Precios</i> | Pág. 52 |
| 2.4. | ARGENTINA | Pág. 53 |
| 2.4.a. | <i>Perfil productivo</i> | Pág. 53 |
| 2.4.b. | <i>Principales zonas productoras</i> | Pág. 54 |
| 2.4.c. | <i>Costos de producción</i> | Pág. 55 |
| 2.4.d. | <i>Precios</i> | Pág. 56 |
| 2.4.e. | <i>Eslabonamiento productivo y comercial</i> | Pág. 57 |

| | | |
|--------|--|---------|
| 3. | PATAGONIA | Pág. 61 |
| 3.1. | <i>Perfil comercial</i> | Pág. 61 |
| 3.2. | <i>Principales zonas productoras</i> | Pág. 62 |
| 3.3. | <i>Costos de producción</i> | Pág. 63 |
| 3.4. | <i>Precios</i> | Pág. 65 |
| 3.5. | <i>Evolución de la actividad</i> | Pág. 66 |
| 3.6.1. | <i>Visión Estratégica en Río Negro (factores de éxito)</i> | Pág. 68 |
| 3.6.2. | <i>Entorno Competitivo en Río Negro (FODA)</i> | Pág. 69 |
| 3.6.3. | <i>Agenda para el desarrollo en Río Negro</i> | Pág. 71 |
| 4. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | Pág. 73 |
| 4.1. | <i>Mercado interno “vulnerable”</i> | Pág. 73 |
| 4.2. | <i>Exportación a “mercado vulnerable”</i> | Pág. 75 |
| 4.3. | <i>Posicionamiento ganadero en Río Negro</i> | Pág. 77 |
| 4.4. | <i>Reflexiones económicas</i> | Pág. 79 |
| 4.5. | <i>Implicancias de la nueva tendencia mundial</i> | Pág. 81 |
| 4.6. | <i>Recomendaciones</i> | Pág. 83 |
| 4.6.1. | <i>Necesidad de costos más competitivos</i> | Pág. 83 |
| 4.6.2. | <i>Mayor organización del sector</i> | Pág. 84 |
| 4.6.3. | <i>Pensamientos sobre la denominación de origen</i> | Pág. 86 |
| 4.6.4. | <i>Marketing y promoción</i> | Pág. 90 |
| 4.6.5. | <i>Ampliar conocimientos sobre la demanda</i> | Pág. 91 |
| 4.6.6. | <i>Elaborar una Agenda Nacional</i> | Pág. 92 |

ANEXOS

| | | |
|------|-----------------------------|---------|
| I – | Concepto y alcance de ovino | Pág. 93 |
| II – | Ley Ovina de Argentina | Pág. 96 |

TABLAS ESTADISTICAS

INDICE DE TABLAS

| | |
|--|---------|
| Tabla 1 - <i>Evolución mundial del negocio ovino</i> | Pág. 9 |
| Tabla 2 - <i>Caracterización de la situación mundial en ovinos</i> | Pág. 11 |
| Tabla 3 - <i>Evolución del negocio ovino en el mercado sostenible</i> | Pág. 12 |
| Tabla 4 - <i>Evolución del negocio ovino en el mercado esforzado</i> | Pág. 13 |
| Tabla 5 - <i>Evolución del negocio ovino en el mercado vulnerable</i> | Pág. 14 |
| Tabla 6 - <i>Evolución del negocio ovino en el mercado en retracción</i> | Pág. 15 |
| Tabla 7 - <i>Mercado de carne ovina en el Mercosur</i> | Pág. 40 |
| Tabla 8 - <i>Evolución del negocio ovino en el Mercosur</i> | Pág. 41 |
| Tabla 9 - <i>Evolución del negocio ovino en Brasil</i> | Pág. 42 |
| Tabla 10 - <i>Costo de producción ovino en Brasil</i> | Pág. 44 |
| Tabla 11 - <i>Evolución del negocio ovino en Uruguay</i> | Pág. 45 |
| Tabla 12 - <i>Costo de producción ovino en Uruguay</i> | Pág. 47 |
| Tabla 13 - <i>Evolución del precio del cordero en Uruguay</i> | Pág. 48 |
| Tabla 14 - <i>Evolución del precio de la oveja en Uruguay</i> | Pág. 48 |
| Tabla 15 - <i>Evolución del negocio ovino en Chile</i> | Pág. 49 |
| Tabla 16 - <i>Evolución del precio del cordero en Chile</i> | Pág. 52 |
| Tabla 17 - <i>Evolución del precio de la oveja en Chile</i> | Pág. 52 |
| Tabla 18 - <i>Evolución del negocio ovino en Argentina</i> | Pág. 53 |
| Tabla 19 - <i>Costo de producción ovino en Argentina</i> | Pág. 55 |
| Tabla 20 - <i>Evolución del precio del cordero en Argentina</i> | Pág. 56 |
| Tabla 21 - <i>Evolución del precio de la oveja en Argentina</i> | Pág. 56 |
| Tabla 22 - <i>Evolución de la faena de ovinos en Río Negro</i> | Pág. 61 |
| Tabla 23 - <i>Evolución, tipo y productividad de la majada ovina en la Patagonia</i> | Pág. 62 |
| Tabla 24 - <i>Costo comparativo de producción ovina en Río Negro</i> | Pág. 64 |
| Tabla 25 - <i>Precios de cordero en Patagonia</i> | Pág. 65 |
| Tabla 26 - <i>Evolución de las existencias de ovinos en Patagonia</i> | Pág. 66 |
| Tabla 27 - <i>Factores de éxito en carne bovina para Río Negro</i> | Pág. 70 |
| Tabla 28 - <i>Evolución del consumo de carnes en Argentina</i> | Pág. 73 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|--|---------|
| Figura 1 - <i>Modelo de Análisis del Consumo Agroalimentario</i> | Pág. 7 |
| Figura 2 - <i>Modelo de entrepreneur de Éohanisson y Gyllberg</i> | Pág. 8 |
| Figura 3 - <i>Tendencia del consumo mundial de carne ovina</i> | Pág. 10 |
| Figura 4 - <i>Evolución mundial de la producción de carne ovina</i> | Pág. 16 |
| Figura 5 - <i>Evolución mundial del índice de faena de carne ovina</i> | Pág. 19 |
| Figura 6 - <i>Evolución mundial de la existencia de ovinos</i> | Pág. 20 |
| Figura 7 - <i>Evolución mundial de las importaciones de ovinos en pie</i> | Pág. 23 |
| Figura 8 - <i>Evolución mundial de las importaciones de carne ovina</i> | Pág. 24 |
| Figura 9 - <i>Evolución mundial de las exportaciones de ovino en pie</i> | Pág. 28 |
| Figura 10 - <i>Evolución mundial de las exportaciones de carne ovina</i> | Pág. 29 |
| Figura 11 - <i>Evolución del consumo de carne ovina por habitante</i> | Pág. 34 |
| Figura 12 - <i>Evolución y tendencia de los CIF y FOB para carne ovina</i> | Pág. 35 |
| Figura 13 - <i>Evolución y tendencia de los CIF y FOB para carne ovina en el mercado sostenible</i> | Pág. 36 |
| Figura 14 - <i>Evolución y tendencia de los CIF y FOB para carne ovina en el mercado esforzado</i> | Pág. 37 |
| Figura 15 - <i>Evolución y tendencia de los CIF y FOB para carne ovina en el mercado vulnerable</i> | Pág. 38 |
| Figura 16 - <i>Evolución y tendencia de los CIF y FOB para carne ovina en el mercado en retracción</i> | Pág. 39 |
| Figura 17 - <i>Zonas productoras de ovinos en Brasil</i> | Pág. 43 |
| Figura 18 - <i>Zonas productoras de ovinos en Uruguay</i> | Pág. 46 |
| Figura 19 - <i>Zonas productoras de ovinos en Chile</i> | Pág. 50 |
| Figura 20 - <i>Zonas productoras de ovinos en Argentina</i> | Pág. 54 |
| Figura 21 - <i>Ranking de los factores de éxito ganadero en Río Negro</i> | Pág. 77 |
| Figura 22 - <i>Tendencia y volatilidad del precio del cordero en Argentina</i> | Pág. 79 |
| Figura 23 - <i>Tendencia del precio del cordero en el Mercosur</i> | Pág. 80 |

1. SITUACIÓN INTERNACIONAL

1.a. Metodología de análisis (MACA)

El Modelo de Análisis del Consumo Agroalimentario (MACA), que se presenta en la Figura 1, es muy útil para la formulación del planeamiento estratégico de los productores y empresas vinculadas al sector agroalimentario en general, así como del sector cárnico en particular, como instrumento innovador en el análisis del negocio.

En el se reconocen al menos cuatro mercados desde el punto de vista del consumo anual en toneladas: 1) El “mercado sostenible”, es aquél en el cual todas las carnes, incluida la que está bajo análisis (ovina en el caso del ejemplo), se encuentran en crecimiento. 2) El “mercado esforzado”, es cuando se registra crecimiento en el segmento de la carne analizada, a pesar de caer el consumo de las carnes en general. 3) El “mercado vulnerable” para la carne analizada, se caracteriza por una caída del consumo de este segmento en particular, a pesar de mostrar aumento en el resto de las carnes. 4) El “mercado en retracción”, es aquél donde se registra una caída en el consumo de la carne analizada y del sector en general.

Figura 1 - Modelo de Análisis del Consumo Agroalimentario

| M A C A | Disminuye el consumo de las carnes en general (- %) | Aumenta el consumo de las carnes en general (+ %) |
|--|--|--|
| Aumenta el consumo de carne ovina (+ %) | MERCADO ESFORZADO | MERCADO SOSTENIBLE |
| Disminuye el consumo de carne ovina (- %) | MERCADO EN RETRACCION | MERCADO VULNERABLE |

Fuente: Diseño y desarrollo del modelo propio¹.

La finalidad del modelo, no es otra que la de establecer qué países se encuentran ubicados en cada una de las cuatro clasificaciones, así como el perfil socioeconómico que subsiste en cada uno de los mercados.

¹ Giacinti, 2000. Publicado en Fruticultura Profesional n° 109, páginas 5 a 25 (Barcelona, España), así como también en el portal en Internet www.agrohispna.com “Visión mundial del consumo agroalimentario”.

Esto ayuda al gerenciamiento del negocio, dado que cada región o empresa en forma individual, puede precisar el posicionamiento del mercado en el cual se encuentra operando, o desea incursionar, y de esta manera precisar con más claridad la definición de la estrategia a desarrollar en cada caso. La teoría de base considerada, es que los agentes que operan en el negocio de los agroalimentos, necesitan un gran flujo de capital, y esto conlleva, en estos tiempos, formular un adecuado Plan de Negocios, que además de ser rentable, debe precisar la visión sobre el negocio que lo sustenta.

Los mercados en crecimiento, en general, son importantes para construir un plan estratégico de penetración, pero de rentabilidad muy difícil de conseguir si no se tiene buenos costos de producción, transformación y comercialización. Estos son mercados muy competitivos y generalmente no se asocian a elevados precios. Estos mercados, seducen al capital, a la hora del financiamiento del plan de negocios. Por el contrario, pueden presentarse nichos de mercados que coincidan o no con tasas positivas de crecimiento, y que igualmente, sustenten un plan de negocios rentable.

En síntesis, el Modelo de Análisis del Consumo Agroalimentario (MACA) ayuda a comprender el mercado en el cual se está produciendo y comercializando, y también, a generar una visión estratégica moderna (concepto de emprendedor o *entrepreneur* de Éohanisson y Gyllberg); evaluando la información con vistas al desarrollo del negocio en el corto y mediano plazo y por consiguiente, lograr un avance de los productores y empresarios hacia el modelo emprendedor, donde la acción responde más a la visión sobre el negocio que a la planificación en sí misma. Este es el principal problema de las economías regionales en Argentina, detectado y señalado en una publicación del Instituto Argentino de Mercados de Capitales -IAMC-².

Figura 2 - Modelo de *entrepreneur* de Éohanisson y Gyllberg²



² González Fraga J., Giraldez R., Trucco V., Curat P. y Giacinti M., 1999. "Políticas para las pequeñas y medianas empresas: evaluación y propuestas", editado por la Mesa PyME del Banco Nación Argentina. Página 173.

1.b. *Visión Mundial de carne ovina*

En general, se puede observar que el consumo mundial de carnes ovinas (incluido caprinos/FAO) entre 1990 y 1999, pasó de 9.4 a 11.1 millones de toneladas, significando que el consumo anual por habitante evolucionara de 1.8 a 1.9 kilos. El incremento de la producción es a partir de un ligero aumento en la productividad de los rodeos como se observa en el incremento del índice de faena, acompañado de una acentuación del comercio internacional y de una leve declinación de las existencias ganaderas a lo largo del período analizado.

Tabla 1 – Evolución mundial del negocio ovino (incluye caprinos)

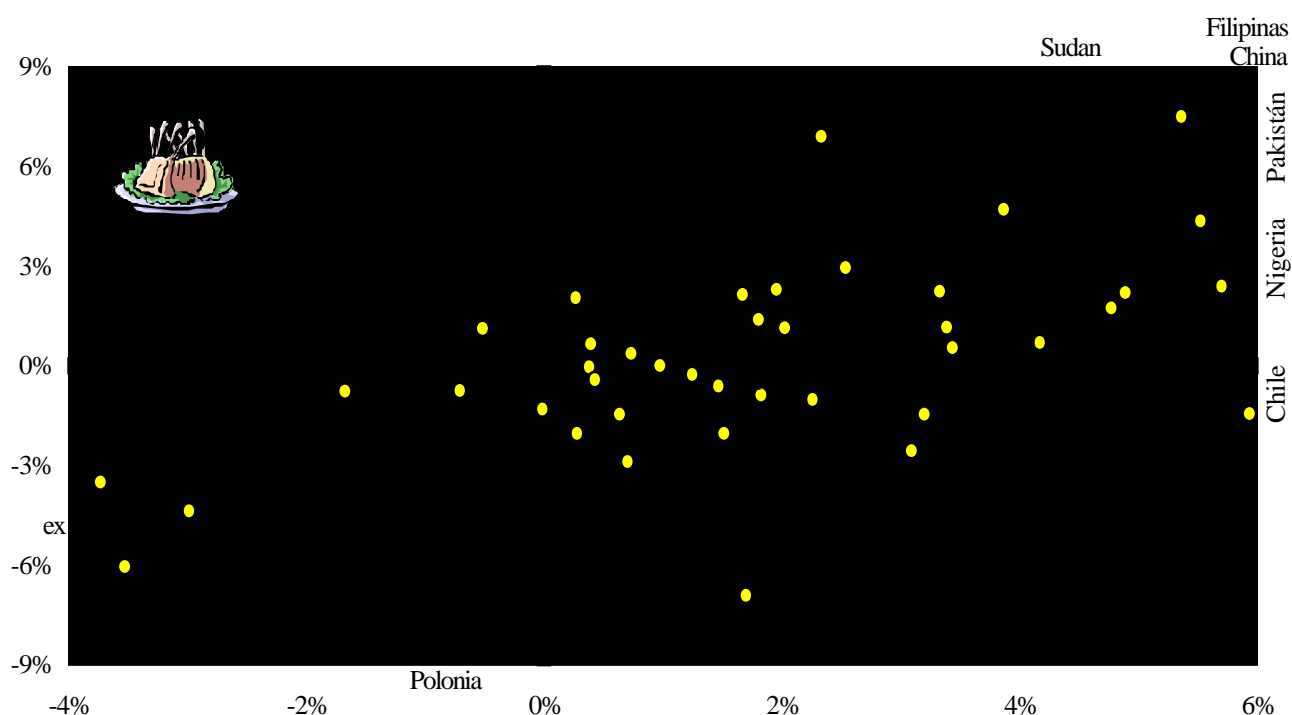
| indicadores | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
|----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Producción ⁽¹⁾ | 9.544 | 9.699 | 9.922 | 10.084 | 10.334 | 10.565 | 10.556 | 10.983 | 11.287 | 11.499 |
| Importación ⁽¹⁾ | 795 | 811 | 823 | 762 | 771 | 797 | 824 | 790 | 815 | 815 |
| Exportación ⁽¹⁾ | 829 | 851 | 942 | 874 | 869 | 874 | 874 | 855 | 880 | 888 |
| Consumo ⁽¹⁾ | 9.360 | 9.491 | 9.541 | 9.801 | 9.993 | 10.230 | 10.334 | 10.728 | 10.969 | 11.216 |
| Otros ⁽¹⁾ | 150 | 168 | 262 | 172 | 243 | 258 | 173 | 190 | 253 | 210 |
| Existencia ⁽²⁾ | 1.196.515 | 1.180.893 | 1.159.077 | 1.135.961 | 1.124.777 | 1.090.882 | 1.073.568 | 1.056.274 | 1.056.626 | 1.059.421 |
| Faena/Exist. | 36% | 37% | 38% | 39% | 40% | 41% | 41% | 42% | 43% | 43% |
| Consumo kg/hab | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,9 | 1,9 |
| CIF (USD/kg) | 2,6 | 2,4 | 2,6 | 2,6 | 2,8 | 2,9 | 3,1 | 3,2 | 2,8 | 2,7 |
| FOB (USD/kg) | 2,1 | 2,1 | 2,1 | 2,2 | 2,3 | 2,3 | 2,6 | 2,9 | 2,4 | 2,2 |

Referencia: ⁽¹⁾ miles de toneladas y ⁽²⁾ miles de cabezas

El crecimiento mundial observado va acompañado de una tendencia muy particular en la demanda de carnes en general y de ovinos en particular, permitiendo reafirmar que la tendencia en el consumo de carne ovina en los 90' no fue hacia un mercado único o global, al igual que lo observado en bovinos y tal como acontece también en porcinos y en animales de granja o avícolas³. Se reconoce la existencia de una tendencia hacia cuatro mercados diferentes como son: los sostenibles (donde crece el consumo de carnes en general y el de ovino), los esforzados (no crece el consumo de carnes; sí en el caso de ovinos), los vulnerables (por el contrario, crece el consumo de carnes y cae el ovino) y los que están en retracción (cae la demanda de carnes y de ovinos), más que a un mercado único o global.

³ Giacinti, 2001. Revista de la Asociación Rural del Uruguay de Abril, "Visión mundial del consumo de carnes"

Figura 3 - Tendencia del consumo mundial de carne ovina y caprina (1990/99)



Al igual que en carnes bovinas, la tendencia en los 90' en el consumo de carne ovina y caprina, presenta la existencia de al menos cuatro mercados muy diferenciados, dado que se distribuye en un 61.1% en el mercado sostenible, un 0.9% en mercado esforzado, un 22.5% en mercado vulnerable y el restante 15.5% en mercado en retracción (Figura 17). El posicionamiento en el consumo, si no se considera la información de China, marca aun más la inexistencia de un mercado único, dado que el mercado sostenible disminuye al 57% y se incrementan el esforzado al 2%, el vulnerable al 25% y en retracción al 16%.

Los cambios señalados anteriormente sobre la tendencia mundial del consumo agroalimentario¹ en general, así como también sobre carne ovina, obedecen a una serie de factores incidentes, entre los cuales se pueden mencionar: subsidios agrícolas, pautas culturales, religión, seguridad alimentaria, precio del petróleo, poder adquisitivo del consumidor, incremento de la población de mayor edad, aumento de la urbanización, publicidad, condiciones climáticas, tipo de cambio real, aranceles de importación, impuestos internos, distribución comercial, áreas comunes de comercio, barreras sanitarias y acuerdos bilaterales, entre otros temas.

¹ Giacinti, 2000. Publicado en Fruticultura Profesional n° 109, páginas 5 a 25 (Barcelona, España), así como también en el portal en Internet www.agrohispana.com como "Visión mundial del consumo agroalimentario".

El aumento de la producción deviene de un ligero incremento en la productividad de los rodeos que se observa en el incremento del índice de faena. En los mercados donde crece el consumo de carne ovina (sostenible y esforzado), se observan los mayores índices de faena. La exportación se concentra en los mercados sostenible y vulnerable, mientras que la importación en el mercado vulnerable.

El principal consumo se concentra en el mercado sostenible, mientras que las importaciones en el mercado vulnerable. Sin embargo los niveles anuales por habitante, muestran que los mercados en retroceso en cuanto a la demanda de carne ovina y caprina (vulnerable y en retracción), tienen los mayores indicadores de consumo.

Tabla 2 - Caracterización de la situación mundial en ovinos

| Indicadores (valores promedio 1990/1999) | Mercado mundial | Mercado sostenible [#] | Mercado esforzado [#] | Mercado vulnerable [#] | Mercado en retracción [#] |
|---|-----------------|---------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|
| Producción (mill. ton) | 10.447 | 62,9% | 0,5% | 22,8% | 13,8% |
| Importación (mill. ton) | 800 | 22,8% | 5,3% | 58,4% | 13,5% |
| Exportación (mill. ton) | 874 | 48,9% | 0,3% | 48,2% | 2,6% |
| Consumo (mill. ton) | 10.166 | 61,1% | 0,9% | 22,5% | 15,5% |
| Existencias (mill. Cabezas) | 1.113.400 | 49,8% | 0,3% | 33,1% | 16,8% |
| - Faena/(Faena + existencias) | 40,1% | 46,1% | 46,1% | 30,1% | 35,2% |
| Consumo (kg/hab) | 1,8 | 1,7 | 1,0 | 2,4 | 2,8 |
| Variación anual del consumo | 1.8% | 4.0% | 1.1% | -1.7% | -6.2% |
| Precio CIF (USD/kg) | 2,8 | 2,0 | 4,1 | 3,0 | 3 |
| Precio FOB (USD/kg) | 2,3 | 2,2 | 4,2 | 2,3 | 3 |
| Población (mill. habitantes) | 5.608 | 79,9% | 0,2% | 7,8% | 12,1% |

Referencia: (#) sobre la base de los países estudiados

Los mejores valores en el comercio internacional se presentan en el mercado esforzado, siguiéndole en importancia el vulnerable y en retracción. Los precios FOB y CIF más bajos se ubican en el mercado sostenible, donde el consumo tiene la mayor tasa de crecimiento anual entre 1990 y 1999.

Por último, a manera de comparación y resumen, cabe señalar que la producción y el consumo ovino (incluido caprino) son el equivalente al 18% del sector bovino, mientras que en el comercio internacional la proporción es del 12%. En este último caso, con la particularidad que las importaciones de carne ovina se concentran en el mercado vulnerable, mientras que en carne bovina es en el mercado sostenible.

1.c. *Mercado Sostenible de carne ovina*

Los países que se ubican en este mercado "sostenible", en orden de importancia en cuanto al consumo anual de carne ovina y caprina, son: China, Pakistán, India, Irán, Turquía, Sudán, Nigeria, Argelia, Arabia Saudita, Marruecos, Brasil, Egipto, Nueva Zelanda, México, Filipinas, Libia, Emiratos Arabes, Holanda, Colombia, Malasia, Austria, Venezuela, Israel, Suecia, Viet Nam y Paraguay.

Tabla 3 – Evolución del negocio ovino en el mercado sostenible

| Indicadores | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
|----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Producción ⁽¹⁾ | 4.420 | 4.660 | 4.856 | 5.046 | 5.309 | 5.732 | 5.888 | 6.403 | 6.721 | 6.939 |
| Importación ⁽¹⁾ | 117 | 176 | 176 | 154 | 164 | 155 | 183 | 162 | 178 | 179 |
| Exportación ⁽¹⁾ | 407 | 399 | 452 | 391 | 352 | 372 | 401 | 377 | 375 | 364 |
| Consumo ⁽¹⁾ | 4.076 | 4.352 | 4.540 | 4.769 | 5.057 | 5.429 | 5.606 | 6.090 | 6.338 | 6.578 |
| Otros ⁽¹⁾ | 55 | 85 | 40 | 40 | 64 | 86 | 64 | 99 | 186 | 175 |
| Existencia ⁽²⁾ | 446.357 | 443.630 | 447.512 | 451.509 | 460.806 | 467.013 | 471.792 | 466.759 | 476.236 | 487.031 |
| Faena/Exist. | 42% | 43% | 44% | 45% | 45% | 47% | 47% | 49% | 49% | 49% |
| Consumo kg/hab. | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,5 | 1,6 | 1,7 | 1,7 | 1,8 | 1,9 | 1,9 |
| CIF (USD/kg.) | 2,1 | 1,8 | 2,0 | 1,7 | 2,0 | 2,1 | 2,2 | 2,3 | 2,1 | 1,7 |
| FOB (USD/kg.) | 1,8 | 1,9 | 1,8 | 2,1 | 2,3 | 2,2 | 2,5 | 3,0 | 2,4 | 2,1 |

Referencia: ⁽¹⁾ miles de toneladas y ⁽²⁾ miles de cabezas

El mercado sostenible de carne ovina participa con el 61.1% del consumo (5.6 millones de toneladas promedio década) y el 62.9% de la producción mundial. Durante la década analizada ha tenido crecimiento en todas sus variables características, a excepción de las exportaciones.

El incremento anual del consumo se ubicó en el 4%, entre 1990 y 1999, cuando a nivel mundial fue del 1.8%. Este mercado no se caracteriza por tener un consumo anual alto por habitante, a diferencia de lo observado en los mercados vulnerable y en retracción.

Las exportaciones tendieron a la baja, mientras que las importaciones fueron en alza, pero manteniendo su figura de neto exportador. El mercado sostenible paga los menores precios promedio de la década a nivel CIF (USD 2/kg) y FOB (USD 2.2/kg), con una participación mundial promedio del 48.9% en los volúmenes de exportación, decayendo al 22.8% en el caso de las importaciones mundiales.

1.d *Mercado Esforzado en carne ovina*

El mercado esforzado está representado únicamente por Alemania en la muestra estadística, mientras que en carne bovina era Bélgica y Luxemburgo.

Participa en una pequeña proporción del consumo (0.9%) y de la producción mundial (0.5%), pero su posicionamiento en las importaciones presenta niveles superiores (5.3%), con una tasa importante de faenamiento (46.1%); en comparación con la media mundial (40.1%).

La caída observada en la producción, mientras que el consumo se mantuvo relativamente estable en 1 kilo por habitante/año, determinó el aumento de las importaciones.

Tabla 4 – Evolución del negocio ovino en el mercado esforzado

| indicadores | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
|----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Producción ⁽¹⁾ | 50 | 50 | 44 | 41 | 40 | 42 | 43 | 44 | 44 | 44 |
| Importación ⁽¹⁾ | 34 | 31 | 36 | 36 | 38 | 40 | 46 | 40 | 41 | 39 |
| Exportación ⁽¹⁾ | 3 | 10 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| Consumo ⁽¹⁾ | 82 | 70 | 78 | 75 | 78 | 80 | 87 | 81 | 83 | 81 |
| Otros ⁽¹⁾ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Existencia ⁽²⁾ | 4.135 | 3.239 | 2.488 | 2.386 | 2.369 | 2.340 | 2.395 | 2.324 | 2.302 | 2.298 |
| Faena/Exist. | 35% | 43% | 48% | 48% | 47% | 47% | 47% | 49% | 48% | 49% |
| Consumo kg/hab. | 1,0 | 0,9 | 1,0 | 0,9 | 1,0 | 1,0 | 1,1 | 1,0 | 1,0 | 0,9 |
| CIF (USD/kg.) | \$ 3,8 | \$ 3,8 | \$ 3,9 | \$ 3,8 | \$ 3,9 | \$ 4,3 | \$ 4,6 | \$ 4,7 | \$ 4,3 | \$ 4,0 |
| FOB (USD/kg.) | \$ 3,8 | \$ 1,6 | \$ 4,4 | \$ 3,7 | \$ 4,4 | \$ 4,9 | \$ 4,7 | \$ 4,7 | \$ 4,6 | \$ 4,9 |

Referencia: ⁽¹⁾ miles de toneladas y ⁽²⁾ miles de cabezas

Su perfil de neto importador se ha incrementado a partir de 1992, registrándose en 1996 el mayor nivel de importación, coincidentemente con el consumo mas alto de la década.

Las importaciones de carne ovina y caprina, crecen en representación sobre el la oferta (producción más importación), pasando del 40% en 1990, al 47% en 1999

Los precios unitarios del intercambio comercial son los más altos del mercado mundial. Los precios promedio de la década, a nivel CIF fueron de 4.1 dólares por kilo de carne, mientras que los FOB ascendieron a 4.2 dólares por kilo.

Los precios de importación fueron más estables que los de exportación a lo largo de la década, con un coeficiente de desvío estándar sobre el promedio del 8% para los precios CIF y del 24% en los valores FOB.

1.e. ***Mercado Vulnerable de carne ovina***

En mercado vulnerable están: Inglaterra, Australia, Francia, España, Estados Unidos, Etiopía, Grecia, Argentina, Uruguay, Japón, Portugal, Canadá, Chile, Corea y Tailandia.

La particularidad de este mercado, es que mientras ha crecido el consumo de carnes en general, el de ovinos ha caído en el 1.7% anual, de ahí que se hable de situación vulnerable.

Este mercado representa el 22.5% del consumo mundial (2 millones de toneladas promedio década), produce el 22.8% del total y contiene al 7.8% de la población. Las existencias ganaderas han registrado una caída del 23% a lo largo del período analizado.

De un perfil de neto importador, ha pasado a una situación de equilibrio o neto exportador, a lo largo del período, representando el 58.4% de las compras internacionales o importaciones a nivel mundial, mientras que en exportaciones representa el 48.2%.

Tabla 5 – Evolución del negocio ovino en el mercado vulnerable

| indicadores | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
|----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Producción ⁽¹⁾ | 2.104 | 2.151 | 2.111 | 2.088 | 2.089 | 2.030 | 1.953 | 1.888 | 1.948 | 1.911 |
| Importación ⁽¹⁾ | 424 | 400 | 444 | 419 | 415 | 438 | 431 | 406 | 418 | 424 |
| Exportación ⁽¹⁾ | 315 | 349 | 380 | 372 | 400 | 411 | 373 | 389 | 413 | 432 |
| Consumo ⁽¹⁾ | 2.063 | 2.051 | 2.032 | 1.993 | 1.969 | 1.923 | 1.882 | 1.832 | 1.849 | 1.903 |
| Otros ⁽¹⁾ | 150 | 150 | 143 | 141 | 135 | 134 | 128 | 73 | 104 | 0 |
| Existencia ⁽²⁾ | 356.150 | 348.706 | 332.080 | 317.605 | 307.609 | 289.623 | 282.383 | 282.570 | 278.583 | 274.509 |
| Faena/Exist. | 28% | 28% | 29% | 30% | 30% | 31% | 31% | 31% | 31% | 31% |
| Consumo kg/hab. | 2,6 | 2,6 | 2,5 | 2,5 | 2,4 | 2,3 | 2,3 | 2,2 | 2,2 | 2,2 |
| CIF (USD/kg.) | 2,7 | 2,7 | 2,7 | 2,8 | 2,9 | 3,0 | 3,4 | 3,5 | 3,1 | 3,0 |
| FOB (USD/kg.) | 2,2 | 2,1 | 2,1 | 2,1 | 2,2 | 2,3 | 2,7 | 2,6 | 2,2 | 2,1 |

Referencia: ⁽¹⁾ miles de toneladas y ⁽²⁾ miles de cabezas

Los precios CIF son mayores a los FOB en un 31%, y tanto el consumo como la producción han tenido una leve disminución entre 1990 y 1999.

La población se ha incrementado 11% pero el consumo por habitante se ha reducido, siendo en promedio para la década de 2.4 kg/hab.

El consumo anual promedio entre 1990 y 1999, presenta a los mercados vulnerable y en retracción (2.8 kg/hab) con los registros por habitante más altos, mientras que el esforzado (1 kg/hab) y el sostenible (1.7 kg/hab) tienen menores indicadores de consumo.

1.f. *Mercado en Retracción en carne ovina*

Por último en el mercado en retracción se encuentran: la ex URSS (Rusia Federativa, Ucrania, Moldavia y Bielorrusa), Sudáfrica, Italia, Rumania, Bélgica, Hungría y Polonia.

Este mercado representó en promedio el 15.5% del consumo mundial de carne ovina (1.1 millones de toneladas) y el 13.8% de la producción.

Se caracterizó por una fuerte reducción de su producción y de las existencias ganaderas, así como de una retracción en el volumen de consumo.

El índice de faena se ha visto incrementado a lo largo del periodo, pero mostrando porcentajes por debajo de la media mundial para el periodo 1990 a 1999 (40.1%).

La población de los países en este mercado representa el 12.1% del total mundial y aumentó en el período analizado el 3% pero con una disminución abrupta del consumo anual por habitante (-6.2%), que tiene un nivel actual de 2.2 kg/hab.

Tabla 6 – Evolución del negocio ovino en el mercado en retracción

| Indicadores | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
|----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Producción ⁽¹⁾ | 1.381 | 1.284 | 1.381 | 1.482 | 1.402 | 1.250 | 1.148 | 1.043 | 1.006 | 978 |
| Importación ⁽¹⁾ | 134 | 130 | 83 | 68 | 70 | 80 | 97 | 111 | 109 | 101 |
| Exportación ⁽¹⁾ | 26 | 8 | 17 | 14 | 27 | 29 | 17 | 19 | 20 | 24 |
| Consumo ⁽¹⁾ | 1.561 | 1.483 | 1.468 | 1.529 | 1.434 | 1.303 | 1.240 | 1.157 | 1.110 | 1.055 |
| Otros ⁽¹⁾ | -72 | -77 | -21 | 8 | 11 | -3 | -13 | -22 | -15 | 0 |
| Existencia ⁽²⁾ | 212.044 | 203.652 | 194.058 | 181.604 | 169.609 | 146.077 | 130.136 | 115.153 | 106.425 | 103.973 |
| Faena/Exist. | 32% | 33% | 32% | 34% | 35% | 37% | 37% | 37% | 38% | 37% |
| Consumo kg/hab. | 3,3 | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 3,0 | 2,7 | 2,6 | 2,4 | 2,3 | 2,2 |
| CIF (USD/kg.) | 2,3 | 2,3 | 2,9 | 3,1 | 3,3 | 3,1 | 2,8 | 2,6 | 2,5 | 2,5 |
| FOB (USD/kg.) | 2,8 | 4,0 | 3,2 | 3,3 | 2,3 | 2,4 | 3,7 | 4,2 | 4,2 | 3,3 |

Referencia: ⁽¹⁾ miles de toneladas y ⁽²⁾ miles de cabezas

El perfil de importador neto de carne de este mercado sufrió una ligera disminución entre 1990 y 1995, para luego incrementarse hasta en la actualidad.

Los precios promedio de la década para exportación FOB, superaron en 19% o a los de importación CIF. Los valores FOB y CIF por kilo de carne ovina y caprina son relevantes a nivel mundial, sin superar los altos precios observados en el mercado esforzado.

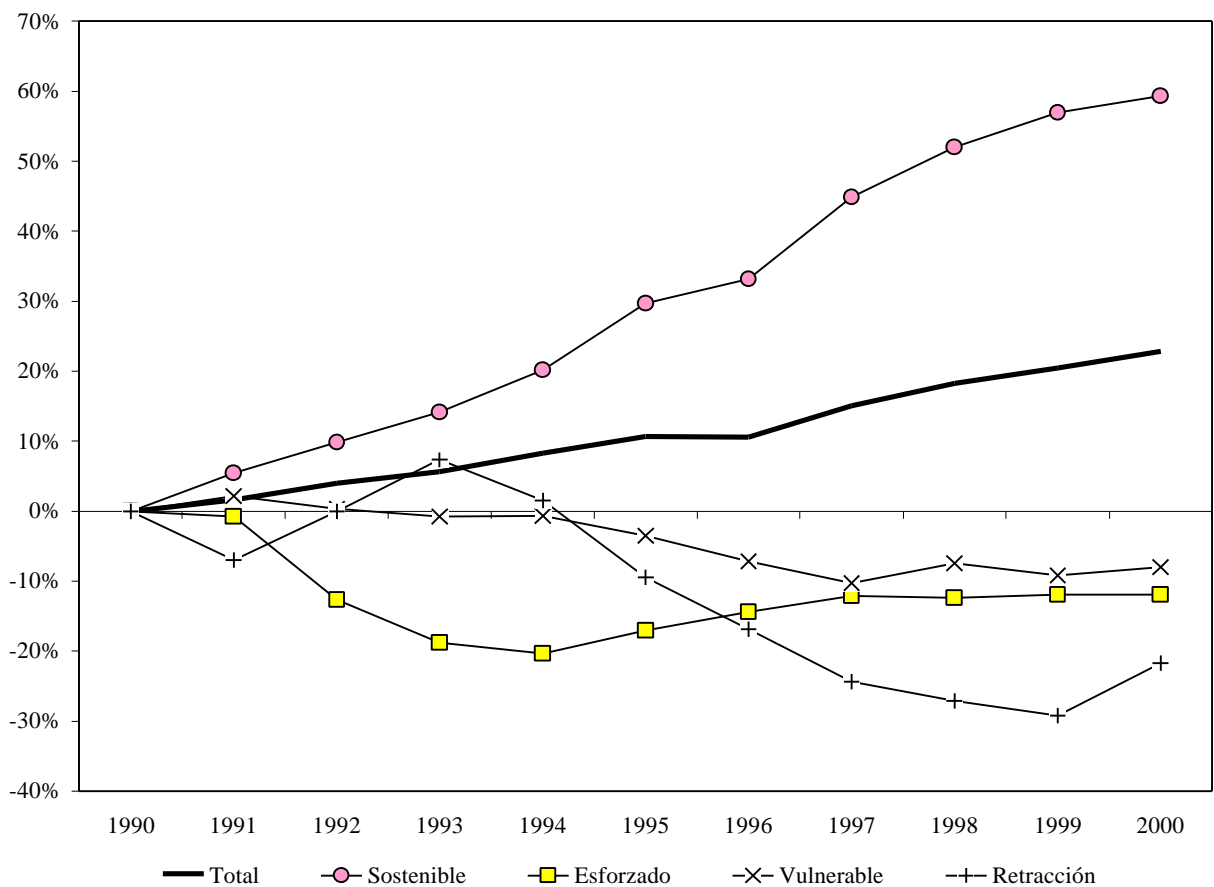
1.1. PRODUCCIÓN

1.1.1. A nivel mundial

La producción de carne ovina (que incluye la caprina, al mostrar FAOSTAT⁴ datos agrupados para el consumo) en la actualidad es de 11.7 millones de toneladas (Cuadro 3.3), con una tasa de crecimiento anual del 2.10% para el período 1990 al 2000, o del 2.07% anual entre 1990 y 1999 (calculado sobre la base de la pendiente del ajuste de tendencia lineal).

De tal forma que el crecimiento acumulado a nivel total es del 23%, mientras que para el mercado sostenible la variación acumulada es del 59%. Para el mercado en retracción la disminución acumulada llega al 22%, mientras que para los que se encuentran en mercados esforzado y en vulnerable la caída es del 12% y 8% respectivamente.

Figura 4 – Evolución mundial de la producción de carne ovina (1990 = base)



⁴ Base de datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, Italia.

1.1.2. *En el mercado sostenible*

La tasa de crecimiento anual entre 1990 y 1999 en la producción total es del 2.07%, mientras que la del mercado sostenible es del 4.9%, fundamentalmente por el crecimiento de Libia (13.4%), Filipinas (9.7%), China (9.3%), Sudán (8.2%), Viet Nam (7.6%), Pakistán (6.6%), Nigeria (4.7%), Colombia (4.2%), Egipto (3.8%), Australia (2.8%), Irán (1.9%), Argelia (1.9%), Brasil (1.8%), Marruecos (1.5%), India (1.4%), Venezuela (1.3%), México (0.6%), Emiratos Arabes (0.6%), Israel (0.3%) y Turquía (0.2%).

Existen países con tasa negativa en la evolución productiva de carne ovina como Nueva Zelanda (-0.2%), Paraguay (-0.2%), Holanda (-0.6%), Suecia (-3.1%) y Malasia (-3.1%), pero se posicionan en mercado sostenible desde el punto de vista del consumo, sobre la base de un incremento de sus importaciones.

De la producción total de carne ovina en el mercado sostenible, China la lidera con el 37%, siguiéndole en importancia Pakistán (13%), India (9.9%), Nueva Zelanda (7.5%), Irán (5.6%), Turquía (5.3%), Sudán (3.8%), Nigeria (3.5%), Argelia (2.6%), Marruecos (1.9%), Brasil (1.9%), Egipto (1.7%), Arabia Saudita (1.4%), Libia (1.2%), Filipinas (1.2%), México (1%), Emiratos Arabes (0.4%), Colombia (0.2%), Venezuela (0.1%), Austria (0.1%), Israel (0.1%), Viet Nam (0.1%) y Suecia (0.1%).

El análisis estadístico por medio de la función de ajuste lineal de los datos de producción de carne ovina en el mercado sostenible y su proyección al 2005, indica que, de una producción actual de 7 millones de toneladas se pasará a producir 8 millones de toneladas, lo que representa un 14.3% de aumento en los próximos años.

1.1.3. *En el mercado esforzado*

La tasa de crecimiento anual entre 1990 y 1999 en la producción de carne de ovina en el mercado esforzado es del -1%, explicado por Alemania (a diferencia de bovino que eran Bélgica y Luxemburgo). Este país de referencia donde -aumenta del consumo de carne ovina y disminuye el consumo de carnes en general-, registra una tendencia positiva en el consumo pero no así en lo productivo desde 1992, explicado principalmente sobre la base de una disminución de sus exportaciones, combinado con un aumento de sus importaciones.

El análisis estadístico de la proyección al 2005, indica que de la producción se reducirá de 44 mil a 41 mil toneladas, lo que representa una disminución del 7.1%.

1.1.4. *En el mercado vulnerable*

La producción en este mercado entre 1990 y 1999, presenta una tasa de crecimiento del -1.3%, mientras que a nivel mundial el crecimiento fue positivo (2.07%), explicado por la disminución de Tailandia (-7.2%), Japón (-5.5%), Argentina (-5.5%), Estados Unidos (-5%), Francia (-2.6%), Uruguay (-2.1%), Inglaterra (-1.2%), Australia (-0.9%) y Chile (-0.8%).

Existen países que se posicionan en mercado vulnerable desde el punto de vista del consumo, pero que muestran una tasa positiva en la evolución productiva de carne ovina como son Corea (7.4%), Etiopía (0.6%), España (0.5%), Portugal (0.5%) y Canadá (0.2%), explicado por el incremento de sus exportaciones (caso España, Etiopía y Canadá) y/o por la disminución de sus importaciones (caso Corea, España y Portugal).

De la producción total de carne ovina en el mercado vulnerable, Australia la lidera con el 32.3%, siguiéndole en importancia Inglaterra (18.9%), España (12.5%), Etiopía (8.2%), Francia (7.3%), Grecia (6.6%), Estados Unidos (5.9%), Argentina (2.7%), Uruguay (2.7%), Portugal 1.3%), Chile (0.9%), Canadá (0.5%), Corea (0.2%), Tailandia y Japón.

El análisis estadístico por medio de la función de ajuste lineal de los datos de producción de carne ovina en el mercado vulnerable y su proyección al 2005, indica que, de una producción actual de 1.93 millones de toneladas se pasará a producir 1.8 millones de toneladas, lo que representa un 6.2% de disminución en los próximos años.

1.1.5. *En el mercado en retracción*

La tasa de crecimiento anual entre 1990 y 1999 de la producción ovina en el mercado en retracción es del -3.7%, fundamentalmente por la disminución observada en Polonia (-26.3%), Bélgica (-10.2%), Rumania (-7%), Hungría (-5.9%), ex URSS (-3.5%), Bulgaria (-2.5%), Sudáfrica (-2.3%) e Italia (-1.8%).

De la producción total de carne ovina en este mercado, la ex URSS la lidera con el 65.6%, siguiéndole en importancia Sudáfrica (15.1%), Italia (7.5%), Bulgaria (5.5%), Rumania (5.5%), Polonia (0.3%), Hungría (0.3%) y Bélgica (0.2%).

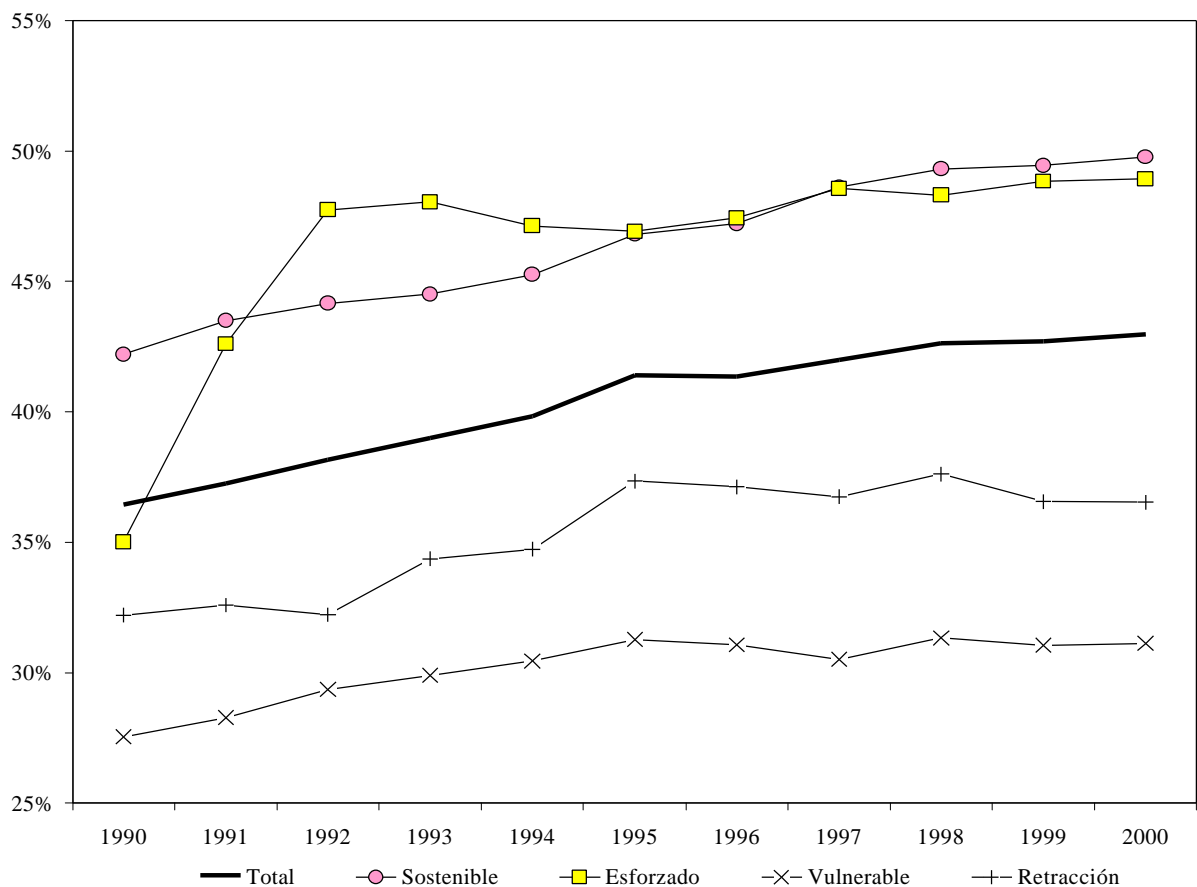
El análisis estadístico de los datos de producción de carne ovina en el mercado en retracción y su proyección al 2005, indica que, de una producción actual de 1.1 millones de toneladas se pasará a producir 0.9 millones de toneladas, lo que representa un 18% de disminución en los próximos años.

1.2. FAENA Y EXISTENCIA DE OVINOS

1.2.1. *A nivel mundial*

El índice elaborado de faena a nivel mundial (faena / [faena + existencia]), se incrementa del 37% (promedio 1990/1992) al 43% (promedio 1998/2000), explicado por el aumento verificado en el todos los mercados; esforzado (42% al 49%), sostenible (43% al 49%), en retracción (32% al 37%) y vulnerable (28% al 31%). Se observa diferencias o asimetrías en los porcentajes de faena en los países que integran cada mercado.

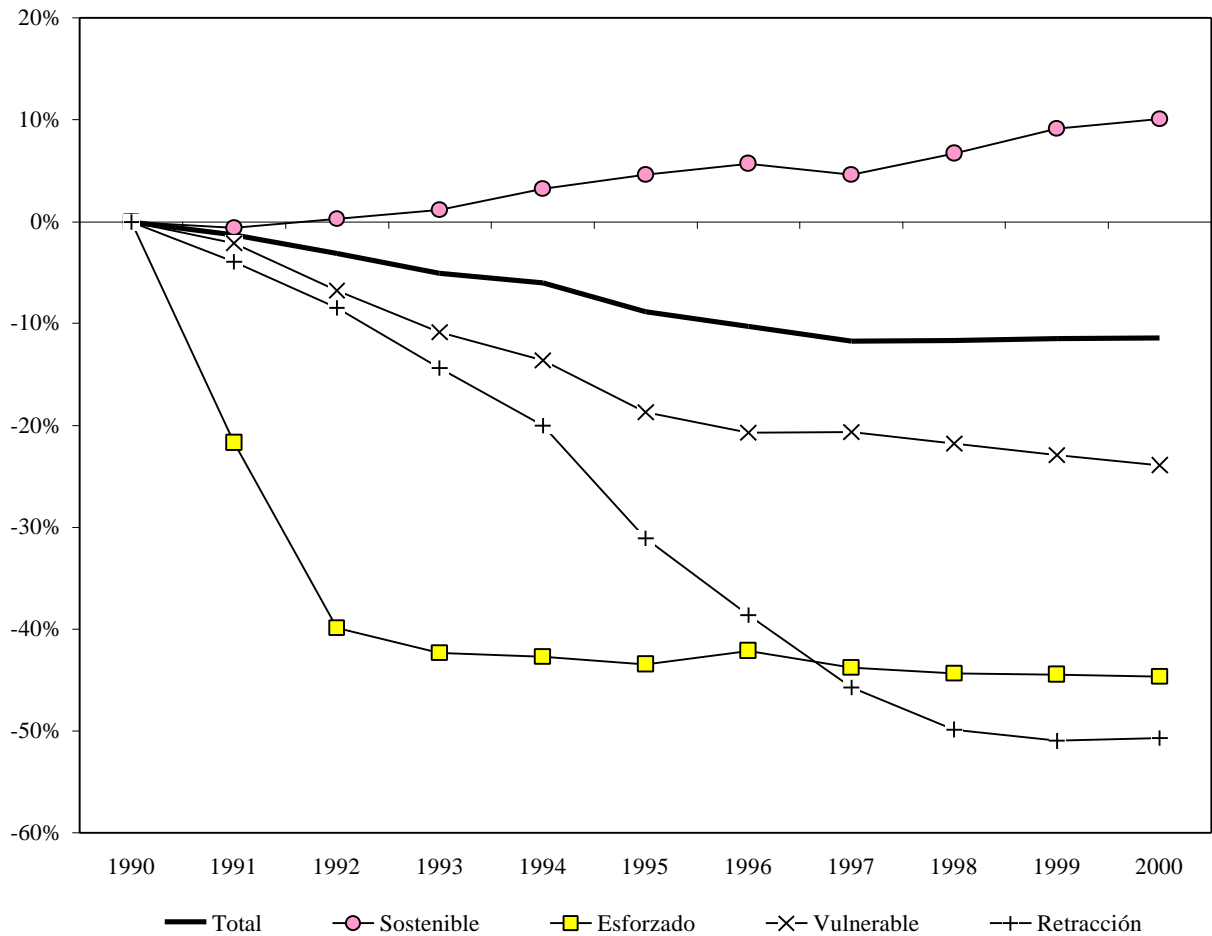
Figura 5 – Evolución mundial del índice de faena de carne ovina (%)



Hay países con alto índice de faena (promedio 1998/2000) como son Corea (99%), Filipinas (98%), Emiratos Arabes (80%), Pakistán (68%), China (59%), Grecia (56%), Egipto (56%), Tailandia (55%), India (53%), Venezuela 51%), Bulgaria (51%) y Nigeria (50%). En el otro extremo con bajos porcentajes están Polonia (16%), Uruguay (18%), Hungría (19%), Australia (21%), Chile (22%), Malasia (24%), Argentina (24%), y Sudáfrica (27%).

La existencia ovina al 2000 alcanza a 1.06 billones de cabezas (Cuadro 3.6), la cual es un 11% inferior a la cantidad de cabezas registrada en 1990. El mayor crecimiento se verifica en el mercado sostenible (10%), mientras que retrocede en los mercados esforzado (-45%), en retracción (-51%) y vulnerable (-24%).

Figura 6 – Evolución mundial de la existencia de ovinos (1990 = base)



1.2.2. *En el mercado sostenible*

Los porcentajes promedios (1998/2000) de faena en este mercado son los siguientes: Filipinas 99%, Emiratos Arabes 80%, Pakistán 68%, China 59%, Egipto 56%, India 53%, Venezuela 51%, Nigeria 50%, Austria 49%, Israel 49%, Libia 48%, Turquía 44%, Arabia Saudita 43%, México 42%, Nueva Zelanda 41%, Viet Nam 39%, Paraguay 38%, Argelia 37%, Colombia 34%, Brasil 34%, Irán 33%, Marruecos 33%, Holanda 31%, Suecia 30%, Sudán 30% y Malasia 24%.

El índice de faena ovina aumentó del 43% (1990/92) al 49% (1998/00), mostrando un incremento de 6 puntos, con países que registraron porcentajes por encima de la media del mercado sostenible como fueron: Libia (20 puntos), Pakistán (14 puntos), China (13 puntos), Colombia (9 puntos) y Turquía (8 puntos). También hay países que han disminuido sus índices de faena ovina como es el caso de Suecia (-8 puntos), Venezuela (-7 puntos), Emiratos Arabes (-6 puntos), Marruecos (-2 puntos), Nigeria (-2 puntos), Argelia (-2 puntos), India (-1 punto), Egipto (-1 punto), Irán (-0.5 punto), México (-0.5 punto) y Arabia Saudita (-0.3 punto).

La existencia ovina en el mercado sostenible es de 485 millones de cabezas en promedio (1998/2000), siendo el principal país en registro de animales China con el 26%, siguiéndole en orden de importancia India (12%), Irán (11%), Nueva Zelanda (9.4%), Sudán (8.8%), Turquía (6%), Pakistán (5%), Nigeria (4.2%), Brasil (3.8%), Argelia (3.7%), Marruecos (3.3%), Arabia Saudita (1.7%), Libia (1.3%), México (1.2%), Egipto (0.9%), Colombia (0.4%), Holanda (0.3%), entre otros países.

El incremento de 39 millones de cabezas en las existencias -en comparación con el promedio 1990/1992- se explica por un aumento de 71 millones de cabezas de algunos países (distribuido de la siguiente manera: India 44.2%, China 19.9%, Nigeria 10.4%, Arabia Saudita 7.1%, Argelia 6.7%, Egipto 6.2% e Irán 5.6%), compensando la disminución de otros por 32 millones de cabezas (repartido de la siguiente manera: Turquía 35.5%, Nueva Zelanda 29.6%, Marruecos 13%, Colombia 12.1%, Venezuela 5.6% y Viet Nam 4.3%).

1.2.3. *En el mercado esforzado*

El país que caracteriza al mercado esforzado es Alemania, siendo el porcentaje promedio de faena del 49% (1998/2000). Este indicador es 7 puntos menor al promedio observado para el período 1990/1992 (42%). La existencia promedio actual es de 2.6 millones de cabezas (1998/2000), la cual es inferior al promedio 1990/1992 (3.3 millones).

1.2.4. *En el mercado vulnerable*

Los porcentajes promedios de los últimos años (1998/2000) de faena ovina en este mercado fueron los siguientes: Corea 99%, Grecia 56%, Tailandia 55%, España 47%, Francia 45%, Etiopía 43%, Canadá 43%, Japón 38%, Estados Unidos 36%, Inglaterra 30%, Portugal 29%, Argentina 24%, Chile 22%, Australia 21% y Uruguay 18%.

Los países del mercado vulnerable que registraron una disminución del porcentaje de faena con relación al promedio 1990/1992, son: Francia (-4 puntos), Portugal (-4 puntos), Grecia (-3 puntos), Canadá (-3 puntos), Inglaterra (-2 puntos) y España (-1 punto). En el otro extremo, los países que muestran un aumento en el mismo período son: Tailandia (20 puntos), Argentina (7 puntos), Uruguay (5 puntos), Chile (4 puntos), Australia (3 puntos), Corea (3 puntos), Japón (2 puntos), Etiopía (2 puntos) y Estados Unidos (2 puntos).

La existencia ovina en el mercado vulnerable es de 297 millones de cabezas en promedio (1998/2000), inferior en un 14% al promedio base de análisis (1990/1992), donde se contabilizaban 345 millones de cabezas ovinas. El principal país en existencia ovina es Australia que representa el 44.3% de las cabezas, siguiéndole en importancia Inglaterra (14.9%), España (8%), Etiopía (7.5%), Uruguay (6.3%), Argentina (6.2%), Francia (3.5%), Grecia (3%), Estados Unidos (2.6%), Portugal (1.9%) y Chile (1.5%), entre otros países.

1.2.5. *En el mercado en retracción*

Los porcentajes promedios de los últimos años (1998/2000) de faena ovina en este mercado fueron los siguientes: Bulgaria 51%, Bélgica 46% (incluye Luxemburgo), Rumania 43%, Italia 42%, ex URSS 39%, Sudáfrica 27%, Hungría 19% y Polonia 16%.

Los países de este mercado que registraron una disminución en el porcentaje de faena con relación al promedio 1990/1992, son: Polonia (-21 puntos), Bélgica (-20 puntos), Italia (-6 puntos) y Sudáfrica (-1 puntos). Por el otro lado, los países que muestran un aumento en el índice de faena entre 1990/1992 y 1998/2000 son: Bulgaria (14 puntos), ex URSS (8 puntos), Rumania (4 puntos) y Hungría (2 puntos).

La existencia ovina en el mercado en retracción es de 137 millones de cabezas en promedio (1998/2000), inferior en un 32.5% al promedio base de análisis (1990/1992), donde se contabilizaban 203 millones de cabezas ovinas. A excepción de Italia y Bélgica que muestran un inventario similar entre ambas fechas, el resto evidencia una disminución. Explican la merma de la existencia en un 82% los países de la ex URSS y le siguen en importancia Rumania (6%), Bulgaria (5%), Sudáfrica (3%), Polonia (3%) y Hungría (1%).

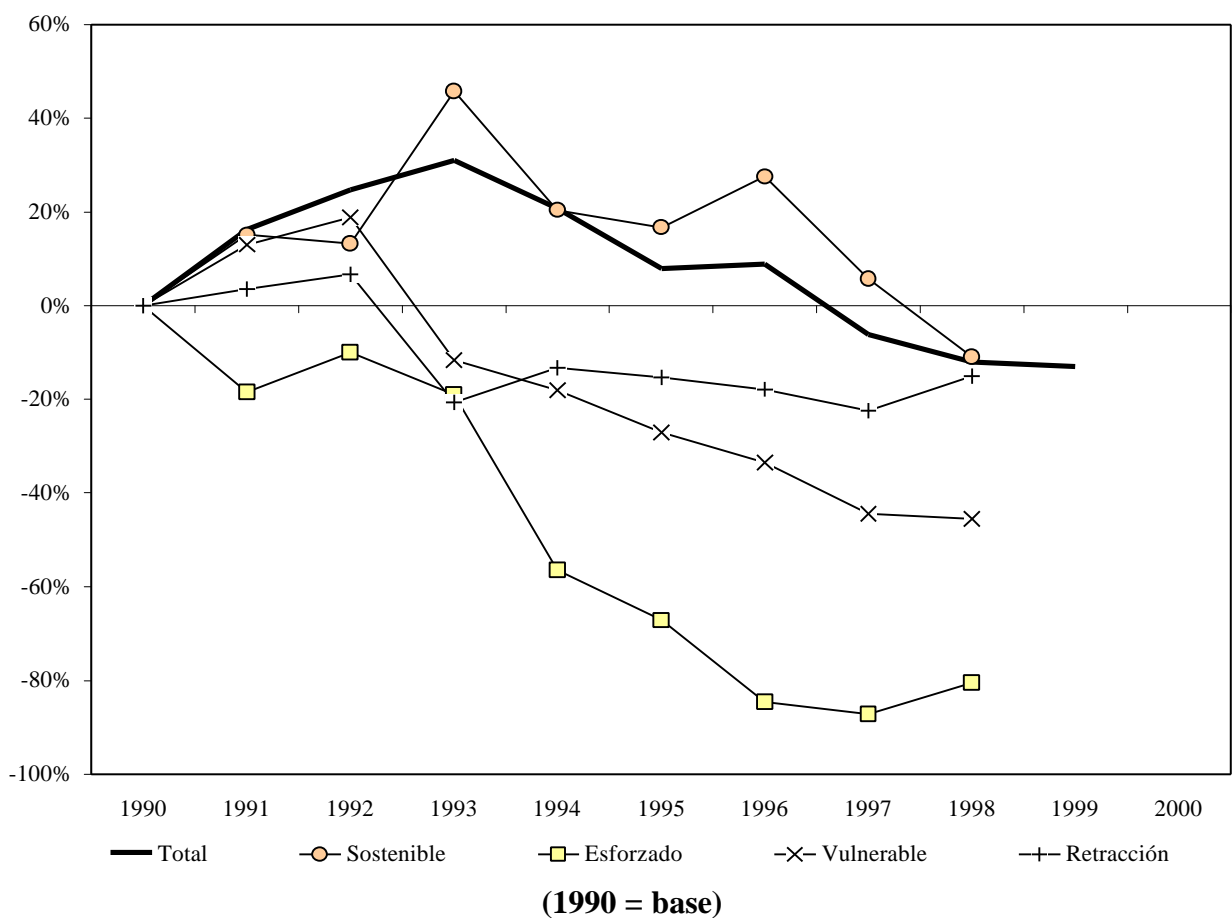
El principal país en existencia ovina en este mercado es la ex URSS que representa el 57.8% de las cabezas, siguiéndole en importancia Sudáfrica (21.7%), Italia (7.9%), Rumania (7.5%), Bulgaria (3.1%), Hungría (0.9%), Polonia (0.9%) y Bélgica (0.1%).

1.3. IMPORTACIÓN DE CARNE OVINA

1.3.1. A nivel mundial

El promedio de facturación anual de la década fue de 3.298 millones de dólares (similar al negocio de lana), donde el 30% fue ganado en pie y el 70% carne. Los compradores principales de ganado en pie son el sostenible (39%), vulnerable (17%) y en retracción (17%).

Figura 7 – Evolución mundial de las importaciones de ovino en pie



El 60% de las compras en pie son producidas por Asia (Arabia Saudita es el 38%), el 24% corresponden a Europa (Italia es el 46%), el 12% por Africa (Sudáfrica es el 50%), el 3% por Norteamérica y el 1% por Sudamérica (Cuadros 3.28 y 3.29).

En la actualidad las importaciones de ganado en pie son inferiores en un 13% a las vigentes al principio de los 90, debido a la caída de la demanda desde países del mercado

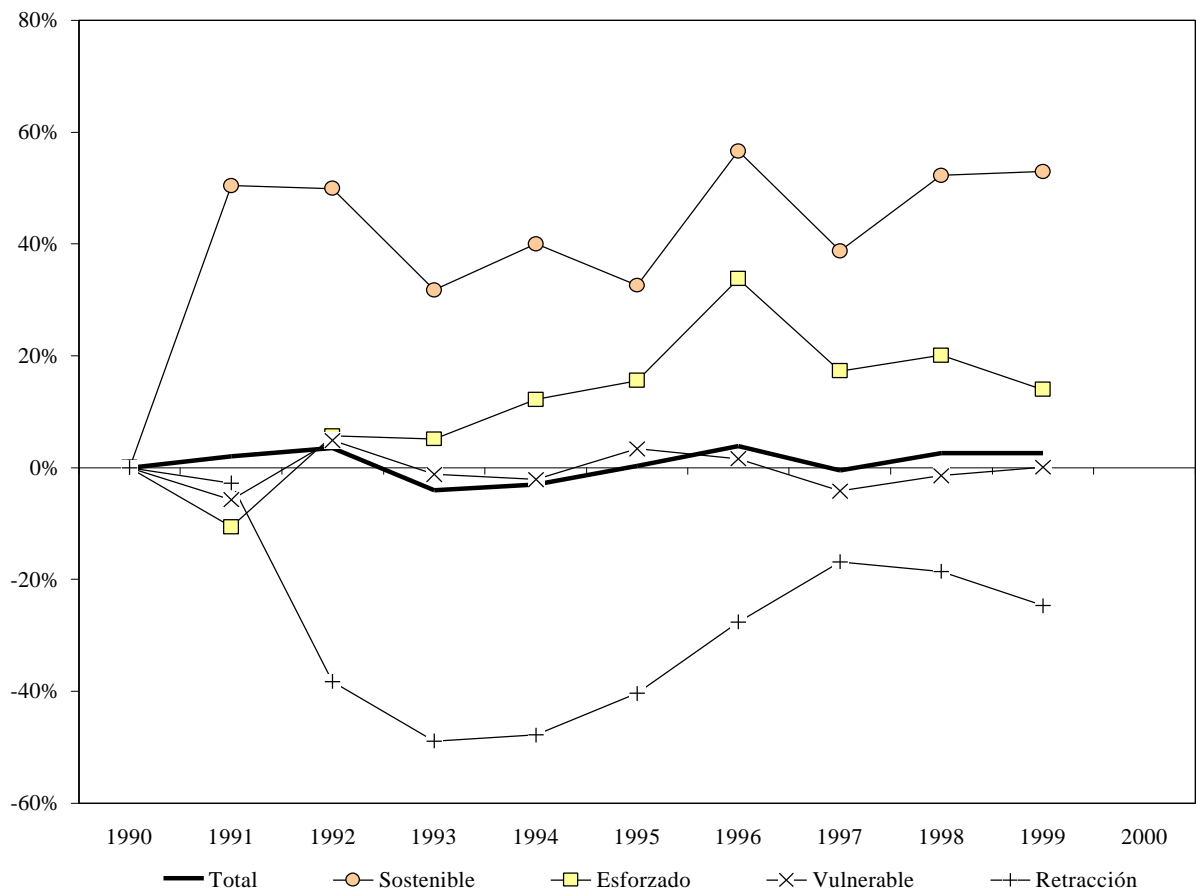
vulnerable (caso Francia y España, entre otros), así como de casos excepcionales del mercado en retracción (Bélgica e Italia) y del sostenible (Arabia Saudita, México y Argelia).

Los principales mercados compradores de carne en el mercado internacional, son el vulnerable (57%), el sostenible (15%) y en retracción (12%).

El 53% de las compras internacionales de carnes fueron originadas desde Europa (Francia e Inglaterra representan el 64% de las importaciones), el 25% por Asia (Japón, China y Arabia Saudita son el 60%), el 13% por Norteamérica (USA es el 48% de las compras), el 6% por Africa (Sudáfrica es el 78% de las importaciones), la ex URSS es el 2% y el 1% Sudamérica (Brasil es el principal importador con el 70% de las compras).

En la actualidad las importaciones de carne son levemente superiores a las vigentes al principio de los 90 (3%), debido a la mayor demanda desde países del mercado sostenible (caso China, Arabia Saudita, México y Malasia), y del esforzado (Alemania), quienes compensaron la baja de los mercados en retracción (como la ex URSS, Bulgaria e Irán), mientras que el vulnerable se mantuvo en niveles similares por aumento de Estados Unidos y Francia; frente a la disminución observada en Japón, Corea, España e Inglaterra.

Figura 8 – Evolución mundial de las importaciones de carne ovina (1990 = base)



1.3.2. *En el mercado sostenible*

El 3% de la oferta interna promedio de carne ovina de la década de este mercado es abastecida por importaciones, mientras que el 97% corresponde a la producción interna.

La evolución de abastecimiento internacional de carne fue relativamente estable en esos niveles a lo largo del período analizado (1990 a 1999).

La producción y el consumo en el mercado sostenible, hacia el 2005, se incrementarían en 5% aproximadamente, mientras que el nivel de abastecimiento internacional de carne se mantendría en un 3% de la oferta, lo que proyectaría un aumento del volumen de las importaciones de carne en 18 mil toneladas.

El promedio de facturación anual (CIF) para este mercado, en la década de los 90 (753 millones de dólares), fue originado en un 44% por la compra de carne y el 56% restante por la importación de ganado en pie.

Los principales compradores de carne son Arabia Saudita (29.1%), China (19.3%), México (15.4%), Emiratos Arabes (9%), Malasia (7.1%), Irán (5.6%), Holanda (4.2%), Brasil (3.8%), Suecia (1.8%), Austria (1.1%), Marruecos (1.1%), Nueva Zelanda (1%), Egipto (0.6%), Israel (0.3%), Filipinas (0.2%) y Libia (0.2%).

En importaciones de ganado ovino en pie se destaca Arabia Saudita (57.2%), siguiéndole en orden de importancia Emiratos Arabes (22.4%), México (6.7%), Nigeria (6.6%), Holanda (5%), Brasil (1.6%), Israel (0.2%) y Pakistán (0.1%).

1.3.3. *En el mercado esforzado*

El 46% de la oferta interna promedio de carne de la última década de este mercado es abastecida por importaciones, mientras que el 54% corresponde a la producción interna.

La evolución del abastecimiento internacional de la oferta ha sido creciente desde 1990 (40.5%) hasta 1996 (51.6%), para luego descender algunos puntos hacia 1999.

El mercado esforzado ovino presenta una particularidad similar a la observada en carnes bovinas; entre 1990 y 1999, sobre la base de una tendencia positiva en el consumo (+1%) mientras que decae la producción (-1%), explicado principalmente por un aumento de las importaciones (+2.5%), así como por un leve descenso de las exportaciones. Este escenario se mantendría hacia el 2005, con un mayor abastecimiento internacional de carnes que se incrementarían de 39 mil a 47 mil toneladas (que representaría el 51% de la oferta).

En tal sentido, la proyección a mediano plazo indica una disminución del 7% de la producción (3 mil toneladas), así como un aumento del 7% en el consumo (5 mil toneladas), con lo cual, el nivel de abastecimiento internacional de carne aumentaría en un 20% del nivel actual; lo que representaría una variación positiva de 8 mil toneladas.

El promedio de facturación anual (CIF) para este mercado de 168 millones de dólares, en la década de los 90, fue originado en un 94% por la compra de carne y el 6% restante por la importación de ganado en pie. Sin embargo, desde 1995 hay una clara tendencia a incrementar la importación de carne ovina “controlada y analizada” en sustitución del ganado en pie por el problema de la “vaca loca” o Encefalopatía Espongiforme Bovina -EEB-.

El país que caracteriza al mercado esforzado es Alemania, sobre la base del alcance del estudio actual, lo cual no descarta la existencia de otros países en este segmento.

1.3.4. *En el mercado vulnerable*

El 17% promedio de la oferta interna de carne en este mercado es abastecida por importaciones, entre 1990 y 1999, mientras que el 83% corresponde a la producción interna.

La evolución de abastecimiento internacional fue relativamente estable, como porcentaje de la oferta, presentando un leve aumento hacia 1999 (18% de la oferta).

La proyección al 2005 de la producción de los países que se posicionan en el mercado vulnerable indica una disminución de 123 mil toneladas (-6%), así como aun mayor en el caso del consumo; en 172 mil toneladas (-9%), pero aumentando la exportación (10%) y manteniéndose estable la importación (en 422 mil toneladas), con lo cual el nivel de abastecimiento internacional de carne se ubicaría en el 18.5% de la oferta.

El promedio de facturación anual en las importaciones (CIF) para este mercado, durante la década de los 90 (1.430 millones de dólares), fue originado en un 88% por la compra internacional de carne ovina y el 12% restante por la importación de ganado en pie, pero con una tendencia decreciente en los últimos años en el caso de ganado en pie (7%), sustituyéndolo por carne “controlada y analizada en laboratorios” (93%).

El principal comprador internacional de carne ovina en los últimos años es Francia (37.8%), siguiéndole en orden de importancia Inglaterra (27.5%), Estados Unidos (12.4%), Japón (8.4%), Grecia (3.6%), Canadá (3.3%), España (2.3%), Portugal (2%), Corea (2%) y Argentina (0.5%), entre otros.

En importación de ganado en pie también el principal comprador es Francia (40.9%); como sucede en este mismo mercado para la carne bovina, y le siguen en orden de relevancia España (23.4%), Grecia (15.9%), Portugal (9.4%), Inglaterra (4.8%), Estados Unidos (2.7%), Argentina (1.9%), Canadá (0.9%) y Chile (0.1%).

El 68% de las ventas externas en los últimos años de Argentina, se concentra en países del mercado vulnerable, mientras que el 25% es hacia países del mercado en retracción.

1.3.5. *En el mercado en retracción*

La oferta interna de carne ovina de la década, en este mercado, está compuesta en promedio por un 7% de importaciones y el 93% restante por la producción interna.

La evolución de abastecimiento internacional en comparación con la oferta (importación mas producción), fue decreciente desde 1990 (8.8%) a 1995 (6%), para recuperarse a partir de 1996 y alcanzar el 9.3% en 1999.

La tendencia al 2005 de la producción indica una disminución en los países que se posicionan en este mercado de 103 mil toneladas (-10%), así como también una caída del consumo (-11%) y se mantendrían estables las exportaciones, con lo cual, las compras internacionales de carnes tendería a disminuir (-12%), lo que representaría una leve disminución de las importaciones en la oferta, en comparación con los niveles observados en 1999 (del 9.3% al 7.5%).

El promedio CIF de facturación anual en las importaciones (439 millones de dólares), se explica en un 60% por carne ovina y el 40% por ganado en pie.

La primera parte de la década tuvo una disminución de las importaciones de ganado en pie a favor de la compra de carnes (60% al 52%), mientras que a partir de 1993, es creciente en la compra de ganado en pie, hasta alcanzar el 65% en 1999.

En este mercado en retracción, el principal comprador internacional de carne ovina es Sudáfrica (32.6%), y le sigue en orden de importancia Bélgica (24.7%), los países de la ex URSS (21.4%), Italia (21.3%) y Hungría (0.1%).

En ganado en pie el principal importador del mercado en retracción es Italia (57.1%), siguiéndole en orden de importancia Sudáfrica (33.3%), los países de la ex URSS (5.3%), Hungría (2.5%) y Bélgica (1.8%).

1.4. EXPORTACIÓN DE CARNE OVINA

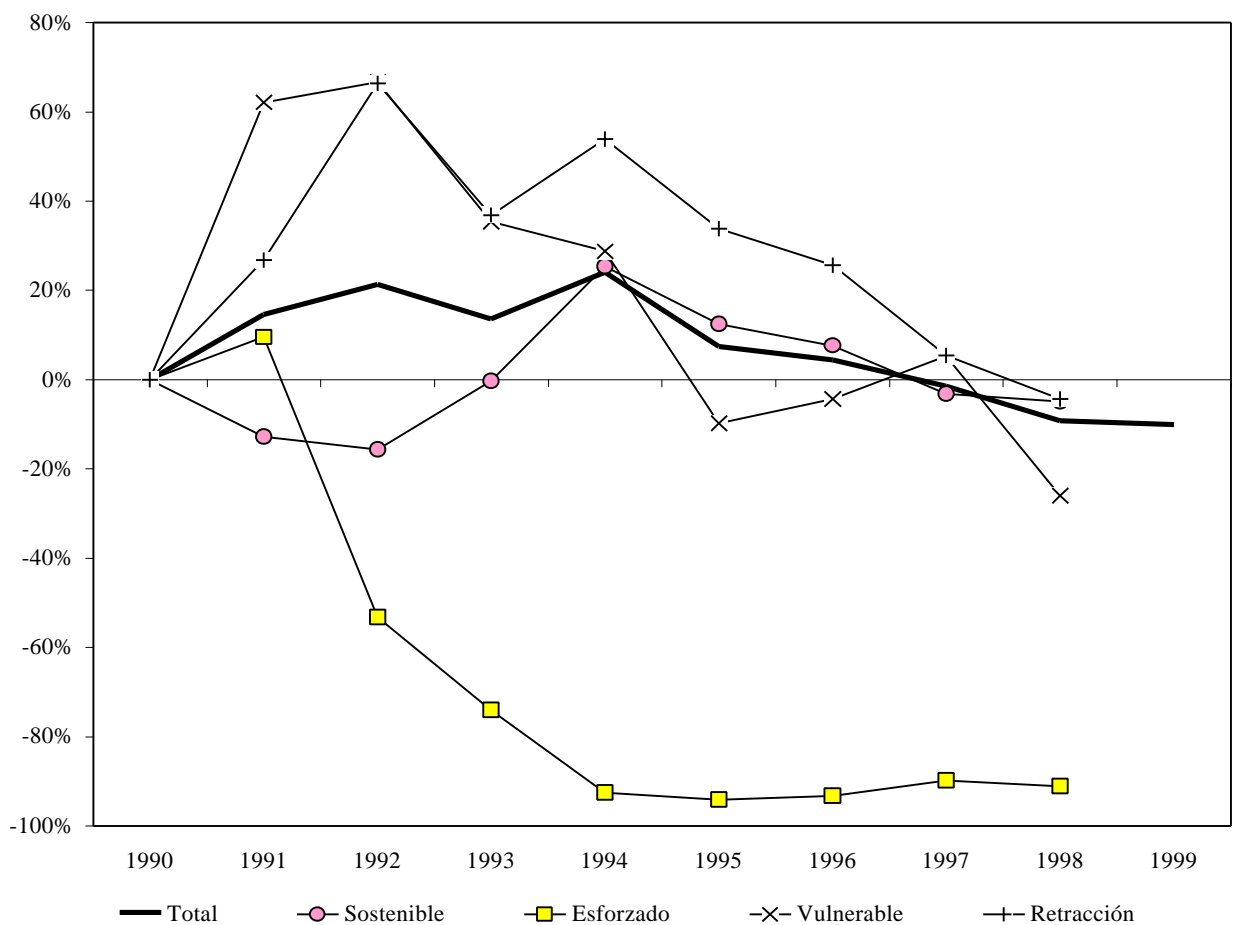
1.4.1. A nivel mundial

Entre 1990 y 1999, el 31% de las exportaciones ovinas mundiales en promedio fueron de ganado en pie y el 69% restante de carne. (Cuadros 3.12 y 3.32).

Los principales exportadores a nivel mundial de ganado en pie son los mercados sostenible (52%), vulnerable (25%) y en retracción (21%).

Por continentes o regiones el principal vendedor en el comercio internacional de ganado en pie es Oceanía con el 30% (Australia es el 96% de las ventas), siguiéndole en importancia Europa con el 25% (Rumania, Francia y Hungría son el 64%), Africa con el 24.5% (Sudafrica y Sudán representan el 60% de las ventas), Asia con el 13.5% (Irán es el 20%), Norteamérica con el 6% (Estados Unidos es el 95%) y Sudamérica con el 1% restante.

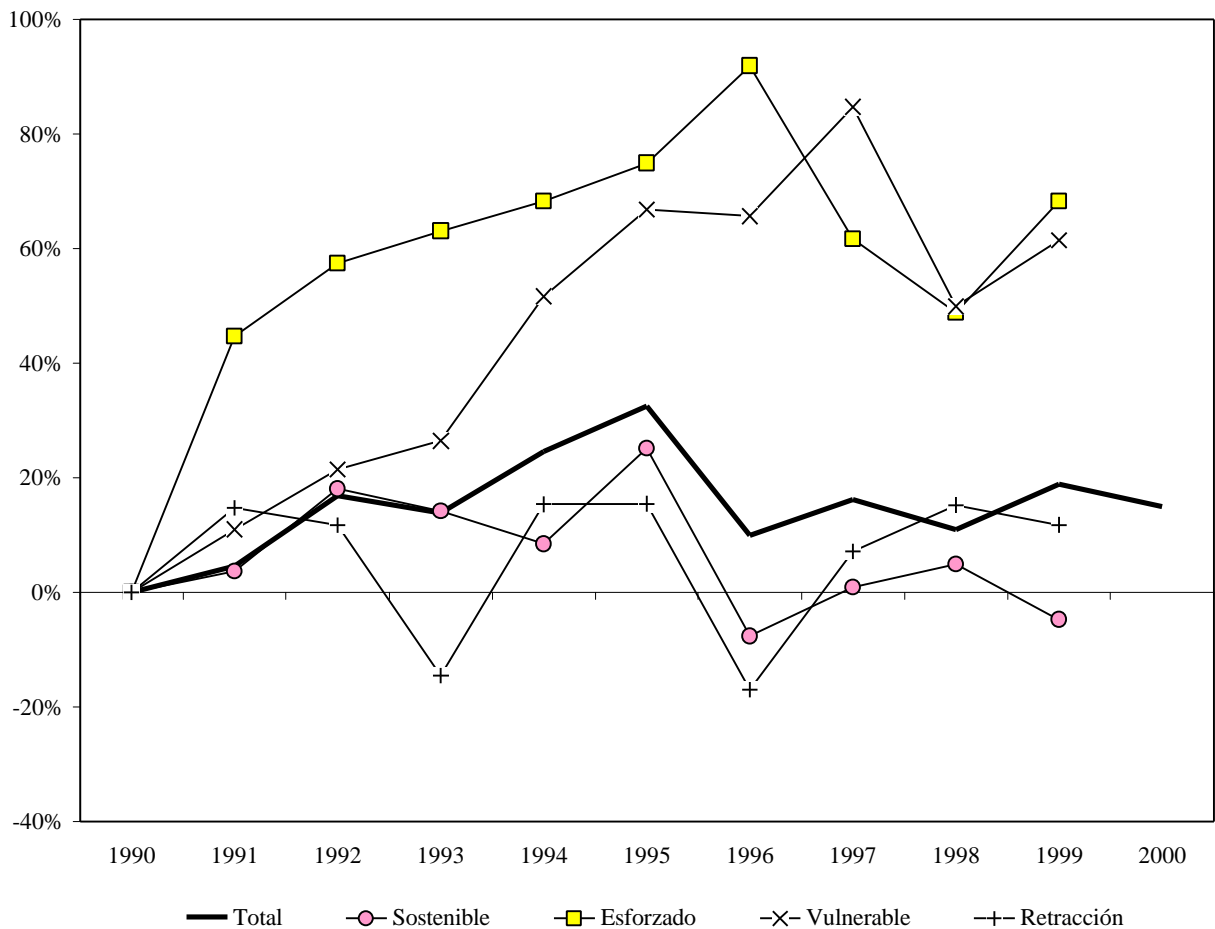
Figura 9 – Evolución mundial de las exportaciones de ovino en pie (1990 = base)



Las exportaciones de ganado en pie ha caído en los mercados sostenible (a pesar del aumento registrado en Nueva Zelanda y Sudán, no se compensaron las mermas de Turquía y Holanda), esforzado (caso Alemania), vulnerable (caso Australia, Inglaterra, Francia, Uruguay y Portugal) y en retracción (donde a pesar del aumento de Rumania y Sudáfrica, no se pudo amortiguar las reducciones de Bulgaria, Polonia, Hungría y Bélgica). En carne el leve aumento se produce por una mayor venta del mercado vulnerable (caso Australia, Inglaterra y España), mientras que presenta una leve caída el sostenible (caso Nueva Zelanda).

Los principales exportadores en carne son los mercados vulnerable (48%) y sostenible (41%), al igual que en ganado en pie. Mientras que por continentes o regiones es Europa con el 53% (Francia e Inglaterra son el 64% de las ventas), y le sigue Asia con el 25% (Arabia Saudita, Japón y China es el 60% de las ventas), Norteamérica con el 13% (Estados Unidos y México con el 77% de las ventas), Africa 6% (Sudafrica el 79% de las ventas), la ex URSS con el 2% y Sudamérica con el 1% restante (Brasil es el 70% de las ventas).

Figura 10 – Evolución mundial de las exportaciones de carne ovina (1990 =base)



1.4.2. *En el mercado sostenible*

El 6.8% de la demanda promedio de carne ovina fue exportación (1990/99), el 91.6% consumo y el 1.6% con otros destinos o desperdicios. La evolución de las exportaciones en la demanda es decreciente, pasando del 9% de la demanda en 1990 al 5.1% en 1999.

La proyección al 2005 de la exportación de carne ovina en el mercado sostenible señala un aumento de 16 mil toneladas (+4%), alcanzado niveles de 380 mil toneladas (frente al aumento productivo estimado del 5%), lo que implicaría decaer al 4.6% de la demanda.

Las exportaciones en este mercado han sido superiores a las importaciones en general, durante 1990 a 1999, explicado fundamentalmente por el balance comercial de Nueva Zelanda. Sin embargo, la mayoría de los países de este segmento son importadores netos (importación superior a la exportación), como el caso de Arabia Saudita, Irán, China, México, Emiratos Arabes, Malasia y Brasil, Austria, Suecia, Holanda, Argelia y Marruecos.

El promedio de facturación anual (FOB) para este mercado (1.155 millones de dólares), fue originado en un 67% por carne y el 33% restante por ganado en pie.

El principal país exportador de carne es Nueva Zelanda (95%), siguiéndole en importancia Holanda (1.6%), India (1.5%), China (1%) y Turquía (0.4%), entre otros países.

En ganado en pie también se destaca como principal exportador Nueva Zelanda (65.7%), y le siguen en orden de importancia Sudán (17.3%), Irán (5.8%), Holanda (5.7%), Emiratos Arabes (2.3%), Turquía (1.7%), Arabia Saudita (0.9%) e India (0.3%), entre otros.

1.4.3. *En el mercado esforzado*

El 3% de la demanda promedio de carne de la década de este mercado se vincula con las exportaciones, mientras que el 96.7% es consumo y el 0.3% con otros destinos o desperdicios. La evolución de las ventas internacional como proporción de la demanda, fue relativamente estable entre 2.5% y 3% durante el período 1990 a 1999, a excepción de 1991 donde se ubicó en el 12%.

El mercado esforzado en carne ovina, presenta la característica en su tendencia entre 1990 y 1999, que el aumento del consumo fue acompañado de una merma en la producción interna, así como de un aumento en las importaciones. La perspectiva hacia el 2005, es que habrá un incremento de consumo por mayores importaciones, mientras que se mantendrán las exportaciones en un bajo nivel con relación a la demanda (1%).

La proyección a mediano plazo indica una disminución del 7% de la producción, así como un aumento del consumo (7%) y de importación (20%), con lo cual, el nivel de venta internacional de carne se reduciría al 1% de la demanda, lo que representaría una caída de las exportaciones del 50% (1 mil toneladas).

Este mercado tiene una posición de importador neto (con tendencia decreciente), por registrar exportaciones inferiores a las importaciones.

El promedio de facturación anual (FOB) para este mercado de 23 millones de dólares, en la década de los 90, el cual fue originado en un 32% por la exportación de carne y el 68% restante por la venta de ganado en pie.

El país que caracteriza a este segmento es Alemania, sobre la base del alcance de la investigación actual, no descartando la existencia de otros países en este segmento.

1.4.4. *En el mercado vulnerable*

El 15.7% de la demanda promedio de carne de la década de este mercado se vincula con las exportaciones, mientras que el 79.6% es consumo y el 4.7% con otros destinos comerciales o desperdicios.

La evolución de las ventas internacional, como proporción de la demanda (suma de la exportación, con el consumo y los desperdicio u otros destinos comerciales), fue creciente desde 1990 (12.4%) hasta 1999 (18.5%).

La proyección al 2005 de la producción de los países que se posicionan en el mercado vulnerable indica una disminución de 123 mil toneladas (-6%), así como aun más en el caso del consumo; en 172 mil toneladas (-9%), pero aumentando la exportación (10%) y manteniéndose estable la importación (en 422 mil toneladas), con lo cual el nivel de venta internacional de carne se ubicaría en el 21% de la demanda.

Las importaciones de carne en este mercado durante 1990 a 1998, han sido superiores a las exportaciones pero con tendencia decreciente, para registrar un equilibrio en 1999, mientras que la tendencia de mediano plazo es una posición global de exportador neto.

Australia ha sido el exportador neto de carne del mercado, mientras que los importadores netos fueron: Francia, Japón, Estados Unidos, Grecia, Canadá e Inglaterra.

El promedio de facturación anual (FOB) para este mercado fue de 960 millones de dólares, en la década de los 90, originado en un 81% por la exportación de carne y el 19% restante por la venta de ganado en pie.

El principal exportador de carne es Australia (63.6%), siguiéndole en orden de importancia Inglaterra (25.3%), España (3.3%), Uruguay (2.8%), Francia (2.5%), Chile (1.1%), Estados Unidos (0.6%), Corea (0.5%), Etiopía (0.1%), Grecia (0.1%), Argentina (0.1%) y Canadá (0.1%).

En ganado en pie se destaca como principal vendedor internacional Francia (36.1%), siguiéndole en relevancia comercial Estados Unidos (26.9%), Inglaterra (12.6%), España (12.6%), Australia (8.3%), Canadá (1.9%), Portugal (0.9%), Uruguay (0.5%) y Chile (0.4%).

1.4.5. *En el mercado en retracción*

El 1.5% de la demanda promedio de carne de la década de este mercado se vincula con las exportaciones, mientras que el 98.5% es con el consumo. La evolución de las ventas internacional sobre la demanda fue decreciente desde 1990 (1.7%) hasta 1993 (0.9%), para luego aumentar nuevamente hasta alcanzar el nivel actual del 2.2% en 1999.

La tendencia al 2005 de la producción indica una disminución de 103 mil toneladas (-10%), en los países que se posicionan en este mercado, así como también una caída del consumo (-11%) y de las importaciones (-12%), mientras que las exportaciones se mantendrían estables, con lo cual significaría un leve aumento en la proporción de las ventas internacionales con relación a la demanda (al 2.5%).

Las importaciones en este mercado han sido superiores a las exportaciones, durante 1990 a 1999, con una tendencia decreciente, ubicándolo en una posición global de importador neto. Los países que tienen esta orientación de saldo comercial son: la ex URSS, Italia, Sudáfrica, Italia y Bélgica. Sin embargo, los exportadores netos del mercado fueron: Rumania, Bulgaria, Hungría y Polonia.

El promedio de facturación anual (FOB) para este mercado fue de 209 millones de dólares, en la década de los 90, originado en un 27% por la exportación de carne y el 73% restante por la venta de ganado en pie.

El principal exportador de carne es Bélgica (56.3%), siguiéndole en relevancia Bulgaria (20.2%), Italia (13.5%), ex URSS (5.3%), Hungría (2.6%), Rumania (1.1%), Polonia (0.8%) y Sudáfrica (0.2%).

En ganado en pie es Sudáfrica (35.4%) el principal exportador, siguiéndole en importancia Rumania (33.8%), Hungría (22.6%), Polonia (5.8%), ex URSS (1.3%), Bélgica (0.7%), Bulgaria (0.3%) e Italia (0.2%).

1.5. CONSUMO DE CARNE OVINA

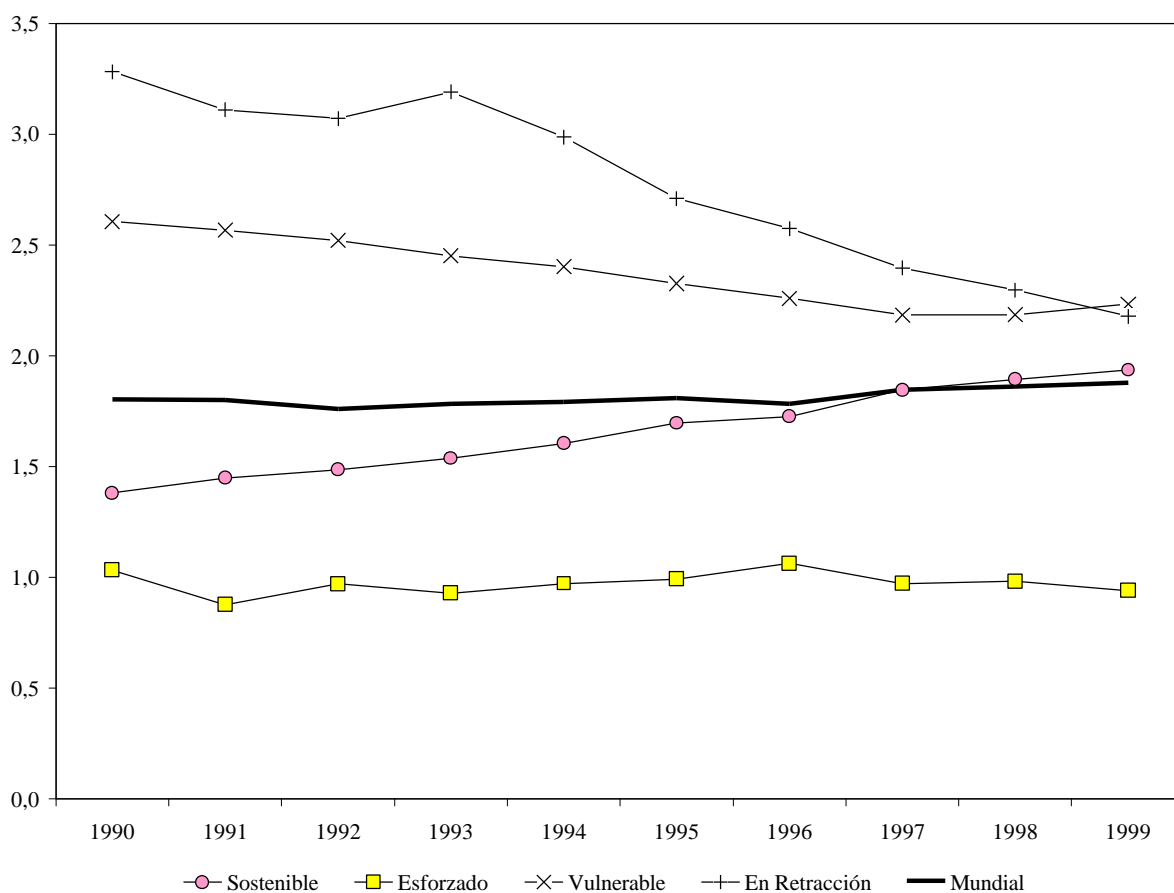
El consumo mundial de carne de ovina en 1998 fue de 11 millones de toneladas (incluido cabras según la información de FAOSTAT), pudiendo observarse que existen cuatro grandes grupos de países según el nivel de consumo anual, siendo estos:

- a) entre 1 y 5 millones de toneladas (China),
- b) entre 500 y 999 mil toneladas (Pakistán, India y la ex URSS asiática),
- c) entre 100 y 499 mil toneladas (Irán, Turquía, Gran Bretaña, Australia, Francia, España, Sudan, Nigeria, ex URSS europea, Argelia, Sudáfrica, Estados Unidos, Arabia Saudita, Etiopía, Grecia, Brasil, Marruecos, Egipto y Nueva Zelanda),
- d) menos de 99 mil toneladas (México, Italia, Alemania, Filipinas, Libia, Rumania, Argentina, Bulgaria, Emiratos Arabes, Uruguay, Japón, Portugal, Canadá, Bélgica, Holanda, Colombia, Malasia, Chile, Austria, Venezuela, Corea, Suecia, Israel, Viet Nam, Hungría, Paraguay, Polonia y Tailandia).

Los países que muestran una tasa de crecimiento anual, en orden de importancia, por encima de la media mundial (1.8%) son: Filipinas (14%), Viet Nam (12%), China (10%), Sudán (9%), Malasia (8%), Libia (7%), Pakistán (6%), Arabia Saudita (5%), Nigeria (4.6%), Egipto (4.3%), Colombia (3%), Brasil (2.4%), Holanda (2.3%), Emiratos Arabes (2.2%), Israel (2.2%), Argelia (2.1%) y Suecia (2%). Con una tasa anual de aumento por debajo de la media mundial se ubican: México (1.7%), India (1.4%), Irán (1.2%), Marruecos (1.1%), Alemania (1.1%), Nueva Zelanda (0.7%), Austria (0.7%), Venezuela (0.5%), Turquía (0.4%) y Paraguay.

Por otro lado, los países que muestran una tasa anual negativa de crecimiento en el consumo ovino son: Francia (0.1), Canadá (0.3%), Etiopía (0.4%), España (0.6%), Sudáfrica (0.8%), Bélgica (0.8%), Chile (0.8%), Uruguay (0.9%), Grecia (1%), Italia (1.3%), Corea (1.4%), Gran Bretaña (1.5%), Portugal (1.5%), Australia (2%), USA (2%), Tailandia (2.6%), Argentina (2.9%), Bulgaria (3.5%), ex URSS (3.9%), Hungría (4.3%); Rumania (6%), Japón (7%) y Polonia (28%).

El análisis del posicionamiento del consumo llevado a cabo en este estudio, abarca todos los países de los grupos señalados anteriormente, representando el 85% del consumo mundial de carne ovina.

Figura 11 – Evolución del consumo de carne ovina por habitante (tendencia 1990/99)

En general, se puede observar que el consumo mundial de carnes ovinas entre 1990 y 1999, pasó de 1,8 a 1,9 kilos/año por habitante, debido a que el volumen anual de consumo evolucionara de 9.4 a 11 millones de toneladas.

Al igual que en bovino, la tendencia en los 90' en el consumo de carne ovina presenta la existencia de al menos cuatro mercados muy diferenciados, dado que se distribuye en un 68% en el mercado sostenible, un 1% en mercado esforzado, un 19% en mercado vulnerable y el restante 12% en mercado en retracción (Figura 3, página 10).

Los países analizados que se ubican en mercado sostenible son: China, Pakistán, India, Nueva Zelanda, Irán, Turquía, Sudán, Nigeria, Argelia, Marruecos, Brasil, Egipto, Arabia Saudita, Libia, Filipinas, México, Emiratos Arabes, Colombia, Holanda, Venezuela, Austria, Israel, Viet Nam, Suecia, Paraguay y Malasia. En el mercado esforzado se ubica Alemania y en el vulnerable: Australia, Inglaterra, España, Etiopía, Francia, Grecia, Estados Unidos, Argentina, Uruguay, Portugal, Chile, Canadá, Corea, Tailandia y Japón. En retracción son: ex URSS (Rusia Fed., Ucrania, Moldavia y Bielorrusa), Sudáfrica, Italia, Rumania, Bulgaria, Hungría, Polonia y Bélgica.

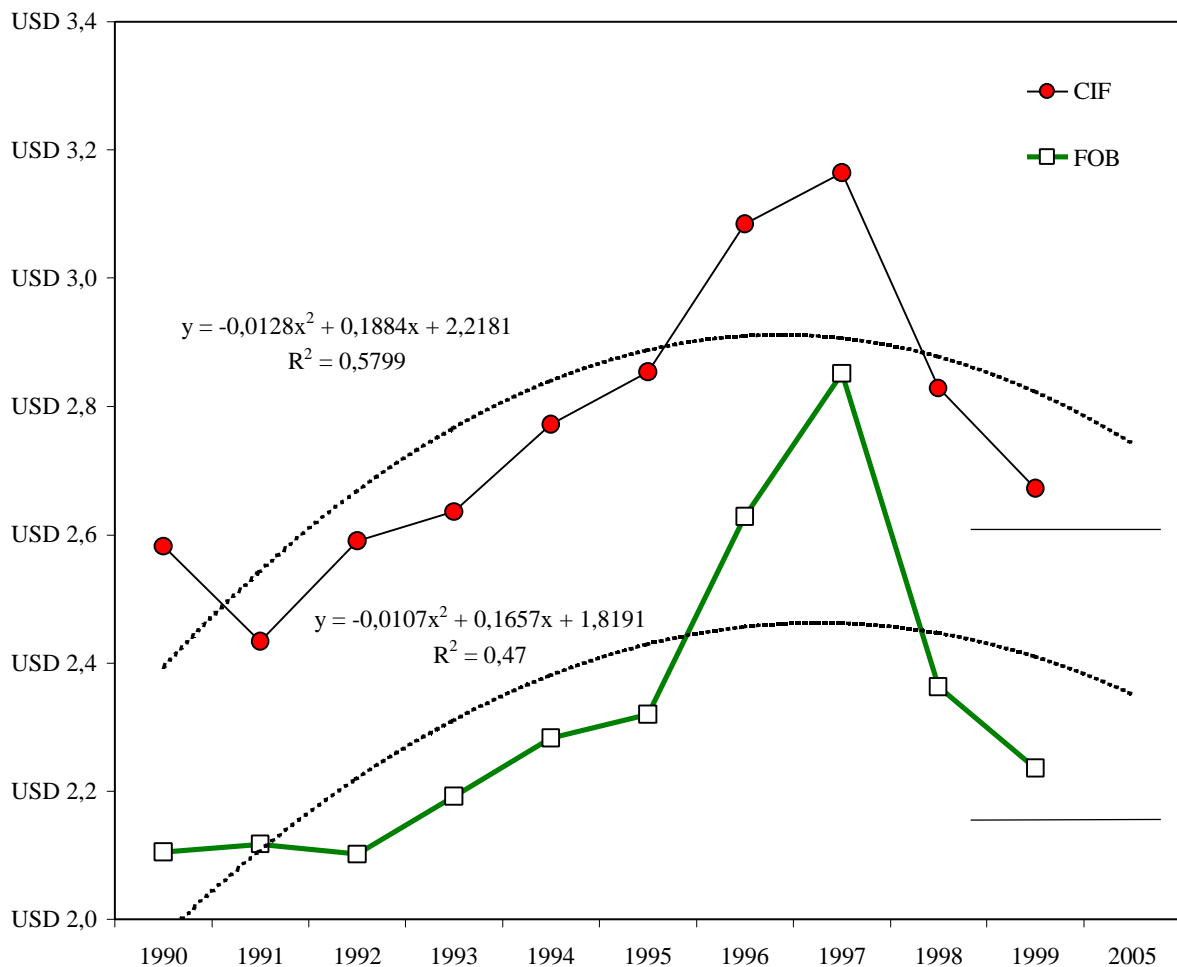
1.6. VALORES CIF Y FOB EN CARNE OVINA

1.6.1. A nivel Mundial

La tendencia de los valores de importación (CIF) y exportación (FOB) por kilo de carne fue creciente hasta 1997, para luego descender hacia 1999 (principalmente por menores valores CIF en el mercado vulnerable; caso de Estados Unidos, Francia, Canadá y Portugal).

Esta proyección estadística indica que los precios -CIF y FOB- serán menores a los actuales para el 2005, en niveles muy similares a los de principio de la década de los 90', como se aprecia en la figura siguiente.

Figura 12 – Evolución y tendencia de los CIF y FOB para carne ovina (dólar/kg)

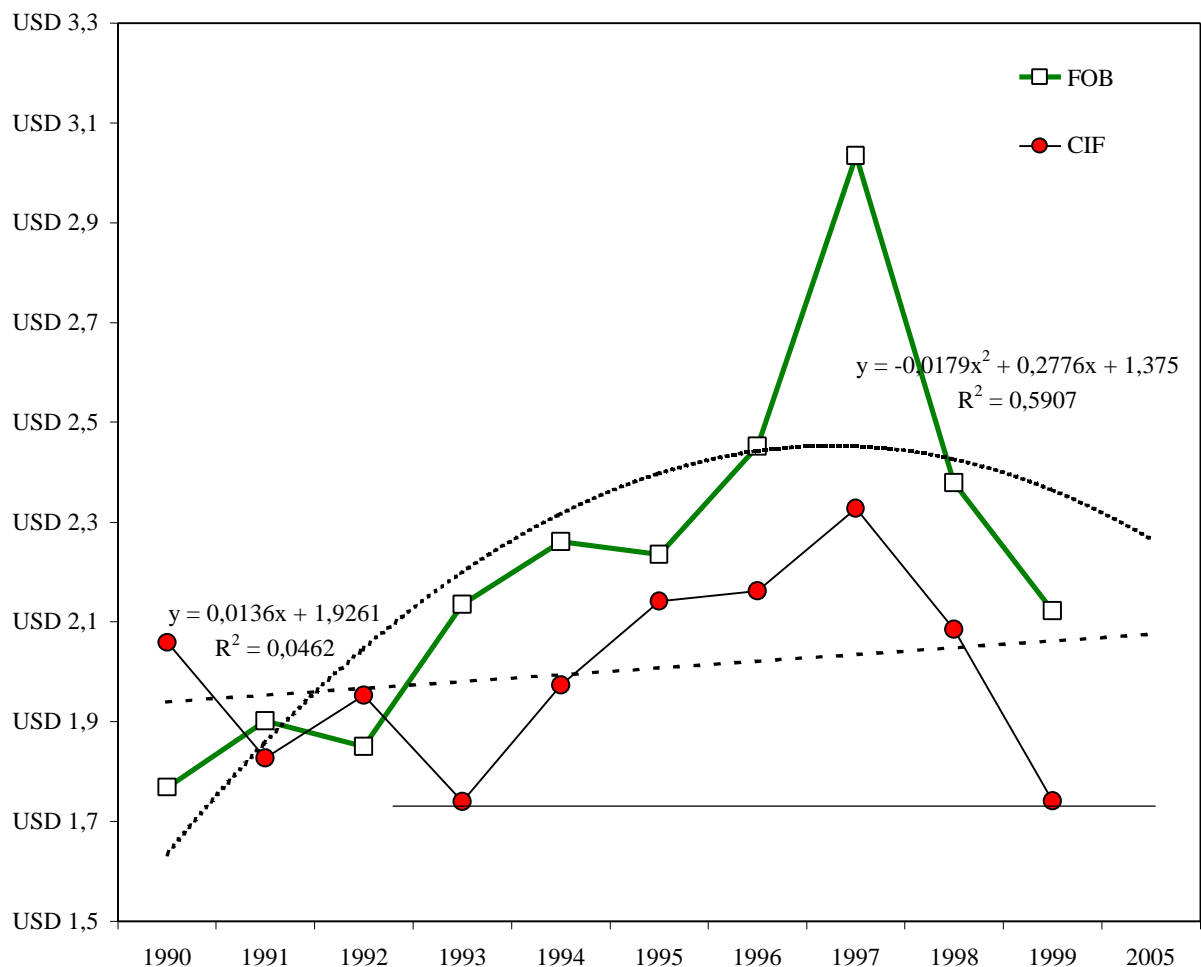


1.6.2. *En el mercado sostenible*

Las particularidades de este mercado son: a) sus valores de venta (FOB) son superiores a los de compra (CIF), explicado por las exportaciones de Nueva Zelanda y Holanda; frente a las importaciones de China, Irán, Arabia Saudita y Emiratos Arabes, b) se refleja un quiebre en los valores del comercio a partir de 1997 y c) la tendencia estadística es decreciente en los precios hacia el 2005, pero con un piso en los valores CIF.

En cuanto a los mayores precios CIF se ubican en Colombia (USD 4.7), Holanda (USD 4.4), Austria (USD 4), Suecia (USD 3.9), Libia (USD 2.9), Emiratos Arabes (USD 2.5) y Marruecos (USD 2.4), mientras que en el FOB es Austria (USD 5), Suecia (USD 4.2) y Holanda (USD 4), considerando el promedio del período 1997 a 1999 (Cuadros 3.10 y 3.13).

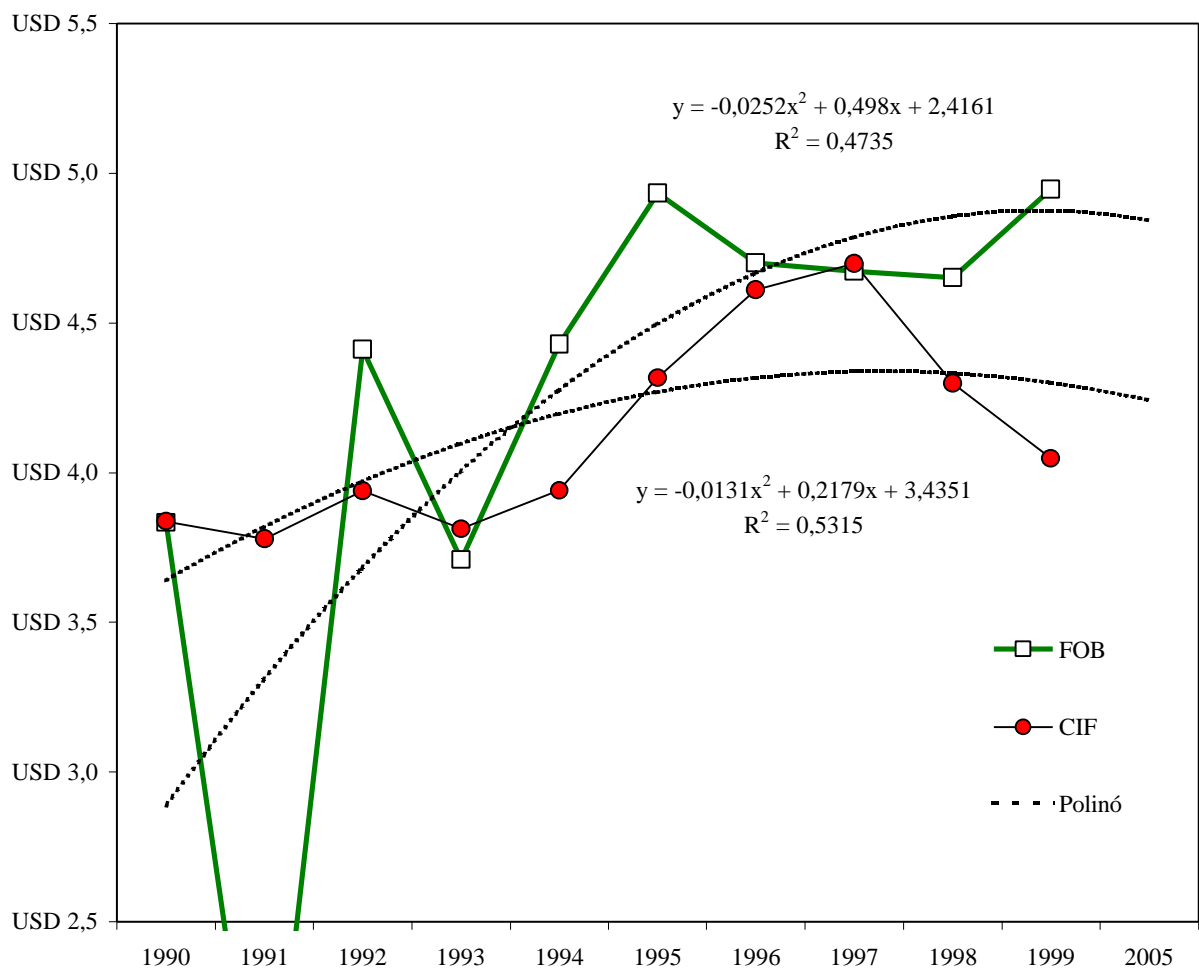
Figura 13 – Evolución y tendencia de los CIF y FOB para carne ovina en el mercado sostenible (dólar/kg)



1.6.3. Mercado Esforzado

Las particularidades de este mercado son: a) sus valores de venta (FOB) son levemente superiores a los de compra (CIF) a partir de 1992; pudiendo estar en presencia de calidades diferentes en la comercialización así como de un perfil económico alto en los consumidores vinculados a las ventas externas, b) los precios FOB tuvieron una tendencia creciente en sus valores entre 1990 y 1995, para luego se mantenerse estables hasta 1999, a excepción de 1991 que declinaron por un aumento coyuntural de las ventas, c) la tendencia estadística de valores CIF fue creciente hasta 1997, para luego declinar hasta la actualidad y d) la tendencia de los precios FOB y CIF es mantenerse en los niveles actuales hacia el 2005 (Cuadros 3.10 y 3.13). El país de referencia para este mercado esforzado es Alemania

Figura 14 – Evolución y tendencia de los CIF y FOB para carne ovina en el mercado esforzado (dólar/kilo)

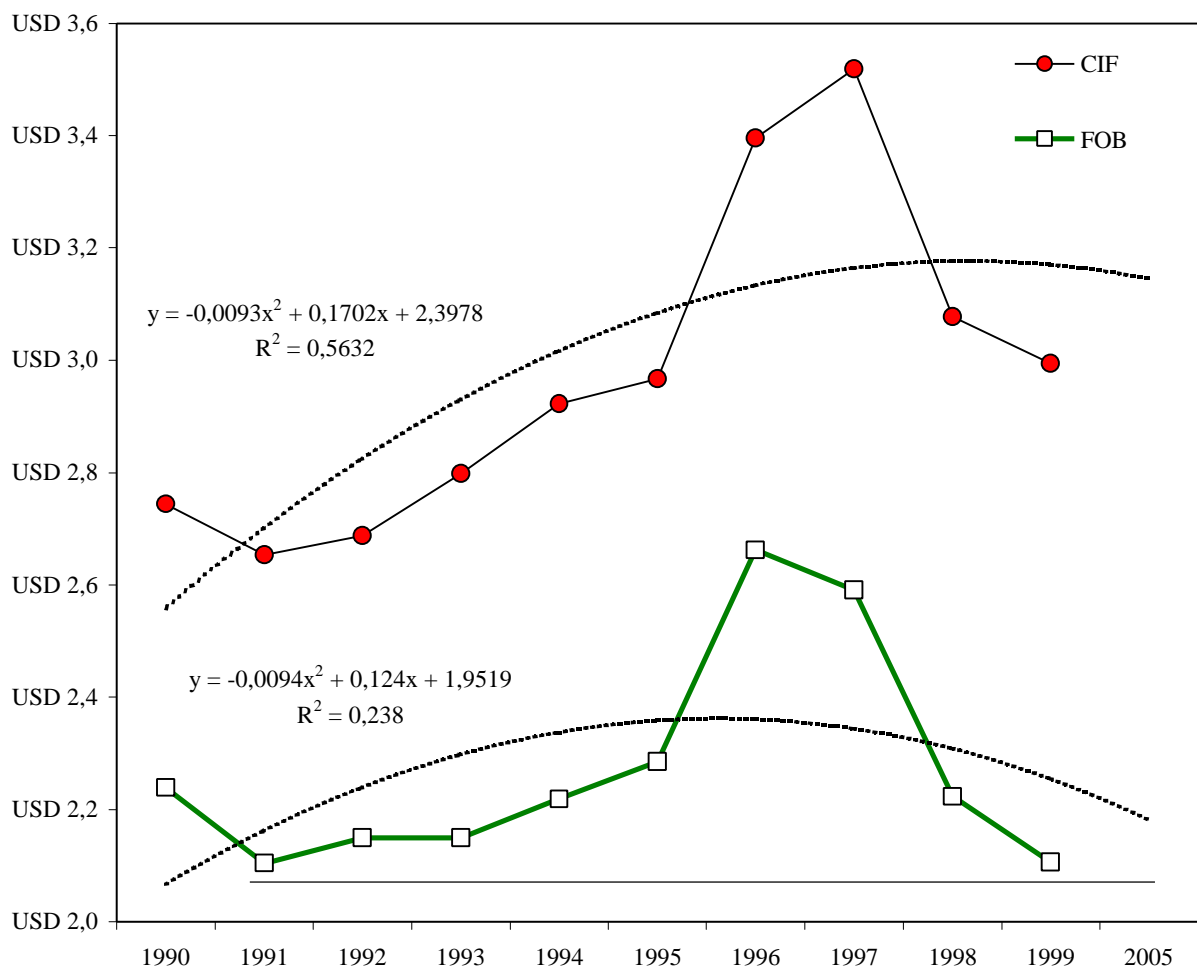


1.6.4. Mercado Vulnerable

Las particularidades de este mercado son: a) sus valores de compra -CIF- son muy superiores a los de venta -FOB-; y la brecha se amplió a lo largo del período analizado, b) movimiento de quiebre muy claro en los valores del comercio internacional a partir de 1997 y c) la tendencia estadística es a mantenerse en los niveles actuales hacia el 2005, pero con un piso para los valores FOB, y d) Argentina vende el 68% de sus carnes a este mercado.

En cuanto a los mayores precios CIF se ubican en Francia (USD 5.8), Canadá y Portugal (USD 3.7), Inglaterra y Grecia (USD 3.5), así como en Tailandia (USD 3.1), mientras que en el FOB es en Francia y España (USD 3.4), Estados Unidos (USD 3.3) y Portugal (USD 3.2), considerando el período 1997 a 1999. Argentina exporta a USD 3.5 el kilo (FOB).

Figura 15 – Evolución y tendencia de los CIF y FOB para carne ovina en el mercado vulnerable (dólar/kg)

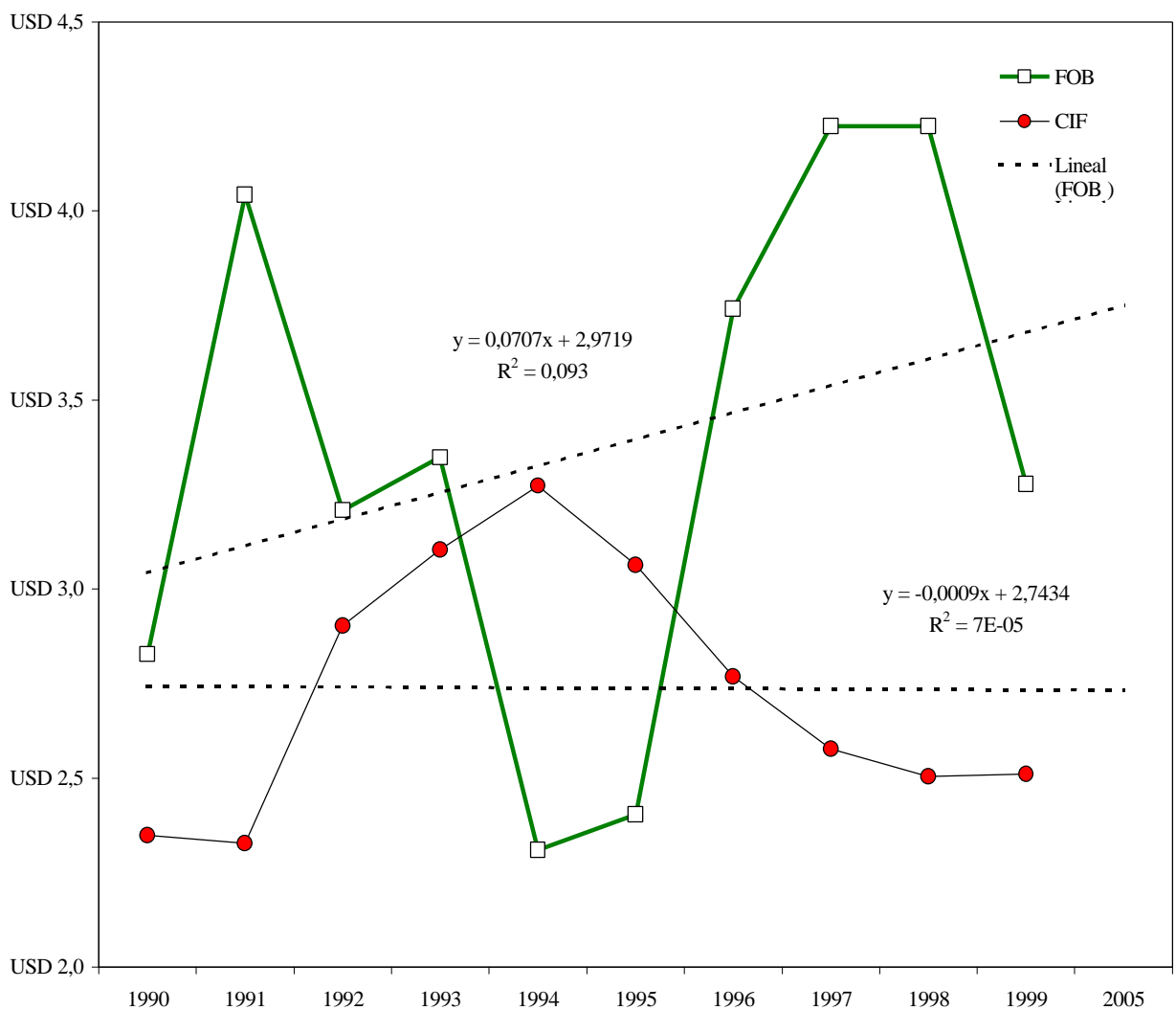


1.6.5. Mercado en Retracción

Las particularidades de este mercado son: a) los valores de venta -FOB- son superiores a los de compra en el mercado internacional -CIF-; a excepción de 1994 y 1995, b) los valores FOB son muy variables; mientras que los CIF disminuyeron desde 1994 y c) la tendencia estadística es decreciente en el valor CIF y creciente en FOB hacia el 2005.

En cuanto a los mayores precios CIF se ubican en Bélgica (USD 4.7), Italia (USD 4.4) , Polonia (USD 3.4), Hungría (USD 3.2) y Rumania (USD 2.6), mientras que en el FOB son Hungría (USD 5.1), Bélgica (USD 4.7, Italia (USD 3), Bulgaria (USD 2.9) y Polonia (USD 2.6), considerando los datos del período 1997 a 1999 (Cuadros 3.10 y 3.13).

Figura 16 – Evolución y tendencia de los CIF y FOB para carne ovina en el mercado en retracción (dólar/kg)



2. MERCOSUR

El Mercosur tiene un bajo posicionamiento ovino en el contexto mundial -comparando con el porcentaje en bovino-, representando 2% la producción, 5% las existencias, 2% el consumo, 4% de las exportaciones y 1% las importaciones.

La tendencia del consumo de carnes ovinas entre 1990 y 1999, en Brasil y Paraguay es a mercados sostenibles (crece el consumo de carnes en general y el de ovinos en particular), mientras que Argentina, Uruguay y Chile son a mercados vulnerables (aumenta el consumo de carnes en general pero decae el de ovinos).

Tabla 7 - Mercado de carne ovina en el Mercosur

| Mercado | 1997/1999 | Brasil | Argentina | Uruguay | Chile | Paraguay |
|--------------------------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| Producción ⁽¹⁾ | 264 | 49,7% | 21,8% | 21,0% | 6,3% | 1,2% |
| Importación ⁽¹⁾ | 8 | 71,6% | 24,0% | 0,0% | 4,2% | 0,2% |
| Exportación ⁽¹⁾ | 31 | 0,2% | 2,5% | 48,7% | 45,7% | 2,9% |
| Consumo ⁽¹⁾ | 241 | 56,8% | 24,4% | 16,7% | 1,2% | 0,9% |
| -Tendencia en los 90´ | | Sostenible | Vulnerable | Vulnerable | Vulnerable | Sostenible |
| -Crecimiento en carnes | 4.3% anual | 5.7% anual | 0.7% anual | 1.8% anual | 7.6% anual | 1.0% anual |
| -Crecimiento en ovino | -0.1% anual | 2.4% anual | -2.9% anual | -0.9% anual | -0.8% anual | 0.1% anual |
| Existencia ⁽²⁾ | 56.271 | 32,5% | 30,0% | 29,9% | 6,9% | 0,7% |
| Índice de Faena | 25,8% | 33,6% | 23,9% | 18,0% | 20,9% | 38,2% |
| Consumo kg/hab./año | 1,1 | 0,8 | 1,6 | 12,5 | 0,1 | 0,6 |
| CIF (USD/kg) | 1,5 | 1,5 | 1,6 | | 1,2 | 1,5 |
| FOB (USD/kg) | 1,4 | 2,0 | 3,6 | 2,1 | 2,1 | 2,2 |
| Interno (USD/kg ³) | 1,5 | 1,2 | 1,7 | 1,7 | 2,4 | |

Referencia: ⁽¹⁾ miles de toneladas, ⁽²⁾ miles de cabezas y ⁽³⁾ precio de res del cordero

La producción de ganado ovino es liderada por Brasil con el 49.7%, siguiéndole en importancia Argentina (21.8%), Uruguay (21%), Chile (6.3%) y Paraguay (1.2%). En el consumo también Brasil (56.8%) es el principal mercado, siguiéndole en relevancia Argentina (24.4%), Uruguay (16.7%), Chile (1.2%) y Paraguay (0.9%). Considerando el consumo por habitante, Uruguay es el más alto (12.5 kg.), siguiéndole en importancia Argentina (1.6 kg.), Brasil (0.8 kg.), Paraguay (0.6 kg.) y Chile (0.1 kg.)

La oferta de carne ovina en el Mercosur entre 1997 y 1999, se compone en un 97% de producción interna y el 3% restante por importaciones, mientras que la demanda se estructura de la siguiente forma: 89% consumo y 11% exportación. El sector evidencia una tendencia de retroceso anual en su evolución durante el periodo 1990 a 1999, con tasas negativas en la producción (-0.7%), consumo (-0.1%) e importaciones (-2%), a excepción de las exportaciones (+3% anual); presionadas por la realidad interna del sector, a partir de la crisis del negocio de la lana a principios de los 90.

Tabla 8 - Evolución del negocio ovino en el Mercosur

| indicadores | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Producción ⁽¹⁾ | 287 | 289 | 273 | 276 | 298 | 283 | 280 | 275 | 261 | 256 |
| Importación ⁽¹⁾ | 6 | 3 | 5 | 7 | 8 | 6 | 9 | 8 | 9 | 7 |
| Exportación ⁽¹⁾ | 60 | 31 | 25 | 24 | 24 | 19 | 28 | 33 | 34 | 24 |
| Consumo ⁽¹⁾ | 241 | 259 | 249 | 254 | 279 | 267 | 263 | 253 | 239 | 235 |
| Otros ⁽¹⁾ | -8 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | -3 | -4 | -3 | 3 |
| Existencia ⁽²⁾ | 79.150 | 77.772 | 75.750 | 71.529 | 68.201 | 65.179 | 60.606 | 58.004 | 54.427 | 52.311 |
| Faena/Exist. | 23,9% | 24,1% | 25,2% | 27,4% | 29,3% | 28,6% | 33,0% | 35,3% | 36,7% | 34,9% |
| Consumo kg/hab. | 1,2 | 1,3 | 1,2 | 1,2 | 1,3 | 1,2 | 1,2 | 1,1 | 1,1 | 1,0 |
| CIF (USD/kg) | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,1 | 1,6 | 1,2 | 1,5 | 1,7 | 1,5 |
| FOB (USD/kg) | 0,9 | 1,2 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,3 | 1,5 |
| Interno (USD/kg ³) | 1,0 | 1,1 | 1,3 | 1,5 | 1,7 | 2,1 | 2,0 | 2,0 | 1,9 | 1,7 |

Referencia: ⁽¹⁾ miles de toneladas, ⁽²⁾ miles de cabezas y ⁽³⁾ precio de res del cordero

(CIF Y FOB Mercosur, precio interno sin Brasil)

Los precios internos tienen cierta correlación estadística con los valores del comercio internacional (FOB=65% y CIF=69%). El análisis a nivel país permite detectar la formación de precios internos según los valores de venta internacional; en Chile (correlación del 90%) y Uruguay (correlación del 82%). En cuanto a los valores de importación, también existe algún grado de vinculación con los precios internos en el caso de Argentina (correlación del 55%). Sin embargo, el mercado ovino de la región no muestra competitividad en la evolución de los precios internos entre los países, como se observara en los últimos años en carne bovina.

Los precios internos más altos por kilo de carne de cordero, se ubican en Chile (2.4 USD), mientras que en exportación es en Argentina (3.6 USD) y en importación es Argentina (1.6 USD), Paraguay (1.5 USD) y Brasil (1.5 USD).

2.1. BRASIL

2.1.a. Perfil productivo

La oferta interna ovina se compone del 95.6% por producción local y el 4.4% de importaciones, mientras que la demanda se estructura en un 99.9% en el consumo interno y un escaso 0.1% por exportaciones. Las regiones del sudeste, sur y centro-oeste concentran el 95% de los frigoríficos activos en Brasil para el sector ovino.

Tabla 9 - Evolución del negocio ovino en Brasil

| indicadores | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Producción ⁽¹⁾ | 112 | 114 | 115 | 119 | 120 | 125 | 128 | 131 | 131 | 131 |
| Importación ⁽¹⁾ | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 7 | 6 | 7 | 5 |
| Exportación ⁽¹⁾ | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Consumo ⁽¹⁾ | 114 | 116 | 117 | 123 | 125 | 129 | 135 | 137 | 138 | 136 |
| Otros ⁽¹⁾ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Existencia ⁽²⁾ | 20.015 | 20.128 | 19.956 | 18.008 | 18.436 | 18.336 | 18.000 | 18.300 | 18.300 | 18.300 |
| Faena/Exist. | 28,2% | 28,5% | 28,9% | 31,7% | 31,3% | 32,4% | 33,5% | 33,6% | 33,6% | 33,6% |
| Consumo kg/hab. | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 |
| CIF (USD/kg) | 1,0 | 0,9 | 0,8 | 0,8 | 1,0 | 1,6 | 1,1 | 1,4 | 1,7 | 1,5 |
| FOB (USD/kg) | 1,1 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,6 | 1,9 | 2,1 | 2,2 | 1,8 | 1,8 |
| Interno (USD/kg ³) | | | | | | | | | | 1,2 |

Referencia: ⁽¹⁾ miles de toneladas, ⁽²⁾ miles de cabezas y ⁽³⁾ precio de res del cordero

La visión privada del sector ovino en Brasil⁵, está articulada sobre el proceso de cambio que se está dando a nivel mundial en el modelo del consumo, por razones de salud y conveniencia, de tal forma que aumentaría la demanda por carne magra y de bajo costo, donde la carne ovina tiene ventajas comparativas (magra) y competitivas (costo). Sin embargo, esta actividad⁶ enfrenta dos desafíos: 1) El gran tiempo de cocción de esta carne y 2) El 65% de la oferta de carne proviene de ovejas; cuya principal orientación económica es la producción de lana y no para satisfacer demandas alimentarias, mientras que el restante 35% es de corderos. La fortaleza actual para esta actividad en el mercado interno, está dada en la migración interna de la población rural hacia la ciudad, quienes llevan el hábito de consumo de cordero.

⁵ Oliveira Roça R., 1999. Disponible en Internet: http://www.fazendamarambaia.com.br/fm_arquivo_div1.htm

⁶ http://www.xiiiworldmeatcongress.com.br/palestras/peterbarnard_p.PDF

2.1.b. Principales zonas productoras

La existencia de ganado ovino se concentra en las regiones Nordeste (50%) y Sur (41%), mientras que las del Centro-Oeste (4%), el Sudeste (3%) y el Norte (2%) tienen menores niveles de participación. Los principales Estados productores son: Río Grande do Sul (35%), Bahía (18%), Ceará (11%), Piauí (9%) y Pernambuco (4%).

Figura 17 – Zona productora de ovinos en Brasil



2.1.c. *Costos de producción*

No se dispone de información completa de costos de producción ovina de Brasil. Los datos disponibles acusan un costo directo total entre USD 0.53 y USD 0.82 por kilo de peso vivo de acuerdo con distintas fuentes. Estos costos representan situaciones productivas vigentes en la región de San Pablo según el manejo tradicional. Se desconoce si el ingreso por venta de lana u otro subproducto ha sido tenido en cuenta al momento de la elaboración del costo.

Tabla 10 - Costo de producción ovino en Brasil (dólar/kilo vivo)

| Detalle | Caso 1 | Caso 2 |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Fuente | Nora Odessa | Luiz Eduardo dos Santos |
| Año estudio | 1999 | 1998 |
| Zona | San Pablo | Sao Pablo |
| Planteo productivo | Cría | Cria tradicional |
| Destete (%) | S/D | 110% |
| Productividad (kg/ha) | S/D | S/D |
| Observaciones | Costo total sin composición | Costo total sin composición |
| Costos directos | | |
| Compra de hacienda | | |
| Sanidad y veterinario | | |
| Verdeos y pasturas | | |
| Suplementación | | |
| Personal | | |
| Esquila | | |
| Gastos de comercialización | | |
| Fletes | | |
| Otros gastos | | |
| Gastos de estructura | | |
| Costo Directo Total | 0.53 | 0.82 |

2.1.d. *Precios*

No se pudo encontrar series de precios sobre el negocio ovino desde 1990, a excepción de la evolución del precio entre 1999 (1.2 USD) y el 2001 (1.5 USD) por kilo gancho, para el cordero del Estado de Rio Grande do Sud⁷.

⁷ Información disponible en Internet http://www.cooplantio.com.br/precos/cordeiro/cordeiro_rs.htm

2.2. URUGUAY

2.2.a. Perfil productivo

Su oferta interna promedio es 100% producción local, mientras que la demanda se compone del 73% de consumo y el 27% de exportación. Existen 34 plantas de faena habilitada para trabajar con ovinos, con una alta concentración comercial; dado que 5 de ellas faenan el 55 % del total. Los precios internos están influidos por la evolución del mercado externo (valores FOB), explicando la alta correlación estadística existente entre ambos (82%). Ambos precios sufrieron importantes incrementos a lo largo de la década.

Tabla 11 - Evolución del negocio ovino en Uruguay

| indicadores | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Producción ⁽¹⁾ | 61 | 63 | 64 | 64 | 66 | 52 | 64 | 60 | 55 | 51 |
| Importación ⁽¹⁾ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Exportación ⁽¹⁾ | 24 | 13 | 10 | 11 | 11 | 9 | 14 | 16 | 17 | 12 |
| Consumo ⁽¹⁾ | 37 | 49 | 54 | 53 | 55 | 43 | 50 | 44 | 38 | 39 |
| Otros ⁽¹⁾ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Existencia ⁽²⁾ | 25.220 | 25.986 | 25.034 | 24.014 | 21.230 | 20.205 | 19.747 | 18.187 | 16.746 | 15.500 |
| Faena/Exist. | 13% | 13% | 14% | 14% | 17% | 14% | 18% | 18% | 18% | 18% |
| Consumo kg/hab. | 12,0 | 15,7 | 17,3 | 16,8 | 17,4 | 13,5 | 15,6 | 13,7 | 11,7 | 12,0 |
| CIF (USD/kg) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| FOB (USD/kg) | 1,3 | 1,6 | 1,8 | 1,7 | 1,7 | 2,1 | 2,2 | 2,0 | 2,0 | 2,2 |
| Interno (USD/kg ³) | 1,0 | 1,1 | 1,3 | 1,3 | 1,5 | 1,9 | 1,5 | 1,6 | 1,9 | 1,7 |

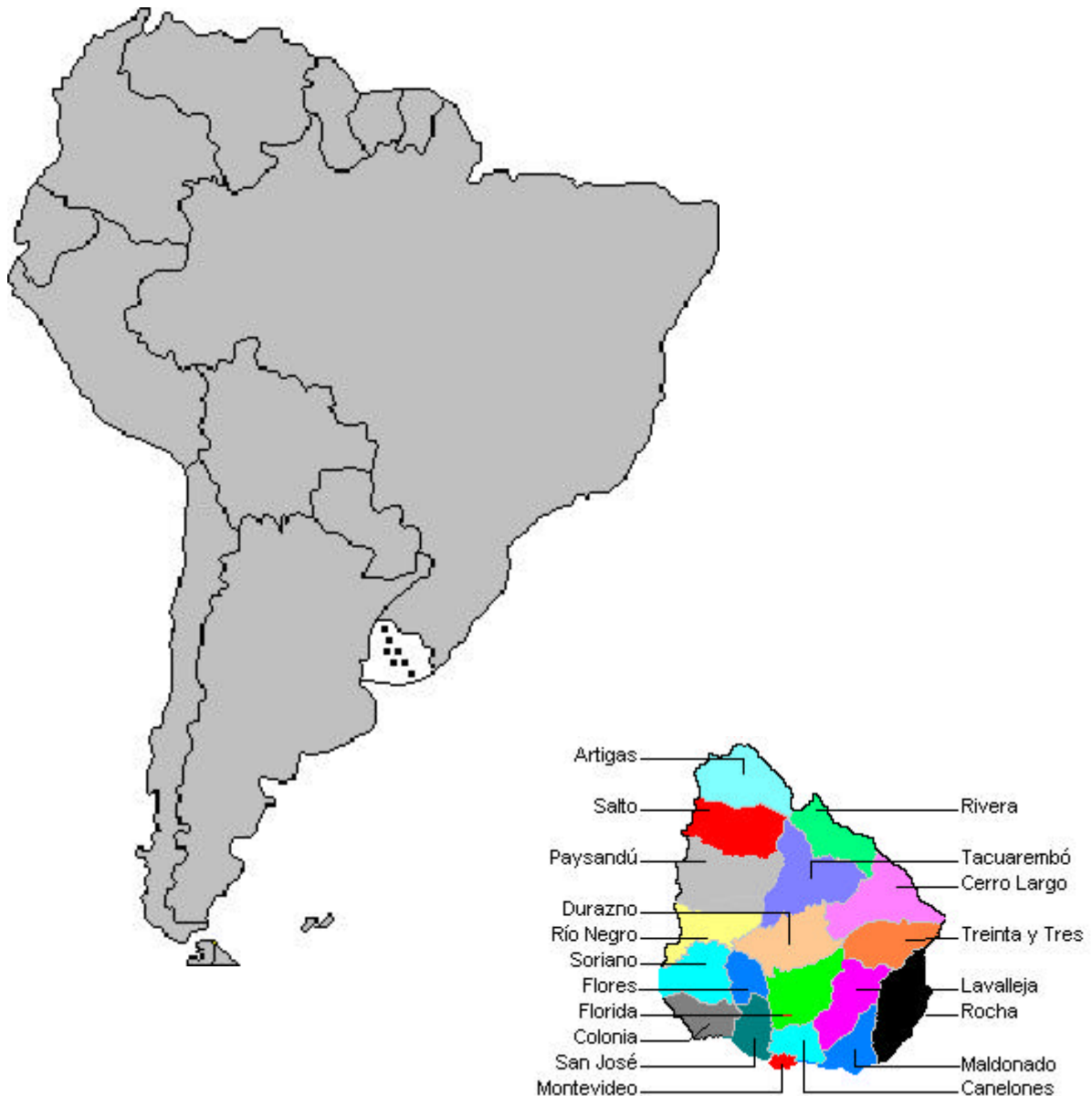
Referencia: ⁽¹⁾ miles de toneladas, ⁽²⁾ miles de cabezas y ⁽³⁾ precio de res del cordero

Frente a la baja del precio internacional de la lana a principios de los 90', los productores reorientaron sus explotaciones hacia carne ovina (a capones y corderos pesados) y sustituyeron sus ovejas por vacunos; en la medida que la base forrajera se los permitió, lo que explica la disminución de la existencia entre 1990 y 1999. En 1996 se lanza una experiencia de producción de corderos denominados pesados (16 kilos), superiores a las tradicionales de 8 a 10 kilos, con miras a lograr un nuevo producto con posibilidades de colocación en los mercados internacionales y con marca propia "Premium Lamb Meat" (principalmente para el mercado europeo de alto ingreso o ABC1). Dicha experiencia se inicia con una faena de 10.500 corderos, para posteriormente incrementarse a 300.000 corderos en 1999.

2.2.b. *Principales zonas productoras*

En Uruguay la ganadería ovina ocupa el 20% de la población rural activa, totalizando con el ganado bovino, un nivel de ocupación del 50%. Esta actividad comparte en algunas zonas la cría conjunta de vacunos y lanares sobre los mismos campos, como en la cuenca del Río Negro y la llanura oriental. La región de ovinos por excelencia, comprende la zona de la cuenca de Haedo y las serranías del Este. Los departamentos con importante nivel de existencia ovina son: Durazno, Tacuarembó, Paysandú, Salto, Artigas, Florida, Lavalleja, Maldonado y Rocha.

Figura 18 - Zona productora de ovino en Uruguay



2.2.c. *Costos de producción*

Para la elaboración del costo de producción de carne ovina en el marco de una actividad con importantes ingresos por lana a nivel predial, se consideró que del costo total corresponde al producto carne igual proporción en la que la carne participa del ingreso del establecimiento.

Para la determinación de los ingresos, se respetaron los precios unitarios publicados por las fuentes.

Tabla 12 - Costo de producción ovino en Uruguay (dólar/kilo vivo)

| Detalle | Caso 1 |
|-----------------------------------|--|
| Elaboración propia sobre datos de | Blasina y Tardáguila Consultores Asociados |
| Año estudio | 1999 |
| Zona | Sin especificar |
| Planteo productivo | Modelo teórico sobre cría ovina en 2.000 has |
| Destete (%) | 80% |
| Productividad (kg/ha) | 51,9 |
| Observaciones | Costo asignado a la producción de carne propocional a la participación en el ingreso |
| Costos directos | 0.20 |
| Compra de hacienda | 0.03 |
| Sanidad y veterinario | 0.05 |
| Verdeos y pasturas | - |
| Suplementación | - |
| Personal | 0.12 |
| Esquila | - |
| Gastos de comercialización | 0.01 |
| Fletes | - |
| Otros gastos | - |
| Gastos de estructura | 0.25 |
| Costo Directo Total | 0.45 |

La actividad ovina en general presenta una alta incidencia de gastos de estructura. En el caso de Uruguay alcanza el 55% del costo y los impuestos representan una cuarta parte de los gastos de estructura.

A su vez, el rubro personal implica el 27% del costo total y se constituye en el principal costo directo, con la inclusión del costo de esquila. Le sigue en orden de importancia el costo sanitario con el 11% del costo total.

2.2.d. *Precios***Tabla 13 - Evolución del precio del cordero en Uruguay (dólar/kilo gancho o limpio)**

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | Anual |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| 1990 | 0,93 | 0,89 | 1,05 | 1,03 | 0,96 | 1,17 | 1,08 | 1,21 | 1,13 | 1,07 | 0,96 | 1,00 | 1,04 |
| 1991 | 1,02 | 1,03 | 1,08 | 1,03 | 0,90 | 1,10 | 1,09 | 1,36 | 1,27 | 1,24 | 1,19 | 1,22 | 1,13 |
| 1992 | 1,22 | 1,26 | 1,32 | 1,37 | 1,27 | 0,00 | 1,62 | 1,60 | 1,52 | 1,51 | 1,37 | 1,31 | 1,28 |
| 1993 | 1,31 | 1,36 | 1,33 | 1,33 | 1,33 | 1,28 | 0,00 | 1,64 | 1,61 | 1,42 | 1,28 | 1,44 | 1,28 |
| 1994 | 1,40 | 1,36 | 1,39 | 1,37 | 1,34 | 1,49 | 1,49 | 1,61 | 1,53 | 1,51 | 1,50 | 1,74 | 1,48 |
| 1995 | 1,73 | 1,76 | 1,82 | 1,88 | 1,96 | 1,93 | 1,94 | 2,01 | 1,89 | 1,85 | 1,78 | 1,75 | 1,86 |
| 1996 | 1,68 | 1,64 | 1,60 | 1,59 | 1,56 | 1,53 | 1,53 | 1,65 | 1,60 | 1,50 | 1,36 | 1,27 | 1,54 |
| 1997 | 1,32 | 1,45 | 1,51 | 1,51 | 1,54 | 1,60 | 1,76 | 1,78 | 1,75 | 1,72 | 1,68 | 1,74 | 1,61 |
| 1998 | 1,74 | 1,74 | 1,76 | 1,82 | 1,90 | 1,98 | 1,99 | 2,04 | 2,00 | 1,94 | 1,93 | 1,96 | 1,90 |
| 1999 | 1,98 | 1,91 | 1,78 | 1,79 | 1,85 | 1,70 | 1,66 | 1,71 | 1,60 | 1,48 | 1,48 | 1,64 | 1,72 |
| 2000 | 1,52 | 1,52 | 1,50 | 1,48 | 1,50 | 1,48 | 1,48 | 1,54 | 1,57 | 1,55 | 1,54 | 1,47 | 1,51 |
| 2001 | 1,49 | 1,49 | 1,48 | 1,54 | 1,54 | 1,58 | 1,60 | 1,62 | 1,64 | 1,78 | | | 1,58 |
| 98/00 | 1,61 | 1,62 | 1,61 | 1,63 | 1,67 | 1,67 | 1,70 | 1,74 | 1,71 | 1,69 | 1,66 | 1,70 | 1,66 |
| Estacio.* | 97 | 97 | 97 | 98 | 100 | 100 | 102 | 104 | 103 | 102 | 100 | 102 | 100 |

(*) Índice de estacionalidad mensual: promedio anual = 100

Tabla 14 - Evolución del precio de la oveja en Uruguay (dólar/kilo gancho o limpio)

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | Anual |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| 1990 | 0,60 | 0,57 | 0,68 | 0,66 | 0,61 | 0,75 | 0,69 | 0,78 | 0,72 | 0,69 | 0,62 | 0,64 | 0,67 |
| 1991 | 0,66 | 0,66 | 0,69 | 0,66 | 0,58 | 0,71 | 0,70 | 0,87 | 0,82 | 0,80 | 0,77 | 0,78 | 0,73 |
| 1992 | 0,78 | 0,81 | 0,85 | 0,88 | 0,81 | 0,00 | 1,04 | 1,03 | 0,98 | 0,97 | 0,88 | 0,84 | 0,82 |
| 1993 | 0,84 | 0,87 | 0,85 | 0,86 | 0,85 | 0,82 | 0,00 | 1,05 | 1,04 | 0,91 | 0,83 | 0,93 | 0,82 |
| 1994 | 0,90 | 0,88 | 0,89 | 0,88 | 0,86 | 0,96 | 0,96 | 1,04 | 0,98 | 0,97 | 0,97 | 1,12 | 0,95 |
| 1995 | 1,11 | 1,13 | 1,17 | 1,21 | 1,26 | 1,24 | 1,25 | 1,29 | 1,21 | 1,19 | 1,15 | 1,13 | 1,20 |
| 1996 | 1,08 | 1,05 | 1,03 | 1,02 | 1,01 | 0,98 | 0,98 | 1,06 | 1,03 | 0,97 | 0,88 | 0,81 | 0,99 |
| 1997 | 0,85 | 0,93 | 0,97 | 0,97 | 0,99 | 1,03 | 1,13 | 1,14 | 1,12 | 1,11 | 1,08 | 1,12 | 1,04 |
| 1998 | 1,12 | 1,12 | 1,13 | 1,17 | 1,22 | 1,27 | 1,28 | 1,31 | 1,29 | 1,25 | 1,24 | 1,26 | 1,22 |
| 1999 | 1,27 | 1,23 | 1,14 | 1,15 | 1,19 | 1,09 | 1,07 | 1,10 | 1,03 | 0,95 | 0,95 | 1,06 | 1,10 |
| 2000 | 0,98 | 0,98 | 0,96 | 0,95 | 0,96 | 0,95 | 0,95 | 0,99 | 1,01 | 1,00 | 0,99 | 0,95 | 0,97 |
| 2001 | 0,96 | 0,96 | 0,95 | 0,99 | | | | | | | | | 0,96 |
| 98/00 | 1,04 | 1,04 | 1,03 | 1,05 | 1,09 | 1,09 | 1,11 | 1,14 | 1,11 | 1,08 | 1,06 | 1,10 | 1,06 |
| Estacio.* | 98 | 98 | 97 | 99 | 103 | 103 | 105 | 107 | 105 | 102 | 100 | 103 | 100 |

(*) Índice de estacionalidad mensual: promedio anual = 100

2. 3. CHILE

2. 3.a. *Perfil productivo*

La oferta promedio de carne ovina en los últimos años se compone de la producción local en un 98% y de importación en el restante 2%. La demanda se caracteriza por un bajo consumo interno (12%) y un alto nivel de exportación (88%). La evolución de los precios internos tiene una alta vinculación con la tendencia del mercado exportador (coeficiente de correlación del 90%), no así con las importaciones (45%).

Tabla 15 - Evolución del negocio ovino en Chile

| Indicadores | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Producción ⁽¹⁾ | 19 | 18 | 17 | 18 | 17 | 15 | 13 | 15 | 17 | 18 |
| Importación ⁽¹⁾ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Exportación ⁽¹⁾ | 24 | 13 | 10 | 11 | 11 | 9 | 14 | 16 | 17 | 12 |
| Consumo ⁽¹⁾ | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Otros ⁽¹⁾ | -8 | 1 | 4 | 4 | 2 | 3 | -3 | -4 | -3 | 3 |
| Existencia ⁽²⁾ | 4.887 | 4.801 | 4.689 | 4.629 | 4.649 | 4.625 | 4.516 | 3.835 | 3.754 | 4.116 |
| Faena/Exist. | 20% | 18% | 18% | 19% | 18% | 16% | 15% | 20% | 22% | 22% |
| Consumo kg/hab. | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| CIF (USD/kg) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 2,8 | 0,0 | 1,5 | 1,3 | 1,3 | 1,0 |
| FOB (USD/kg) | 1,3 | 1,6 | 1,8 | 1,7 | 1,7 | 2,1 | 2,2 | 2,0 | 2,0 | 2,2 |
| Interno (USD/kg ³) | 1,6 | 1,6 | 2,0 | 1,9 | 2,1 | 2,5 | 2,5 | 2,6 | 2,4 | 2,3 |

Referencia: ⁽¹⁾ miles de toneladas, ⁽²⁾ miles de cabezas y ⁽³⁾ precio de res del cordero

Al igual que lo observado en Brasil y Uruguay, a causa de la crisis internacional lanera, se está tratando de reactivar la producción ovina en Chile, pero orientado hacia la venta internacional de carne ovina. Los objetivos están puestos en cubrir demandas del segmento de altos ingresos o ABC1 en México y la Unión Europea, de productos para clientes "gourmet", así como de carne enfriada ó congelada en cortes especiales para supermercados. Además se trabaja comercialmente, en forma complementaria, con los cortes usuales para el mercado institucional de "fast food" (el grupo Habib que compite con cadenas de Mac Donald's y otras, ofreciendo sándwich preferentemente preparados con carne de cordero). Desde 1998 se están desarrollando los mercados de Perú, Ecuador y Japón.

2.3.b. *Principales zonas productoras*

La XII Región de Magallanes tiene el 52% de las existencias y le siguen en importancia: X (10.7%), XI (9.1%), IX (6.7%), VII (5.6%), VIII (5%) y VI (5%). La estrategia en general ha sido el mejoramiento genético del tradicional Corriedale, de doble propósito, sumado a un manejo animal y de pradera de elevado nivel técnico. En particular, se trabaja en genética con Suffolk australiano, para producir un nuevo tipo de cordero (de 20 a 22 kilos limpios), que tendría la denominación de origen “Cordero de Magallanes”⁸.

Figura 19 – Zona productora de ovino en Chile



⁸ <http://www.odepa.gob.cl/servicios-informacion/Mercosur/cap-5-4.html>

2.3.c. *Costos de producción*

No se encontró a la fecha información sobre costos productivos de actividad ovina en Chile. Los sistemas productivos predominantes en la XII Región tienen amplias similitudes con las situaciones de la Estepa Magallánica de la provincia de Santa Cruz, por el planteo productivo y la estructura de costos.

2.3.d. *Precios***Tabla 16 - Evolución del precio del cordero en Chile (dólar/kilo gancho o limpio)**

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | Annual |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|--------|
| 1990 | 1,40 | 1,50 | 1,50 | 1,50 | 1,70 | 1,80 | 1,80 | 1,80 | 1,90 | 1,40 | 1,10 | 1,20 | 1,55 |
| 1991 | 1,50 | 1,30 | 1,30 | 1,40 | 1,50 | 1,80 | 1,70 | 1,80 | 1,90 | 1,60 | 1,80 | 1,90 | 1,63 |
| 1992 | 2,00 | 2,20 | 2,00 | 2,00 | 2,10 | 2,00 | 2,00 | 2,20 | 2,20 | 1,90 | 1,90 | 2,00 | 2,04 |
| 1993 | 1,90 | 1,60 | 1,90 | 1,80 | 1,80 | 1,90 | 2,00 | 2,00 | 2,10 | 1,60 | 1,70 | 1,90 | 1,85 |
| 1994 | 1,70 | 2,00 | 2,00 | 2,10 | 2,10 | 2,10 | 2,20 | 2,30 | 2,10 | 1,90 | 1,90 | 2,30 | 2,06 |
| 1995 | 2,20 | 2,30 | 2,20 | 2,60 | 2,70 | 2,80 | 3,00 | 3,00 | 2,80 | 2,20 | 2,20 | 2,30 | 2,53 |
| 1996 | 2,30 | 2,30 | 2,50 | 2,80 | 2,70 | 2,70 | 2,80 | 3,00 | 3,00 | 2,20 | 2,00 | 2,20 | 2,54 |
| 1997 | 2,20 | 2,40 | 2,60 | 2,60 | 2,50 | 2,70 | 2,80 | 3,20 | 3,00 | 2,70 | 2,40 | 2,40 | 2,63 |
| 1998 | 2,20 | 2,50 | 2,50 | 2,40 | 2,60 | 2,70 | 2,70 | 2,50 | 2,40 | 2,20 | 2,20 | 2,30 | 2,43 |
| 1999 | 2,40 | 2,30 | 2,50 | 2,60 | 2,50 | 2,30 | 2,40 | 2,40 | 2,40 | 2,10 | 1,90 | 1,90 | 2,31 |
| 2000 | 2,10 | 2,00 | 2,40 | 2,40 | 2,40 | 2,30 | 2,30 | 2,40 | 2,40 | 2,10 | 2,00 | 2,20 | 2,25 |
| 2001 | 2,10 | 2,10 | 2,20 | 2,10 | 2,12 | 2,11 | 2,07 | 2,06 | 2,13 | | | | 2,11 |
| 98/00 | 2,23 | 2,30 | 2,50 | 2,50 | 2,50 | 2,50 | 2,55 | 2,63 | 2,55 | 2,28 | 2,13 | 2,20 | 2,40 |
| Estacio.* | 93 | 96 | 104 | 104 | 104 | 104 | 106 | 109 | 106 | 95 | 88 | 92 | 100 |

(*) Índice de estacionalidad mensual: promedio anual = 100

Tabla 17 - Evolución del precio de la oveja en Chile (dólar/kilo gancho o limpio)

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | Annual |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|--------|
| 1990 | 0,90 | 0,90 | 1,00 | 1,00 | 1,10 | 1,20 | 1,20 | 1,20 | 1,20 | 0,90 | 0,90 | 0,90 | 1,03 |
| 1991 | 0,90 | 0,80 | 0,90 | 1,00 | 1,00 | 1,20 | 1,10 | 1,10 | 1,20 | 1,00 | 1,10 | 1,20 | 1,04 |
| 1992 | 1,10 | 1,20 | 1,20 | 1,20 | 1,30 | 1,40 | 1,40 | 1,40 | 1,40 | 1,20 | 1,20 | 1,30 | 1,28 |
| 1993 | 1,10 | 1,00 | 1,20 | 1,10 | 1,10 | 1,20 | 1,40 | 1,40 | 1,50 | 1,20 | 1,10 | 1,20 | 1,21 |
| 1994 | 1,00 | 1,00 | 1,10 | 1,40 | 1,50 | 1,40 | 1,60 | 1,60 | 1,50 | 1,20 | 1,20 | 1,50 | 1,33 |
| 1995 | 1,30 | 1,20 | 1,30 | 1,50 | 1,60 | 1,70 | 1,70 | 1,70 | 1,80 | 1,60 | 1,50 | 1,60 | 1,54 |
| 1996 | 1,40 | 1,30 | 1,50 | 1,50 | 1,60 | 1,60 | 1,60 | 1,60 | 1,80 | 1,40 | 1,10 | 1,30 | 1,48 |
| 1997 | 1,30 | 1,20 | 1,20 | 1,30 | 1,30 | 1,40 | 1,50 | 1,70 | 1,70 | 1,40 | 1,50 | 1,30 | 1,40 |
| 1998 | 1,20 | 1,30 | 1,50 | 1,60 | 1,80 | 1,80 | 1,70 | 1,60 | 1,50 | 1,10 | 1,20 | 1,10 | 1,45 |
| 1999 | 0,90 | 0,90 | 1,10 | 1,20 | | | | 1,10 | 1,20 | 1,10 | 1,10 | 1,10 | 1,08 |
| 2000 | 1,00 | | | | 1,20 | 1,10 | | 1,10 | 1,20 | 1,10 | 1,00 | 1,10 | 1,10 |
| 2001 | | | | | | | | | | | | | |
| 98/00 | 1,1 | 1,1 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,6 | 1,4 | 1,4 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,3 |
| Estacio.* | 88 | 90 | 101 | 109 | 114 | 114 | 127 | 109 | 111 | 93 | 95 | 91 | 100 |

(*) Índice de estacionalidad mensual: promedio anual = 100

2.4. ARGENTINA

2.4.a. Perfil productivo

La oferta de los últimos años está compuesta de un 97% producción local y un 3% de importación, mientras que la demanda se compone en un 99% del consumo local y el 1% de exportación. La carne ovina en Argentina fue considerada tradicionalmente como un subproducto de la actividad lanera, como en el resto del Mercosur, motivo por el cual el sector desmejoró su rentabilidad. Las experiencias de Chile y Uruguay en reorientar la actividad para exportar “carne ovina” son exitosas, visión que fuera introducida al país en el proyecto “Carne Ovina Patagónica”. Por diversos factores, tanto climáticos como económicos, este proyecto no fue consolidado y la sanción de la reciente Ley 25.422 para la “recuperación de la ganadería ovina”, impulsa nuevamente el desarrollo del sector, con un adecuado marco legal (Anexo).

Tabla 18 - Evolución del negocio ovino en Argentina

| Indicadores | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Producción ⁽¹⁾ | 92 | 92 | 73 | 72 | 92 | 88 | 71 | 65 | 55 | 52 |
| Importación ⁽¹⁾ | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Exportación ⁽¹⁾ | 10 | 5 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| Consumo ⁽¹⁾ | 84 | 88 | 72 | 72 | 93 | 89 | 72 | 66 | 57 | 54 |
| Otros ⁽¹⁾ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Existencia ⁽²⁾ | 22.409 | 21.852 | 22.072 | 22.414 | 20.871 | 18.792 | 17.683 | 16.626 | 16.866 | 17.106 |
| Faena/Exist. | 21% | 21% | 21% | 21% | 23% | 23% | 24% | 27% | 25% | 20% |
| Consumo kg/hab. | 2,6 | 2,7 | 2,2 | 2,1 | 2,7 | 2,6 | 2,0 | 1,8 | 1,6 | 1,5 |
| CIF (USD/kg) | 1,0 | 1,1 | 1,3 | 1,3 | 1,2 | 1,7 | 1,7 | 1,5 | 1,7 | 1,6 |
| FOB (USD/kg) | 1,1 | 2,0 | 2,8 | 2,8 | 2,7 | 3,0 | 3,6 | 3,6 | 3,8 | 3,3 |
| Interno (USD/kg ³) | | | | 1,7 | 1,8 | 2,2 | 2,3 | 2,2 | 1,9 | 1,7 |

Referencia: ⁽¹⁾ miles de toneladas, ⁽²⁾ miles de cabezas y ⁽³⁾ precio de res del cordero

Se produjo una importante caída de las existencias, reflejada con creces en la producción y en las mínimas exportaciones finales.

El mercado interno por su volumen es determinante en la formación de los precios del ganado, aunque existe cierta vinculación con los valores de importación -CIF- de la carne (coeficiente de correlación del 55%), pero no con los valores de exportación -FOB- (coeficiente de correlación estadística del 45%).

2.4.b. *Principales zonas productoras*

De la actividad ovina viven 15.000 personas en Argentina⁹ y la existencia de animales por Provincia se distribuye de la siguiente manera: Chubut 30.6%, Buenos Aires 13.9%, Río Negro 12.6%, Santa Cruz 10.3%, Corrientes 8%, Jujuy 4%, Tierra del Fuego 3.8%, Santa Fe 2.6%, Entre Ríos 2.6%, La Pampa 1.8%, Neuquén 1.8%, Santiago del Estero 1.7%, Salta 1.2%, Chaco 1% y San Luis 0.6%, entre otras.

Figura 20 - Zona productora de ovino en Argentina



⁹ <http://www.lanacion.com.ar/suplementos/campo/0120/P01.HTM>

2.4.c. *Costos de producción*

La elevada participación de la lana en el ingreso de los establecimientos y su fluctuante precio de mercado otorgan sólo un grado de orientación a los costos elaborados para la producción de carne en la Patagonia, principal región ovina de Argentina. A pesar de ello, el costo final elaborado a partir de información de distintos autores no ofrece grandes variaciones y se constituyen en los menores costos del Mercosur, excluyendo Chile por la información faltante -USD 0.25 a USD 0.31 por kilo de peso vivo-.

Tabla 19 - Costo de producción ovino en Argentina (dólar/kilo vivo)

| Detalle | Caso 1 | Caso 2 | Caso 3 |
|--|--|--------------------------------|--|
| Elaboración propia sobre datos de | Mendez y otros | Mendez y otros | Menedin, F. |
| Año estudio | 2000 | 2000 | 2000 |
| Zona | Región sur de Río Negro | Región Sur de Río Negro | Zona de Camarones, Chubut |
| Planteo productivo | Cría ovina actual, 2.000 cabezas | Cría ovina actual, 500 cabezas | Cría ovina actual, 4.600 cabezas |
| Destete (%) | 55% | 55% | 65% |
| Productividad (kg/ha) | 1,1 | 0,9 | 2,3 |
| Costos de producción de carne propocionales a la participación en el ingreso | El costo no incluye retribución al productor | Poblador minifundista | El costo no incluye retribución al productor |
| Costos directos | 0.15 | 0.10 | 0.22 |
| Compra de hacienda | 0.01 | 0.02 | 0.02 |
| Sanidad y veterinario | 0.01 | 0.01 | 0.05 |
| Verdeos y pasturas | - | - | - |
| Suplementación | - | - | 0.00 |
| Personal | 0.08 | 0.03 | 0.09 |
| Esquila | 0.05 | 0.03 | 0.05 |
| Gastos de comercialización | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Fletes | - | - | - |
| Otros gastos | - | - | - |
| Gastos de estructura | 0.15 | 0.16 | 0.09 |
| Costo Directo Total | 0.30 | 0.25 | 0.31 |

Entre los costos variables, el personal y la esquila representan entre 43% y 45% del costo total en el caso de predios medianos y el 24% para los productores minifundistas, siempre para la situación actual vigente con baja productividad. Los gastos de estructura –29% en un establecimiento mediano grande de Chubut y 64% en un minifundio- tienen diversa composición: proporciones similares entre administración, movilidad, conservación e impuestos para el primero y mayoritariamente gastos familiares en el segundo.

2.4.d. *Precios***Tabla 20 - Evolución del precio del cordero en Argentina (dólar/kilo gancho o limpio)**

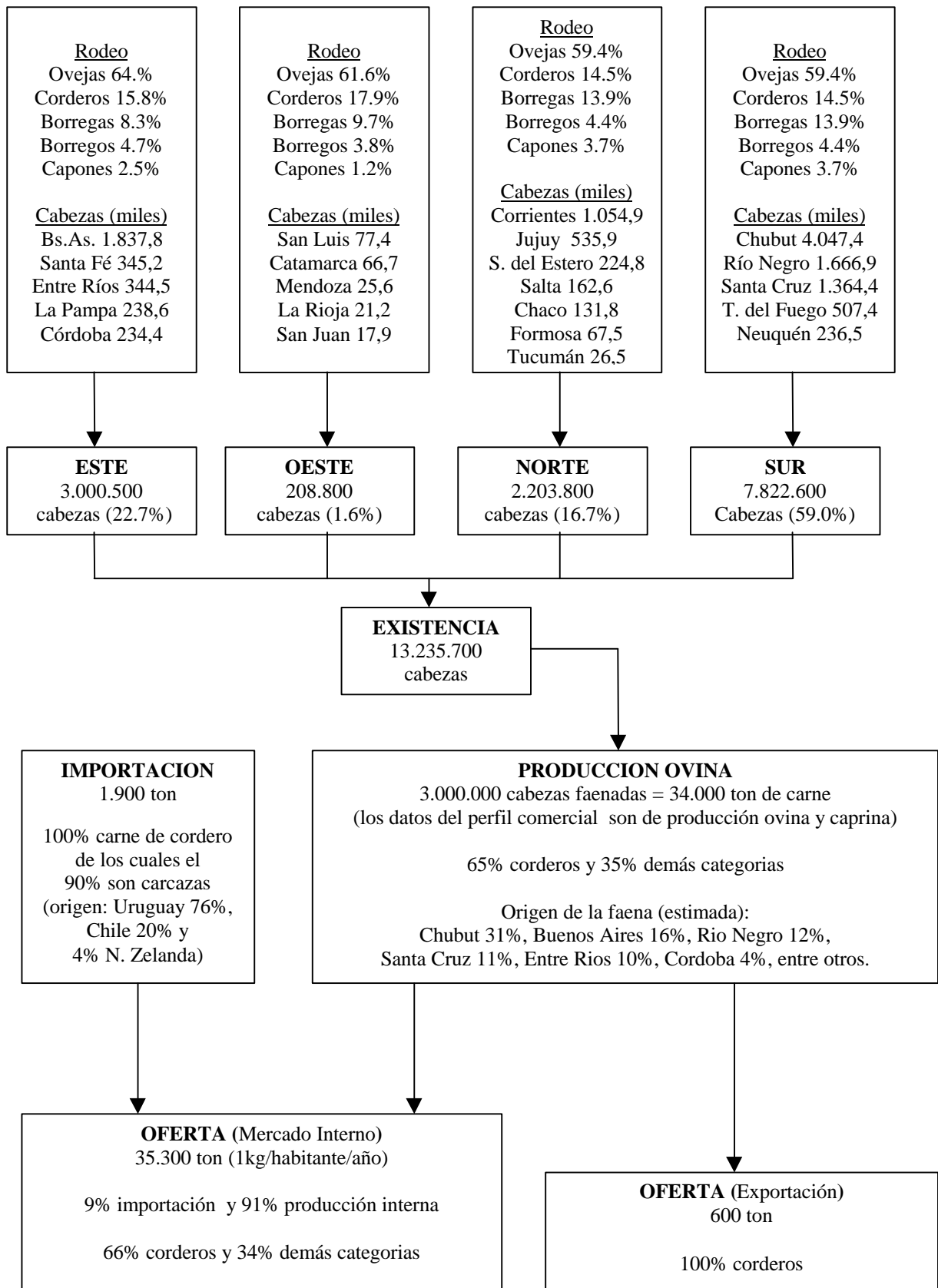
| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | Anual |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|-----|-----|------|------|------|-------|
| 1990 | | | | | | | | | | | | | |
| 1991 | | | | | | | | | | | | | |
| 1992 | | | | | | | | | | | | | |
| 1993 | | 1,90 | 1,85 | 1,85 | 1,85 | | 0,94 | | | | | | 1,68 |
| 1994 | | | 1,77 | | | | | | | | | | 1,77 |
| 1995 | 2,20 | 2,20 | 2,20 | 2,20 | | | | | | | | | 2,20 |
| 1996 | 2,50 | 2,25 | 2,20 | 2,20 | | | | | | | | | 2,29 |
| 1997 | | | | | | | | | | 2,75 | 2,15 | 1,80 | 2,23 |
| 1998 | 1,70 | 1,70 | 1,75 | 1,75 | 1,75 | 2,00 | 2,00 | | | 2,70 | 2,40 | 1,55 | 1,93 |
| 1999 | 1,40 | 1,40 | 1,40 | 1,40 | 1,50 | 1,50 | 1,80 | | | 2,80 | 2,05 | 1,60 | 1,69 |
| 2000 | 1,45 | 1,40 | 1,40 | 1,50 | 1,35 | 1,35 | | | | | | | 1,41 |
| 2001 | | | | | | | | | | | | | |
| 98/00 | 1,52 | 1,50 | 1,52 | 1,55 | 1,53 | 1,62 | 1,90 | | | 2,75 | 2,20 | 1,65 | 1,81 |
| Estacio.* | 84 | 83 | 84 | 85 | 85 | 89 | 105 | | | 152 | 121 | 91 | 100 |

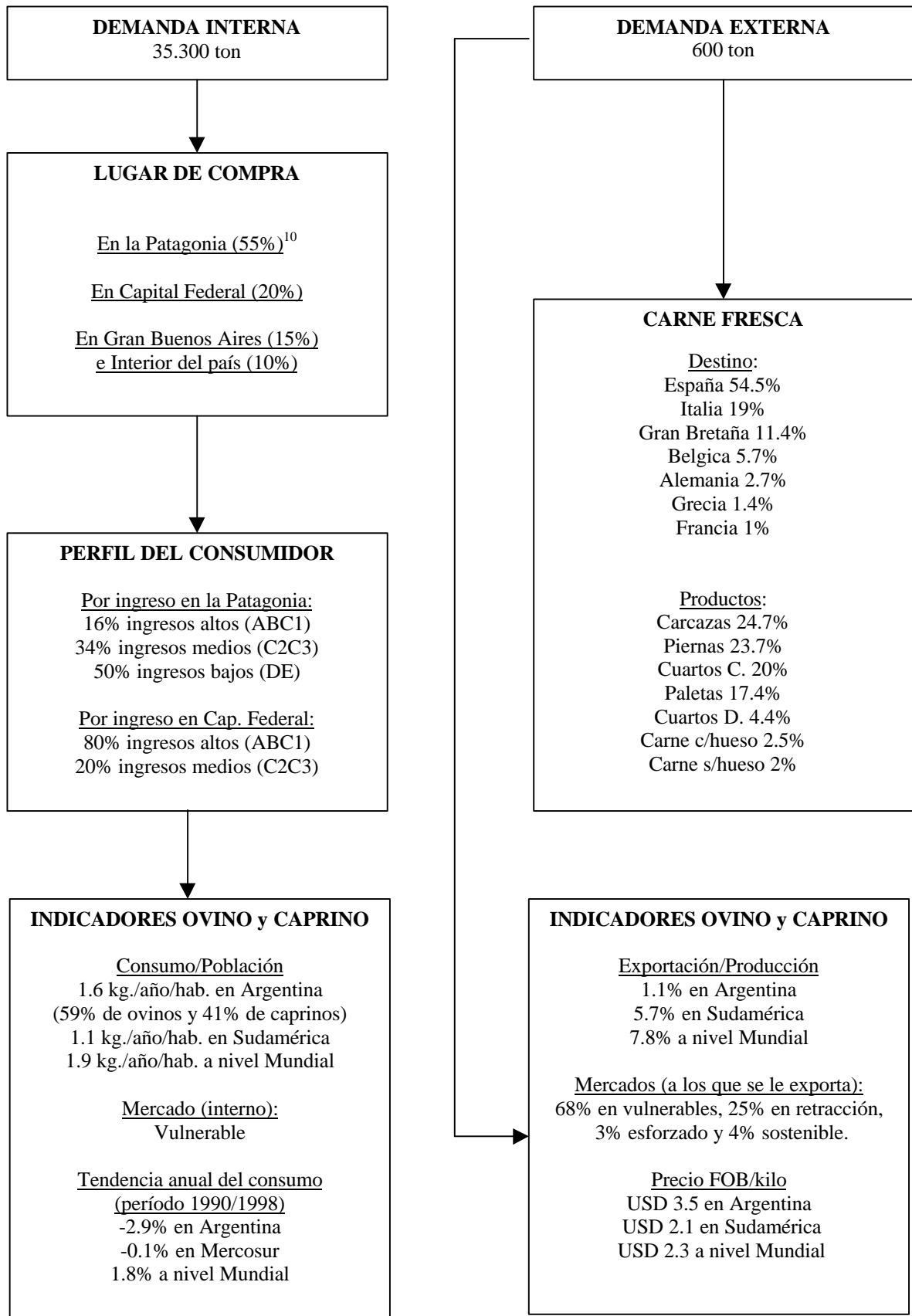
(*) Índice de estacionalidad mensual: promedio anual = 100

Tabla 21 - Evolución del precio de la oveja en Argentina (dólar/kilo gancho o limpio)

| Mes | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | Anual |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| 1990 | | | | | | | | | | | | | |
| 1991 | | | | | | | | | | | | | |
| 1992 | | | | | | | | | | | | | |
| 1993 | | 1,06 | 0,95 | 0,95 | 0,95 | 0,95 | | | | | | | 0,97 |
| 1994 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | | | | | | | 1,00 |
| 1995 | 1,10 | 1,10 | 1,10 | 1,10 | 1,10 | 1,10 | | | | | | | 1,10 |
| 1996 | 1,10 | 1,10 | 1,10 | 1,10 | 1,10 | | | | | | | | 1,10 |
| 1997 | | | | | | | | | 1,40 | 1,30 | 1,25 | 1,05 | 1,25 |
| 1998 | 1,05 | 1,05 | 1,05 | 1,05 | 1,05 | 1,05 | 1,05 | | | | 1,15 | 1,05 | 1,06 |
| 1999 | 1,00 | 0,80 | 0,60 | 0,55 | 0,60 | 0,60 | 1,05 | | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 0,95 | 0,83 |
| 2000 | 0,80 | 0,75 | 0,75 | 0,60 | 0,60 | 0,65 | 0,65 | 0,65 | | | | | 0,68 |
| 2001 | | | | | | | | | | | | | |
| 98/00 | 0,95 | 0,87 | 0,80 | 0,73 | 0,75 | 0,77 | 0,92 | 0,65 | 1,20 | 1,15 | 1,13 | 1,02 | 0,96 |
| Estacio.* | 99 | 91 | 84 | 77 | 78 | 80 | 96 | 68 | 126 | 120 | 119 | 106 | 100 |

(*) Índice de estacionalidad mensual: promedio anual = 100

2.4.e. *Eslabón productivo y comercial en ovinos (1998/2000)*



¹⁰ Durini A., 1996. Estudio del mercado y del sistema de comercialización de carnes en la Patagonia. CFI.

Del origen del ganado lanar no existe información histórica concluyente. Algunos historiadores sostienen que procede de las ovejas y carneros que Colón trajo a América en sus viajes. Otros, en cambio, aseguran que al llegar Pizarro al Perú, los Incas eran ya poseedores de grandes majadas.

Sin embargo, se sostiene que la primera oveja que llegó a la Argentina, al igual que en vacunos, fue en 1573 con la fundación de Santa Fe, por Juan de Garay¹¹.

También se menciona a Núñez de Prado, quien introduce en 1580 las primeras ovejas al territorio de Tucumán, mientras que en la región mesopotámica, fue obra de Juan Torres de Vera y Aragón, coincidiendo con la fundación de Corrientes en 1588.

La Patagonia comenzó a poblarse con ovinos, siguiendo dos caminos diferentes: en las provincias del norte, Río Negro, Neuquén y Chubut, lo fue gradualmente por animales que procedían de la provincia de Buenos Aires, en su mayoría mestizos con Merino, mientras que en las provincias de Santa Cruz y Tierra del Fuego, los primeros aportes provinieron de las Islas Malvinas, consistentes en lanares del tipo conocido como “malvineros”¹².

El sector ovino viene sufriendo un deterioro económico, social y ecológico que se profundiza fundamentalmente a partir de 1991, por la erupción del volcán Hudson y la baja de los precios internacionales de la lana.

A su vez, la producción de corderos se encuentra en franca decadencia a causa de la baja fertilidad y a la alta mortandad en el período que va desde el nacimiento hasta el destete; otra causa declarada por los productores de la Patagonia, radica en los continuos daños originados por los zorros colorados y los pumas.

En nuestro país¹³, tradicionalmente, la explotación del ganado ovino se orientó a la obtención de lana, carne y cueros, aunque la lana ha ofrecido una ventaja sobre los otros productos, dada la mayor facilidad en la comercialización -por su carácter no perecedero-, más aún desde la región patagónica.

Por esta tradición lanera, el stock ovino argentino está compuesto en más del 50% por razas productoras de lana (Merino) y doble propósito (Corriedale, Romney Marsh, Lincoln y Criolla). Sólo, una raza es netamente productora de carne: la Hampshire Down.

El gran desarrollo de razas doble propósito, permite estimar que la tendencia a la obtención de carne dependerá de la zona de explotación, de la composición de la majada y de la relación de precios entre ambos productos (lana y carne)

¹¹ Libro “Ganadería Argentina”, de la Compañía Swift de la Planta, página 19. Edición 1957.

¹² <http://paralelo46sur.members.easyspace.com/patagonia/ganaderia.htm>

¹³ http://www.sagpya.mecon.gov.ar/alimentos/carnes/ovina/ovi_02.htm

Existen 27 frigoríficos que faenan carne ovina, ubicados mayoritariamente en las Provincias de Chubut (5), Santa Cruz (3), Rio Negro (4), Buenos Aires (5) y Entre Ríos (3).

En opinión del Ing. Agr. Ramón Gambetta¹⁴, a pesar de que existan mercados potenciales para la carne ovina; la Argentina tiene dificultades para producirlas, incluso para cumplir con la cuota asignada por la Comunidad Económica Europea (Cuota Hilton).

Los productores no están preparados ni están acostumbrados a producir carne ovina; es por ello que una debilidad que tenemos es el bajo stock y la falta de tecnología eficiente para producirla.

El proyecto dirigido a la Patagonia¹⁵ por medio de la sanción reciente de la Ley Ovina, a grandes rasgos, busca aumentar la rentabilidad de los sistemas ganaderos ovinos; controlar la desertización y promover la recuperación de las áreas degradadas; generar -y retener- empleo rural; estimular la ocupación en los predios que hoy no son aptos para la actividad ganadera, y mejorar las condiciones de vida en el campo.

La estrategia es una mejora en la calidad de la lana y de la carne. Hay que disminuir la finura de la lana Merino, cuya producción es predominante.

Si bien el mercado sigue siendo desfavorable, es muy sensible a los cambios de calidad. Por ejemplo, la lana de 20,5 micrones base limpia vale 4,4 dólares, pero la lana de 19,5 micrones vale 7, 2 dólares.

Para organizar ese trabajo, se necesitará coordinación entre las cabañas y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), porque habrá que afinar la lana sin provocar la disminución de la fertilidad o la caída del peso del vellón.

También desde lo estratégico, se retomará el proyecto de "Carne Ovina Patagónica", en el sentido de diferenciar el producto. Será imprescindible la producción bajo protocolo de calidad y la reingeniería de los canales de comercialización.

Complementariamente, se intenta promover la transición a la producción orgánica porque hay nichos de mercado dispuestos a pagar sobrepuestos.

Pero no sólo habrá que crear un nuevo producto, además será necesario diseñar un entramado comercial para una verdadera especialidad, no ya para un commodity.

¹⁴ <http://www.inta.gov.ar/noveda/comunica/sep1.htm>

¹⁵ <http://www.lanacion.com.ar/suplementos/campo/0120/P01.HTM>

3. PATAGONIA

3.1. *Perfil comercial*

La Patagonia es la principal región productora de ovinos de la Argentina. Sin embargo, históricamente no ha tenido importantes excedentes de carne para exportar a otras regiones o países, en relación con sus existencias. Los sistemas productivos predominantes se orientan a la producción lanera con escasa producción de carne.

Específicamente en la norpatagonia, la producción cubre el consumo local de carne ovina, en proporciones cercanas al autoabastecimiento. En Río Negro se concentra la faena de la hacienda que se consume en la provincia y en Neuquén (Tabla 22). Participa con el 15% de la faena de ovinos de la Patagonia, en su mayoría corderos de menos de un año de edad - Chubut alcanza el 60% de la faena de la región-.

Tabla 22 - Evolución de la faena de ovinos en Río Negro (registrada por Senasa)

| Año | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|------------------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|------|------|
| Miles de Cabezas | 132,4 | 108,4 | 122,3 | 85,2 | 56,1 | 52,4 | 60,9 | 63,8 | 79,8 | 58,2 |

El abastecimiento del mercado consumidor se adapta a la estacionalidad de la oferta local. Existe una incipiente capacidad de congelado de carne ovina, utilizada en los frigoríficos de las áreas turísticas para diferir oferta a la estación invernal. Con algunas variaciones anuales, la faena de noviembre a febrero supera el 50% del total anual.

La industrialización y comercialización formal de carne ovina se concentra en dos frigoríficos principales y nace en una oferta atomizada y desarticulada. La carne ovina tiene escasa participación en las góndolas a consumidor final, detectándose problemas en la presentación del producto, en la continuidad del abastecimiento y en el precio y calidad final.¹⁶

El nivel de comercialización informal de carne ovina alcanza proporciones alarmantes para el desarrollo del sector, estimadas en aproximadamente el 50% de la producción ofertada. Esta modalidad no utiliza un canal de faena y distribución autorizado. Según datos extraoficiales, el ingreso ilegal de reses de corderos a Neuquén (abastecida principalmente desde Río Negro) es aproximadamente de 40 mil a 50 mil reses anuales.¹⁷

¹⁶ Boggio, F. 2000. Proyecto Comercialización asociativa de carne ovina. Informe de Trabajo N°7: Matriz del marco lógico. INTA Cambio Rural.

¹⁷ Boggio, F. y otros. 2001. Comercialización de reses de corderos en supermercados y carnicerías del Alto Valle del Río Negro y Neuquén. En edición.

3.2. *Principales zonas productoras*

La majada ovina patagónica participa con 62% de las existencias nacionales (Tabla 23). Es la principal región productora de ovinos y en ella los sistemas productivos involucrados se constituyen en la primer fuente de ingresos para vastos zonas de las provincias.

En la última década, se ha producido una fuerte disminución de las existencias, en concordancia con la mayoría de las regiones ovineras del país. Neuquén y Santa Cruz han sufrido drásticas reducciones de casi una tercera parte del stock en apenas un quinquenio, mientras que en Río Negro, Chubut y Tierra del Fuego la merma ha sido más leve.

Tabla 23 - Evolución, tipo y productividad de la majada ovina en la Patagonia¹⁸

| Patagonia -valores de 2000- | Existencias (miles de cabezas) | Participación en el total nacional (%) | Relación ovejas madres/ovinos totales (%) | Producción individual de lana (kg/cabeza) | Variación existencias 1998/2000 a 1993/95 |
|--------------------------------|-----------------------------------|---|---|---|--|
| Río Negro | 1.729,6 | 12,8% | 59% | 3,88 | -15% |
| Neuquén | 244,5 | 1,8% | 50% | 3,75 | -31% |
| Chubut | 4.016,6 | 29,6% | 44% | 4,62 | -10% |
| Santa Cruz | 1.978,2 | 14,6% | 63% | 4,33 | -31% |
| Tierra del Fuego | 496,1 | 3,7% | 61% | 4,67 | -12% |
| Total Patagonia | 8.465,0 | 62,4% | 53% | 4,39 | -18% |
| Total Argentina | 13.561,6 | 100,0% | 56% | 4,03 | -19% |

Aunque los sistemas productores de la región se dedican mayoritariamente a la producción de lana, se presentan diferencias entre provincias. Chubut, la principal productora de lana, posee una estructura de majada con menor proporción de ovejas madre a capones en la majada. Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego tienen mayor relación de ovejas madre a ovinos totales, con una estructura de majada más orientada a la producción de lana y carne.

Los establecimientos de Río Negro con producción ovina predominante se encuentran en la Región Sur y en el NE de la provincia, en este último caso con una proporción importante de sistemas mixtos con rodeos vacunos.

En la Región Sur, la producción ovina arroja niveles de productividad mediocres, con 55% de señalada promedio histórica y escaso y variable ingreso de hacienda al mercado formal.¹⁹

¹⁸ Encuesta Nacional Agropecuaria 2000. Resultados Generales, Vol 1. Indec.

¹⁹ Ente Región Sur. Diagnóstico abierto de la Región Sur, Provincia de Río Negro. Julio de 1997.

3.3. *Costos de producción*

La metodología de cálculo de costos de producción de carne ovina se dificulta por su carácter de subproducto de sistemas laneros. Para estimar los costos del producto carne, se asignó a esta actividad la parte proporcional de los costos totales del establecimiento en la misma proporción en que participa del ingreso por ventas.

La consideración realizada hace dependiente el análisis a los precios relativos de la carne y la lana utilizados para el cálculo de ingresos. En este trabajo se utilizó el precio de lana informado como promedio provincial por la Encuesta Nacional Agropecuaria 2000 para la zafra 1999/2000. Para carne, se utilizó el precio incluido por defecto en los modelos de simulación del Sistema de Soporte de Decisiones para la producción ganadera sustentable en la Provincia de Río Negro (Méndez y otros, 2000).

Dadas las variaciones interanuales de precios que presentan los productos de los sistemas ovinos, en particular la lana, cabe considerar que alzas en su precio implicarían un incremento de su participación en el ingreso del establecimiento, y para el análisis presentado una disminución del costo de producción de carne. Una situación inversa se presentaría ante un descenso de la cotización de la fibra.

En la Tabla 24 se presentan costos comparativos de dos situaciones estructurales de producción bajo distintos planteos de aplicación de tecnología. Cabe aclarar, y en referencia a la metodología de cálculo empleada, que alcanzar la situación potencial implica un incremento en la participación de la carne ovina en los ingresos desde 20% a 53% -en respuesta a un salto en la productividad-. Idéntico proceso se produce en la asignación de los respectivos costos.

El cambio en la composición de la oferta desde el nivel predial requiere un cambio cualitativo de los canales de comercialización de la carne, por el incremento de los volúmenes si se generaliza la situación planteada.

Se observa para la situación actual una alta participación de gastos estructurales (50% y 64%), sobretudo en la producción en minifundio –aquí el mayor gasto es la propia manutención familiar-. Entre los gastos directos, para un establecimiento mediano, el personal implica más de la mitad de los mismos y supera la cuarta parte del total.

La transformación de sistemas laneros en sistemas de producción de lana y carne produce distintos efectos sobre los costos según el estrato de predio analizado. Para los establecimientos medianos no se observa una disminución en el costo unitario del kilogramo de carne, aunque sí se triplica la productividad por hectárea, básicamente a partir de un aumento en la eficiencia reproductiva de la majada. La situación potencial involucra un mayor nivel de

gastos directos vinculados a un manejo menos extensivo de la hacienda y una leve disminución de los gastos de estructura, expresados por kilogramo producido.

Tabla 24 - Costo comparativo de producción ovina en Río Negro (dólar/kilo vivo)

| Detalle | Productor mediano, 2.000 lanares, con personal permanente | | Poblador minifundista, 500 lanares, residencia en el campo | |
|--|--|-------------|--|-------------|
| Elaboración propia sobre datos de Año estudio | Mendez y otros 2000 | | | |
| Zona | Región Sur de Río Negro | | | |
| Planteo productivo | Actual | Potencial | Actual | Potencial |
| Destete (%) | 55% | 80% | 55% | 85% |
| Productividad (kg/ha) | 1,1 | 3,5 | 0,9 | 3,5 |
| Costos de producción de carne propocionales a la participación en el ingreso | No incluye retribución al productor por función empresaria | | Incluye gastos de manutención familiar | |
| Costos directos | 0.15 | 0.17 | 0.10 | 0.09 |
| Compra de hacienda | 0.01 | 0.03 | 0.02 | 0.03 |
| Sanidad y veterinario | 0.01 | 0.01 | 0.01 | 0.01 |
| Verdeos y pasturas | - | - | - | - |
| Suplementación | - | - | - | - |
| Personal | 0.08 | 0.07 | 0.03 | 0.02 |
| Esquila | 0.05 | 0.05 | 0.03 | 0.02 |
| Gastos de comercialización | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.01 |
| Fletes | - | - | - | - |
| Otros gastos | - | - | - | - |
| Gastos de estructura | 0.15 | 0.14 | 0.16 | 0.11 |
| Costo Directo Total | 0.30 | 0.31 | 0.25 | 0.19 |

En la producción en minifundio, la mejora del manejo -que resulta en fuerte aumento de la señalada y de la productividad por hectárea- sí produce un descenso de casi 25% en el costo unitario. Los gastos estructurales se prorratan con mayor producción total y descienden en más de 30%, mientras que los gastos directos casi no sufren variación a pesar de un uso más intenso de insumos.

Dada la estratificación de los productores que se presenta en la referencia 3.5 -con una mayoría absoluta de pequeñas majadas pertenecientes a pobladores- y el incremento en la productividad y en el ingreso a mercado de este estrato que resultaría en la situación potencial, es destacable la disminución de costos unitarios estimada.

3.4. Precios

Los precios de ovinos presentados para Argentina en las tablas 20 y 21 se corresponden con los precios de la Patagonia. No se encontraron series estadísticas de precios publicados a nivel nacional. Se agradece especialmente al Ing. Guillermo Huerta y al Lic. Leonardo Claps, de INTA Bariloche y Santa Cruz, por los datos aportados de precios internos de corderos, ovejas y capones en el oeste rionegrino y sur santacrucese para los períodos 1993 a 1997 y 1998 a 2000, respectivamente.

Tabla 25 - Precios del cordero en Patagonia (dólar/kilo gancho o limpio)

| Area | Fecha | Fuente | Tipo de cordero | Peso promedio (kg gancho) | Precio neto al gancho |
|---------------------------|----------------|--------------------------------------|-----------------|---------------------------|-----------------------|
| Río Negro | Diciembre 2000 | Productores Patagónicos, Cooperativa | S/D | 8-13 | 1.70 |
| | | | | >13 | 1.50 |
| Sur de Santa Cruz | Diciembre 2000 | UEM INTA Santa Cruz, febrero 2001 | Consumo | 9.46 | 1.23 |
| | | | Exportación | 5.5 | 2.31 |
| | | | | 8 | 1.43 |
| | | | | 11 | 1.39 |
| | | | 14 | 1.20 | |
| Valle Inferior Río Chubut | Diciembre 1999 | Menedín, F. | S/D | S/D | 1.60 |

En la negociación del precio de la carne ovina en Patagonia, se observa al frigorífico en general como formador de precios. A su vez, al tener en cuenta las series de precios de ovinos en Chile y la alta correlación existente con los precios nacionales, mayor que con el resto de los países del Mercosur, es posible que en la fijación de los precios la industria frigorífica tome la referencia del país trasandino. Esto se realizaría en forma independiente a la verdadera magnitud y continuidad de importaciones de carne ovina desde Chile pero, como un elemento más en la mesa de discusión con el sector productor.

Ante los datos faltantes de precios regionales, si fuera necesario extrapolarlos se podrían utilizar las series de Chile y asumir un comportamiento futuro semejante al actual.

3.5. *Evolución de la actividad*

La producción ovina en Patagonia sufre un fuerte proceso de retracción, que se observa claramente en la caída de las existencias (Tabla 26) y en el creciente proceso de desertificación.

Mientras que el uso de los recursos naturales por la especie ovina disminuyó a la mitad en las últimas cuatro décadas, el correspondiente a los bovinos se duplicó en el mismo período y la intensidad de uso total por ganado doméstico se redujo en 31%.

Tabla 26 - Evolución de las existencias de ovinos en Patagonia²⁰ (en miles de cabezas)

| Año | Neuquén | Río Negro | Chubut | Sta. Cruz | T. del Fuego | Patagonia |
|------|---------|-----------|--------|-----------|--------------|-----------|
| 1960 | 681 | 3.131 | 5.662 | 7.037 | 716 | 17.227 |
| 1974 | 648 | 2.654 | 5.705 | 6.077 | 878 | 15.962 |
| 1988 | 461 | 2.640 | 5.212 | 4.095 | 661 | 13.068 |
| 1993 | 450 | 2.006 | 4.840 | 3.447 | 574 | 11.317 |
| 1999 | 229 | 1.604 | 4.078 | 2.068 | 519 | 8.498 |
| 2000 | 245 | 1.730 | 4.017 | 1.978 | 496 | 8.465 |

En la provincia de Río Negro, y específicamente en la Región Sur, los establecimientos agropecuarios con menos de 2.500 ovinos representan el 96% del total y contienen el 67% de la producción. La proporción de productores con asesoramiento, agremiados y/o cooperativizados no supera el 20% en la mayoría de las zonas.

Existen más de 2.000 pequeños productores con menos de 1.000 ovinos cada uno, que son considerados minifundistas, poseen el 81% de los establecimientos y concentran el 36% de la producción, marcando una estructura productiva altamente desequilibrada.²¹ Este perfil de productores no accede a canales formales de comercialización de carne y requiere de formas asociativas fuertes para su reconversión.

En las últimas temporadas se han generado incipientes alianzas entre grupos de productores y frigoríficos, tendientes a la organización de la provisión de materia prima a la industria.

El brote de aftosa declarado oficialmente en el corriente año ha cerrado nuevamente el ingreso de hacienda o carne ovina desde Río Negro hacia el sur del paralelo 42°, límite con Chubut. Esto redujo a los frigoríficos locales un creciente mercado de colocación.

²⁰ Méndez, H. y otros. 2000 y Encuesta Nacional Agropecuaria 2000, Resultados Generales. Vol 1. Indec.

²¹ Ente Región Sur. 1997.

Un breve análisis de la situación de endeudamiento de los sistemas productivos ovinos de Río Negro permite observar que durante el período 1993/1999 la deuda total con entidades bancarias no ha sufrido variación relevante, manteniéndose en torno a los 9,6 millones. El nivel de endeudamiento por cabeza de animal se incrementó en más de una cuarta parte, de \$ 4,8 iniciales a \$ 6,1 en 1999, acompañando el importante descenso de las existencias.²²

Paralelamente, se produjo un incremento de la morosidad, al pasar de 10% a 35% en seis años. Se observa que a pesar del mantenimiento de los niveles totales de endeudamiento, el achicamiento de las majadas ha repercutido directamente en un incremento de la morosidad.

A nivel Patagonia la situación de endeudamiento sufrió similar evolución que Río Negro. Sin embargo, a nivel país, se ha producido un alarmante incremento del endeudamiento, al pasar de 57 millones de dólares iniciales, con 10% en mora y una deuda de \$ 3,1 por cabeza a una situación de 133 millones de dólares de deuda bancaria, con 72% en mora y una deuda de \$ 11 por cabeza. Téngase en cuenta que estos indicadores son promedio e incluyen la situación de la región Patagónica, con la evolución ya mencionada.

²² Boletín estadístico del BCRA y datos del Fondo Residual del ex Banco Provincia de Río Negro.

3.6. *Visión Estratégica en Río Negro (factores de éxito)*

El taller realizado en Maquinchao el día 2/7/01, tuvo por objetivo ser un encuentro de prospectiva ovina de la Provincia de Río Negro, abarcando una amplia zona de influencia, integrando sus puntos de vistas 25 personas (productores, técnicos y funcionarios).

El sondeo de opinión sobre la visión estratégica del sector a nivel regional, conforme a las respuestas (valorización de 10 a 1 puntos, de mayor a menor importancia respectivamente), permite apreciar que “productividad”, “origen”, “industria” y “marketing”, son las palabras claves a tener en cuenta como marco referencial para un plan ovino regional.

Tabla 27 – Factores de éxito en carne ovina para Río Negro

| Provincia de Río Negro | Productores y Empresarios | Técnicos y Funcionarios | Visión Sectorial |
|--------------------------------------|---------------------------|-------------------------|------------------|
| Productividad (kilo carne/ha) | 7,1 | 8,5 | 7,7 |
| Apelación de Origen | 6,9 | 7,3 | 7,0 |
| Industria frigorífica | 7,1 | 6,7 | 7,0 |
| Marketing y Promoción | 6,7 | 6,5 | 6,6 |
| Distribución Comercial | 5,5 | 5,9 | 5,6 |
| Sanidad (del animal y de la región) | 5,4 | 4,6 | 5,1 |
| Producción Ecológica de Carne | 4,6 | 4,7 | 4,6 |
| Razas (tipo de animal) | 5,6 | 3,0 | 4,6 |
| Alimento/Forraje (costo) | 3,3 | 3,8 | 3,5 |
| Crédito accesible (plazo e interés) | 2,7 | 3,3 | 3,0 |

Además de la coincidencia de varias palabras claves entre el sector ovino y bovino, a excepción de “sanidad” y “frigorífico”, se detectó un alto coeficiente de correlación estadístico (83%), en el ranking de factores de éxito de ambos grupos identificados para la dinámica grupal del taller. Se puede concluir que en el sector ganadero hay una alta coincidencia de opinión, que permite instrumentar agendas para el desarrollo de la actividad con mucho consenso en la Provincia de Río Negro. A manera de referencia provincial, el coeficiente de correlación estadística en la actividad frutícola es del 40% (manzana y pera).

3.7. *Entorno competitivo en Río Negro (Análisis DAFO)*

Como se hiciera notar anteriormente, se trata de un análisis de situación de las cuatro variables señaladas (con sus iniciales se formó la palabra DAFO, con la que habitualmente se lo denomina). También se la conoce como FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) o en inglés SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities and Threats).

Balance DAFO

| | | Factores Internos | |
|-------------------|-------------------|---|---|
| | | DEBILIDADES (D) | FORTALEZAS (F) |
| Factores Externos | AMENAZAS (A) | Estrategia de supervivencia LIMITACIONES | Estrategia defensiva RIESGOS |
| | OPORTUNIDADES (O) | Estrategia de reorientación, DESAFIOS | Estrategia ofensiva, POTENCIALIDADES |

El balance de situación DAFO del taller en Maquinchao, con un alto consenso de opinión al igual que en bovinos, considera que **la Provincia de Río Negro tiene potencialidades en la actividad ovina**, y por consiguiente, debe existir una estrategia ofensiva del sector público y la actividad privada, en el marco de la Ley 25.422, recientemente sancionada para la “recuperación de la ganadería ovina”.

Las potencialidades se basan en las siguientes fortalezas: importante actividad económica y con tradición, imagen internacional sobre la Patagonia y posibilidad de hacer carne y lana.

Mientras que las oportunidades estarían dadas por: crecer en el mercado interno con despostado para consumo final, aprovechar el desarrollo existente del proyecto “Carne Ovina Patagónica”; con promoción y marketing, además de la habilitación nacional del frigorífico de Jacobacci y la instrumentación de la Ley ovina.

3.7.1. Fortalezas

Las más importantes son: 1) Importante actividad económica y con tradición, 2) Imagen internacional sobre la Patagonia y 3) Posibilidad de carne y lana. Otras que fueron

consideradas son: a) No existen enfermedades que dificulten el comercio internacional, b) Potencial de producción ecológica certificada, c) Sector adaptado a recursos menos productivos, d) Amplio período de oferta anual, e) Buena oferta y desarrollo de tecnología, f) Bajo costo de la alimentación, g) Razas y h) Precios en carne más uniforme que en lana.

3.7.2. Oportunidades

Las de mayor impacto positivo en el sector son: 1) Crecer en el mercado interno (c/despostado para consumo final), 2) Aprovechar el desarrollo existente de -Carne Ovina Patagónica- en promoción y publicidad, 3) Habilitación nacional del frigorífico de Jacobacci y 4) Instrumentación de la Ley ovina. Otras que fueron consideradas son: a) Programa Ganadero Regional y b) Apoyar y potenciar el Banco de Ovejas.

3.7.3. Debilidades

Las más importantes son: 1) Visión de la industria frigorífica no integrada a la cadena de carne ovina, 2) Manejo tradicional lanero y 3) Bajo porcentaje de señalada (además del impacto de los predadores) y oferta discontinua entre años (esto dificulta un plan comercial). Otras de menor importancia son: a) Nulo desarrollo de mercados para hacienda adulta, b) Volumen general bajo para un plan comercial, c) Problemas de acceso en general a los mercados externos e internos extra Patagonia (tipo de cambio, subsidios, distancias, infraestructura de comunicaciones, etc.), d) Baja organización sectorial (para producir o vender), e) Baja adopción de tecnología por parte del productor, f) Escasa conciencia para entregar carne de calidad y g) Descapitalización en infraestructura.

3.7.4. Amenazas

Las principales son: 1) Desorganización comercial, 2) Clima, 3) Tipo de cambio, 4) Manejo sanitario en el ámbito regional y 5) Ley Federal de Carne (dificulta la infraestructura de menor escala). Otras amenazas consideradas por el sector son: a) Acuerdos bilaterales de Argentina con Uruguay y Australia sobre carne, b) Privatización de la tierra fiscal, c) Desertificación, d) Disposiciones de SENASA, e) Baja del precio internacional y f) Subsidios en países competidores a nivel internacional.

3.8. *Agenda Sectorial en Río Negro*

- Elaborar y proponer *un plan comercial y un programa de oferta de carne regional*, con vistas a integrar a los frigoríficos a la cadena, para desarrollar el potencial existente actual en “carnes”, en complementación con el negocio tradicional de “lana”.
- Estrategia de *marketing “Patagonia”*.
- Es prioritario terminar con la *habilitación del frigorífico de Ing. Jacobacci como Clase B* (tránsito provincial), para lo cual se requiere una inversión complementaria de 100 mil pesos a lo realizado hasta la fecha (400 mil pesos), además de precisar el gerenciamiento (licitación con política comercial y obligaciones pre-definidas).
- El *plan de oferta, en el marco de un modelo de integración horizontal*, debe contemplar derechos y obligaciones entre los productores, tal el caso de la cantidad, época y característica del producto a entregar.
- Se hace necesario desarrollar dentro del plan comercial, una *estrategia para la colocación de la hacienda adulta*, orientada al consumo de la clase de ingresos medios y bajos.
- Para superar la baja adopción de tecnología (que explica el bajo nivel de señalada y problemas de calidad en la oferta), así como la tradición zafrera (que maneja la hacienda excedente como subproducto de bajo valor), *se requiere de la implementación de un programa de asistencia técnica* (propuesta del Ente de la Región Sur del Programa Ganadero Regional).
- Lo ideal, en complementación con lo anterior, es re-encaminar acciones tendientes a *aprovechar el desarrollo existente sobre la indicación de procedencia “Carne Ovina Patagónica”*, en conjunto con el resto de las Provincias de esa área.

- Es necesario que el Gobierno de la Provincia de Río Negro gestione con SENASA *mayor permisividad en el tránsito de carne entre Río Negro y Neuquén*. Complementariamente, se requiere de gestiones para lograr el *ingreso de hacienda rionegrina hacia la zona sur del paralelo 42°*.

- Para exportar carne ovina a Europa, existe la dificultad actual de la paridad del peso argentino frente al euro, la que es más compleja aún con la sanción de la Ley de Convertibilidad Ampliada, porque convierte un problema coyuntural en estructural. De tal forma, que se hace necesario *gestionar reembolsos o reintegros que permitan cubrir dicho problema de competitividad cambiaria* (actual y futura).

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Mercado Interno “vulnerable”

La tendencia en general del consumo anual de carnes en Argentina -en toneladas-, entre 1990 y 1999, registra un incremento del 0.7% anual (bovino, ovino, porcino y avícola), mientras que en particular el consumo anual de carne ovina y caprina descendió al -2.9% en el mismo período (Tabla 7). Por definición, en la década de los 90s el consumo de carne ovina y caprina se caracteriza por ser un “mercado vulnerable”, mientras que los 60s se posicionaba en el “mercado sostenible”.

Debemos recordar, que el Modelo de Análisis del Consumo Agroalimentario (MACA), reconoce al menos la existencia de cuatro mercados a nivel mundial desde el punto de vista del consumo anual de carnes: 1) El “mercado sostenible”, es aquél en el cual todas las carnes, incluida la ovina, se encuentran en crecimiento. 2) El “mercado esforzado”, es cuando se registra crecimiento en el segmento de la carne ovina, a pesar de caer el consumo de las carnes en general. 3) El “mercado vulnerable” para la carne ovina, se caracteriza por una caída del consumo de este segmento, a pesar de mostrar aumento en el resto de las carnes. 4) El “mercado en retracción”, es aquél donde ambos registran una caída en el consumo.

En el área común de comercio de la región sur -MERCOSUR-, tanto Argentina como Uruguay y Chile exhiben un consumo con tendencia “vulnerable”, dado que Brasil y Paraguay se posicionan en “sostenible” (Tabla 33). Además, nuestro país es el segundo en importancia de consumo, producción, importación y existencia de animales.

En Argentina, en la década de los 60s el consumo anual de carne ovina y caprina por habitante era de 6.7 kilos. La gran caída en el consumo se registra en la década de los 70s, para luego ir decreciendo paulatinamente, hasta llegar a 2.2 kilos por persona en la actualidad.

Tabla 28 - Evolución del consumo de carnes en Argentina²³ (kilo/habitante/año)

| | 1960/69 | 1970/79 | 1980/89 | 1990/99 |
|---------|---------|---------|---------|---------|
| Bovino | 79,9 | 77,2 | 73,8 | 60,5 |
| Avícola | 4,5 | 9,4 | 12,3 | 21,2 |
| Cerdo | 8,3 | 9,1 | 7,1 | 5,8 |
| Ovino | 6,7 | 3,0 | 2,6 | 2,2 |
| Carnes | 99,4 | 98,7 | 95,8 | 89,7 |

²³ Fuente: FAOSTAT, Italia/Roma

Algunas de las explicaciones de porqué la tendencia en el consumo de carne ovina se encuentra en situación vulnerable, las encontramos en las investigaciones realizadas sobre las preferencias en su consumo, por la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, (M. Mc Cormick, Ma R. Moré, R. Gambetta, G. Lynch y Ma L. Lacaze). En tal sentido, esta carne en particular, no está incorporada a los consumos diarios o comunes. En algunos casos se presenta como una opción ocasional. Su consumo aparece ligado a momentos especiales, festejos, reuniones y viajes.

En el mismo documento se señala con relación a la imagen vigente de la carne ovina, que aparecen grandes diferencias según se trate de personas que hayan tenido o no contacto con el ámbito rural.

Las personas que han vivido en la ciudad siempre, que generalmente consumen la carne ovina fuera del hogar, desconocen los tipos, cortes y forma de preparaciones posible, y como única referencia se señala el cordero asado. Predomina entre ellos la idea de que se trata de una carne pesada, muy grasosa, que hay que saber preparar y que lleva mucho tiempo su cocción.

Sin embargo, los que viven en la ciudad pero tienen su origen o vinculaciones con las zonas rurales, conocen tipos, cortes y preparaciones. Para ellos la carne ovina es tan versátil como la vacuna y les resulta, en general, muy apreciada: se trata de una carne sabrosa, tierna y no grasosa. También esta situación, explica el alto consumo de esta carne dentro de la región patagónica, en especial, en la zona de influencia de la producción.

Desde un punto de vista diferente, otro documento de investigación sobre la oferta de carne ovina en la ciudad de Buenos Aires y el conurbano bonaerense, descubre que la misma está presente en una amplia diversidad de supermercados e hipermercados, pero no está identificada ni diferenciada de las demás carnes. Su identidad es más cercana a la carne de conejo que a la del cerdo.

Incluso más, el producto no está identificado en las góndolas de las distintas cadenas y no presenta unidad ni homogeneidad en cuanto a los cortes. En cuanto a los precios, se relevó que existía poca diferencia entre cortes de menor valor gastronómico con respecto a los de mayor valor gastronómico.

Por último, los empresarios uruguayos y chilenos consideran que la demanda de carne ovina de consumidores de ingreso alto y medio alto (ABC1) en Argentina, no está bien atendido en volumen y calidad, lo que explica el segundo lugar como importador de la región.

4.2. *Exportación a “mercados vulnerables”*

La demanda de carne ovina y caprina en Argentina se compone en un 99% por consumo interno y el 1% restante por exportaciones. Las escasas ventas externas se orientaron en un 68% hacia países que se encuentran en una tendencia “vulnerable”, mientras que el 25% hacia mercados en retracción, el 3% a esforzados y el 4% a sostenibles (referencia 2.4.e).

Los países que se ubican en mercado vulnerable, en orden decreciente de consumo y marcando a los cuales Argentina le vende, son: Inglaterra, Australia, Francia, España, Estados Unidos, Etiopía, Grecia, Uruguay, Japón, Portugal, Canadá, Chile, Corea y Tailandia. La particularidad de este mercado, es que de un perfil de neto importador, ha pasado a una situación de equilibrio o de leve exportador neto, a lo largo del período, representando el 58.4% de las compras internacionales o importaciones a nivel mundial, mientras que en exportaciones representa el 48.2%.

Por otro lado, los países que se ubican en el mercado en retracción, en orden decreciente de importancia en el consumo y marcando a los cuales Argentina también les vende son: la ex URSS (Rusia Federativa, Ucrania, Moldavia y Bielorrusa), Sudáfrica, Italia, Rumania, Bélgica, Hungría y Polonia. Se caracterizan por una fuerte reducción de su producción y de las existencias, así como de una retracción en el volumen de consumo.

Las particularidades en los precios de importación por kilo de carne ovina (Tabla 2) de estos mercado son: a) el que registra el mayor precio promedio de importación -CIF- es el mercado esforzado (USD 4.1), b) en un segundo nivel de importancia están los precios de compra de carne ovina de los mercados vulnerables y en retracción (USD 3), y c) los de menor valor CIF se ubican en el mercado sostenible (USD 2.2).

La principal variable de éxito para mercados con tendencia vulnerable y en retracción, es desarrollar una estrategia de valor agregado o producto diferenciado, en tanto que en el mercado esforzado es la distribución comercial el principal elemento, mientras que un “costo competitivo” para operar en mercado sostenible.

Sin embargo, dentro del concepto estratégico de valor agregado existen diferentes herramientas, como son: marca, denominación de origen, apelación o identificación de origen, cortes especiales, razas, presentación, producción orgánica en forma certificada, entre otros.

La diferencia central entre “denominación” y “apelación o identificación”, está dado en que el primero incorpora una particularidad en el producto, que lo hace único a nivel de los mercados, mientras que el segundo, solo hace referencia a su origen (caso Patagonia).

En tal sentido, la denominación de origen “Cordero de Magallanes” en el sur de Chile, tiene la particularidad del mejoramiento de la genética con Suffolk australiano, en la región de Magallanes (en la zona centro sur con Texel neozelandes), que debería producir un nuevo tipo de cordero, que tendría la denominación de origen, destinado a mercados externos, principalmente europeo y posiblemente, al mercado árabe. Ya no se trata del ovino tradicional y se trata más bien de producir un cordero alimentado con pasturas de buena calidad, si se quiere obtener una carne de sabor menos fuerte a granos, con poca grasa de cobertura y de suficiente grasa infiltrada, cuyo peso faenado estaría entre 22 a 24 kg.

Un elemento en Argentina que resta ventaja comparativa a las exportaciones y/o aumenta la vulnerabilidad comercial en las importaciones (segundo comprador de la región), es la evolución de la paridad del peso frente a otras monedas. La información del Economic Research Service²⁴, permite estimar la brecha cambiaria en términos reales frente al dólar americano a marzo del 2000, tomando como período de base el promedio de 1991:

(a) las monedas que se han visto revaluadas en su paridad real frente al dólar son: Venezuela (45%), Túnez (40%), Egipto (36%), El Salvador (29%), Uruguay (28%), Argentina (21%), Polonia (19%), Colombia (18%), Hong Kong (17%), China (11%), República Dominicana (10%), Austria (10%), Chile (9%), Costa Rica (8%), Guatemala (8%), Brasil (6%), Rusia (5%) y Hungría (3%).

(b) en el otro extremo, las que se han devaluado en su paridad frente al dólar son: España (49%), Italia (47%), Indonesia (42%), Australia (40%), Canadá (39%), Noruega (32%), Francia (29%), Bélgica (27%), Tailandia (26%), Malasia (25%), Nicaragua (25%), Portugal (23%), Dinamarca (23%), Holanda (22%), Alemania (22%), Paraguay (18%), Grecia (17%), Singapur (15%), Taiwan (15%), India (12%), Perú (12%), Honduras (11%), Reino Unido (8%), Turquía (8%), Nueva Zelanda (7%) y Panamá (6%).

Sin poder aportar una reflexión global sobre los niveles de las paridades cambiarias existentes a 1991 en Argentina, sí podemos señalar que a marzo del 2000 existía una ventaja de 9 puntos con el peso uruguayo (Uruguay +28), pero una desventaja de 12 puntos con el peso chileno (Chile +9), de 29 puntos con la libra (Gran Bretaña -8%), de 43 puntos con el marco (Alemania -22%) y de 70 puntos con la peseta (España -49).

El deterioro de nuestra competitividad cambiaria, frente a monedas de países que son compradores de nuestras carnes, es un elemento que explica la caída de las exportaciones.

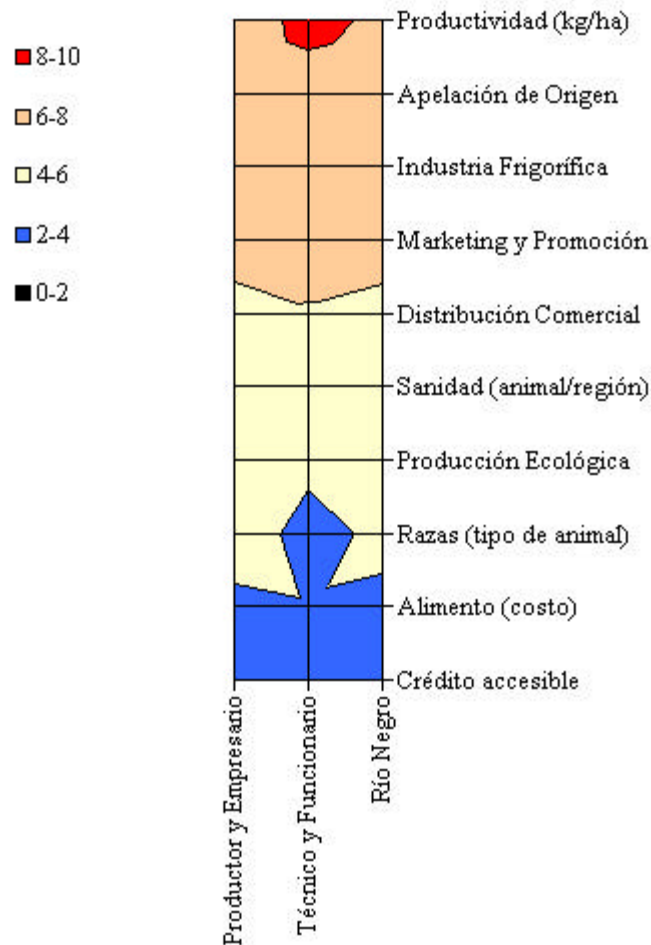
²⁴ Servicio de Investigación Económica del Departamento de Agricultura de Estados Unidos

4.3. *Posicionamiento ganadero en Río Negro*

Los productores y empresarios ovinos, así como los técnicos y funcionarios de la Provincia de Río Negro, en un 80% son de origen español y en particular de la región vasca. Tal sea esta particularidad migratoria, la que explique el alto nivel de coincidencias (83%) sobre la visión estratégica de los factores de éxito entre los presentes al taller realizado en la Ciudad de Maquinchao el pasado 2 de Julio del 2001.

La priorización de los factores de éxito está centrada en la productividad para los técnicos y funcionarios de la Provincia, mientras que en un segundo nivel de importancia para ambos grupos considerados, están la apelación de origen “Patagonia”, el desarrollo de la industria frigorífica, el marketing y la promoción en general, mientras que en particular la productividad para los productores y empresarios también se ubica en este segundo nivel.

Figura 21 - Ranking de los factores de éxito ganadero en Río Negro



La posibilidad de producir carne ecológica en la región (para la población de ingresos altos y medio altos -ABC1-, tanto del mercado nacional como en el ámbito internacional), sumado a la apelación de origen “Patagonia” y una adecuada estrategia de marketing y promoción, utilizando referencias médicas²⁵, así como sobre la cría de animales en pasturas naturales, son estrategias adecuadas para vender en mercados vulnerables, esforzados y en retracción. También debe señalarse, que este tipo de estrategias de productos diferenciados, demandan una distribución comercial diferente a la tradicional.

Los costos provinciales son competitivos a nivel nacional e internacional, con una fuerte dependencia del valor de la lana. Adicionalmente, la incorporación de mejoras productivas permitiría el ingreso al mercado de la carne de un amplio sector minifundista con importantes reducciones de costos. En esta línea de acción, se ha puesto en marcha recientemente el Programa para el Desarrollo Sustentable del sector ganadero de la Región Sur, implementado por el Ente de la Región Sur.

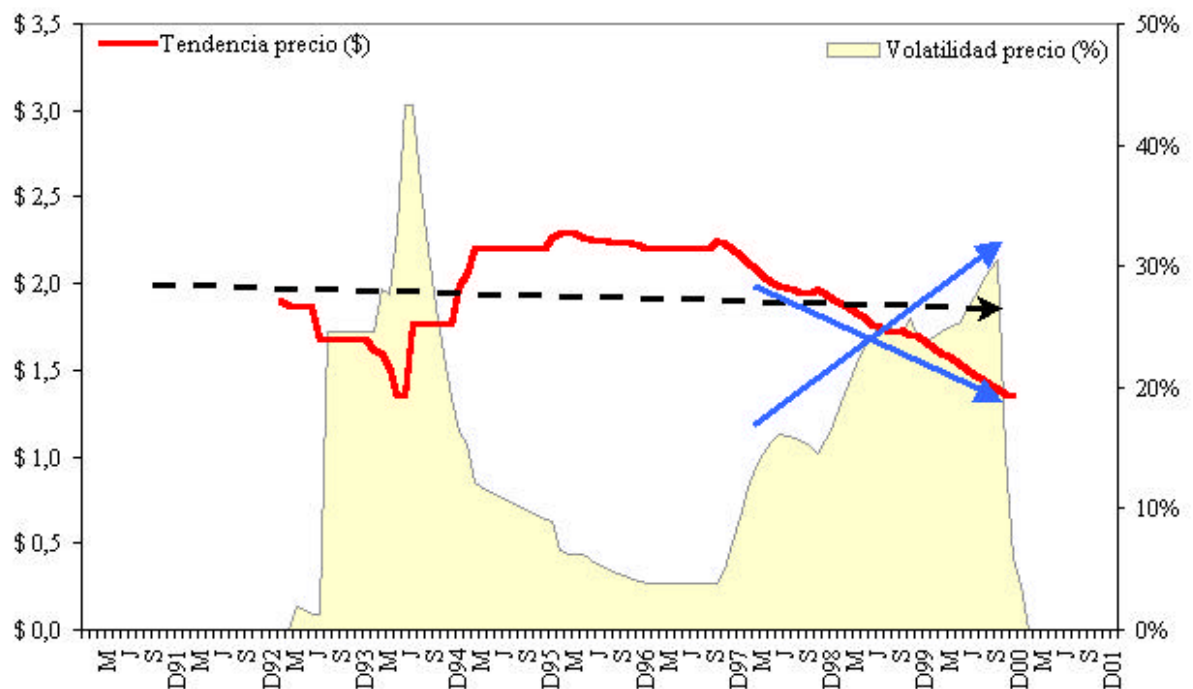
²⁵ Libro “Los grupos sanguíneos y la alimentación”, Dres Peter D’Adamo y Catherine Whitney. Editorial Vergara Vitae. Señalan que sus investigaciones les permite aconsejar el consumo de carne de corderos y carneros como positiva para el metabolismo de las personas cuyos grupos sanguíneos son “O”, “B” y “AB”, no así en el “A”.

4.4. *Reflexiones económicas*

La evolución de los precios en Argentina, analizada a partir de los promedios móviles de los últimos 12 meses, permite señalar una tendencia creciente entre 1997 y el 2000, que no sólo coincide con la desaceleración de la economía interna, sino también, con la caída de los precios internacionales de la carne ovina en el mercado en “retracción” (Figura 15). Es importante recordar, que la Argentina exporta un 68% de sus ventas hacia estos mercados.

La metodología estadística del promedio móvil de los precios de los últimos 12 meses, resulta de mucha utilidad para eliminar el componente “estacional” en las series de precios, y poder evaluar de esta manera, con mayor precisión la tendencia de los mismos.

Figura 22 - Tendencia y volatilidad del precio del cordero en Argentina (kg/limpio)

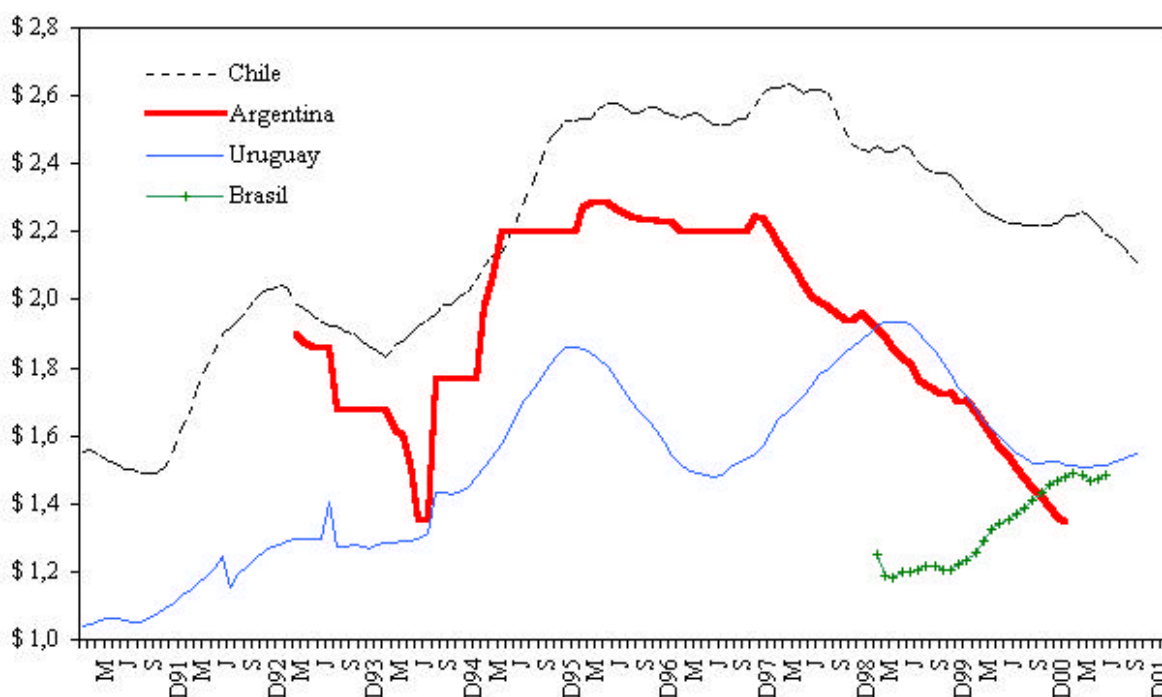


También se puede observar en la gráfica anterior, dos períodos de gran volatilidad en los precios (desvío estándar sobre el precio promedio). Un primer ciclo importante es durante la etapa de estancamiento de los valores de venta, previo al inicio de aumento de precios; que coincidiera con la evolución positiva de los precios CIF del mercado en retracción (Figura 15). Un segundo período de volatilidad es el actual, donde existe una tendencia hacia la baja de los precios. Esta situación de variabilidad o inestabilidad, generalmente, implica una transferencia importante de quebrantos económicos al sector productivo.

Los precios actuales de la carne (equivalente en kilo gancho o limpio), son bajos en comparación con los observados en 1997 (Tabla 20), incluso, son los más bajos de la serie de precios analizada, a punto tal, que desde el punto de vista de la tendencia, se estaría en presencia de un mínimo histórico, similar al de junio de 1994.

Entre 1990 y 1997, la evolución de la tendencia de los precios mayoristas de carne de cordero en Chile, son similares a los de Uruguay (correlación estadística: 90%), mientras que con relación a la volatilidad, se presentan importantes diferencias (correlación estadística: 20%). A partir de 1998, estos mercados en general están menos vinculados entre sí en cuanto a la evolución de la tendencia de los precios, dado que el coeficiente de correlación disminuye al 56% y el de volatilidad al 18%. Es decir, existe en la actualidad un mercado menos competitivo en carnes ovinas en el Mercosur. La pregunta es: ¿quién es formador de precio de la región?

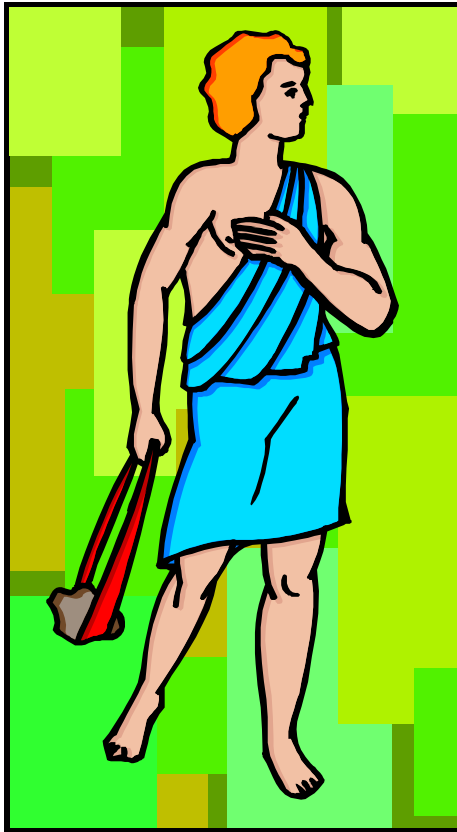
Figura 23 - Tendencia del precio del cordero en el Mercosur (kg/limpio)



La escasa información de precios sobre la carne ovina en Argentina, sólo permite señalar algunas particularidades: 1) este mercado se comporta -curiosamente- de manera muy similar al chileno (correlación: 91% 1990/97 y 95% 1998/00), 2) hasta 1997 también se asemejaba en su evolución, a los precios de Uruguay, no así en los últimos años (correlación estadística del 81% y 57% respectivamente) y 3) El precio del mercado interno tiene una correlación estadística de tan solo el 51% con el valor FOB de exportación, entre 1993 y 1999.

4.5. *Implicancias de la nueva tendencia mundial*

El clásico contraste bíblico entre David y Goliath, resulta interesante para describir las



relaciones entre pequeñas y grandes regiones productoras de carne, tanto dentro de Argentina como en el exterior. Desde la perspectiva en general de la economía ganadera, y en especial sobre carnes ovinas, el tiempo que nos toca vivir en este nuevo milenio, está signado por cambios profundos en la tendencia del consumo, que nos obligan a pensar de otra manera para tener éxito. El cambio en la visión comercial es tan vasto y tan profundo, que estamos dibujando como generación, pincelada a pincelada, un nuevo concepto de visión estratégica sobre la tendencia en el consumo mundial de carnes. Y en muchos casos, no alcanzamos a percibirlo, dado que es erróneo pensar que estamos en presencia de un mercado único o global de carnes; desde el punto de vista del consumidor, incluso, lo mismo acontece en el caso de casi todos los productos

del sector agroalimentario¹⁸. Distinto es si la tendencia la consideramos sobre el sector financiero, las comunicaciones y la industria manufacturera (las maquilas), donde sí hay una evolución hacia un mercado único o globalizado. Lejos de juzgar el sentido del cambio en la tendencia, debemos procurar que se administre lo mejor posible la actividad ganadera, desde el punto de vista económico (rentabilidad), por nuestra responsabilidad social con la comunidad que nos rodea (empleo).

Para que David venciera a Goliath fue necesario que existieran al menos tres elementos básicos: **Convicción**. David dejó el campo de los israelitas y avanzó con convicción sobre el campo del Filisteo. Tuvo el valor para hacerlo y fue a la lucha con una fuerza interior que le decía que iba a triunfar. Salió al campo a ganar y ganó. **Herramienta**. David era valiente pero llevó su honda, su herramienta para ganar la partida. La convicción no alcanza, quien esté dispuesto a dar batalla debe munirse de los elementos que considere más útiles para darla, y ese es el objetivo de los talleres de planeamiento estratégico (como el de Maquinchao, Río Negro); elaborar una Agenda Regional en tal sentido. **Habilidad**. David contó con

habilidad para usar la honda, su herramienta. Puede haber herramientas más modernas, pero no necesariamente, para una batalla de corto plazo, el productor ganadero o empresario del sector, puede estar eficientemente capacitado para utilizarla. ¿Que hubiera ocurrido si David hacía caso al consejo de sus generales, de que era más conveniente o moderno, utilizar arco y flecha que una honda?

La búsqueda en la actualidad de una respuesta estratégica óptima, que dé solución a los problemas del sector en el ámbito regional, nacional o internacional, ha sumado a los tres elementos considerados en la metáfora sobre David y Goliat, un cuarto factor que es la “Visión” de cada región productiva. Y de esto se trata el desafío del nuevo milenio, de ser “entrepreneur o emprendedor”, lo que conlleva tomar más decisiones.

Modelo de entrepreneur de Éohanisson y Gyllberg



En el nuevo milenio el mayor desafío para tener éxito es tomar más decisiones, para lo cual, la revalorización de la visión comercial está por encima de la planificación, dado que es necesaria para sustentar las acciones. Los investigadores y técnicos son los encargados de transmitir conocimientos y capacitación para manejar con habilidad la tecnología disponible. Pero es necesario que dichas herramientas tengan concordancia con los tiempos de preparación para dicha batalla (puede ser de corto, mediano y largo plazo), así como la respectiva Agenda Regional que se pueda elaborar a partir de talleres sobre planeamiento estratégico.

Por último, cabe resaltar, que el presente estudio ha resultado más que innovador por cuanto vincula el negocio de las carnes en el ámbito mundial, generando información útil sobre la tendencia en el consumo, que permite, además de reconocer las particularidades del mercado en el que se actúa, entender la necesidad de poseer una estrategia según los mercados a los cuales se les vende o se intenta comercializar carne (de costos y/o valor agregado: cortes especiales, marca, razas, denominación o apelación de origen, presentación, imagen, producción orgánica certificada, distribución comercial, entre otros).

²⁶ Colom A. y Giacinti M., 2001. Ponencia en el IV Congreso Español de Economía Agraria. Pamplona 18 al 21/9

4.6. *Recomendaciones*

4.6.1. Necesidad de costos más competitivos

El análisis del mercado de carne ovina orienta hacia la búsqueda de precios cada vez más accesibles. En este contexto, en el mercado interno se producen dos situaciones llamativas: en el mercado de la ciudad de Buenos Aires, con perfil de consumidor con ingresos altos a medios altos (ABC1), el precio estaría siendo fijado por las importaciones desde Uruguay (a precios competitivos); en la Patagonia el principal consumo está dado por un perfil de consumidor con ingresos medios (C2C3), que empuja también los precios a la baja.

Para el mercado externo, las exportaciones deben competir contra un tipo de cambio que resulta desfavorable con respecto a Chile o Australia, como posibles ejemplos de países competidores.

En cuanto a los costos del sector, Agri²⁶ presenta costos de la industria frigorífica que, confrontados con el costo de la materia prima y los precios de venta logrados por la misma², no están siendo cubiertos. Este aparente subsidio interno de la industria frigorífica desde el negocio bovino hacia el ovino conlleva graves riesgos. Su desaparición implicaría una inmediata baja del precio de la materia prima como compensación de costos (es improbable un aumento del precio a minorista) pero, sobretodo, pondría en situación de potencial fracaso a cualquier emprendimiento de integración vertical.

La conjunción de los factores descriptos, que determinan la dinámica del mercado interno, del ingreso al mercado externo y la incidencia de la industria frigorífica en el costo total de la cadena, obligan imperiosamente al logro de costos más competitivos en todos y cada uno de los eslabones.

²⁶ Agri, L. 1996. Análisis y perspectiva del sector cárneo en la Provincia de Río Negro. Informe Final. Consejo Federal de Inversiones.

4.6.2. Mayor organización del sector

Una cadena integrada, es la base de la organización del sector agroalimentario

En la actualidad, la satisfacción del consumidor constituye el objetivo principal de la actividad del sector agroalimentario.

En consecuencia, será preciso atender y adelantarse a sus pautas de comportamiento y aportarle garantías de calidad, higiene y aprovisionamiento. Basándose en la ordenación de todo el sector, sus dos componentes principales, la producción agrícola y las industrias agroalimentarias, pueden integrar perfectamente la cadena alimentaría.

Las industrias proveen actualmente cerca de la mitad de los productos alimentarios de consumo doméstico. Tienen la capacidad necesaria para atender a la demanda y adecuarse a la evolución del comportamiento del consumidor.

Este fenómeno de adaptación se refleja en una diversificación de la oferta de productos y requiere considerables inversiones de investigación e innovación.

Como ya se comentara, se observa una segmentación creciente de los mercados y por consiguiente la organización cada vez más compleja de la cadena; algunos productos son competitivos gracias a sus cualidades dietéticas o gastronómicas (productos ecológicos, regionales y denominaciones de origen), otros, gracias a su precio bajo por costos competitivos y/o por contar con un tipo de cambio favorable frente a otros competidores.

El sector agroalimentario está organizado por cadenas integradas de producto, sistema que tiene una incidencia operativa, porque conduce a tratar los aspectos de organización y regulación de la oferta (abarcando las actividades de producción, transformación y distribución de los productos agroalimentarios) y facilita el control de calidad a lo largo de toda la cadena alimentaría.

La cadena integrada por productos incluye a todos los agentes (empresas o sector público) y operaciones (de producción, transformación, distribución, financiación) que participan en la elaboración y transporte de un producto o grupo de productos hasta la etapa final de utilización.

Esta definición pone de manifiesto dos componentes de la cadena integrada: a) su identificación (productos, itinerarios, agentes, operaciones), b) los mecanismos reguladores (estructura y funcionamiento de los mercados, intervención eventual del Estado, planificación). Por consiguiente, la organización económica de los productores debe ser una constante de la política agrícola argentina.

La agrupación de los productores

Tienen por objeto incitar a los productores, a agruparse por decisión voluntaria y personal para realizar una acción colectiva que les permita comercializar mejor sus productos, por medio de: a) aplicación de reglas de producción destinadas a mejorar la calidad de los productos, b) determinación de reglas para comercializar productos de calidad, con un suministro regular para darles una mayor fuerza de negociación comercial y c) mayor transparencia comercial y formalidad fiscal en las transacciones comerciales.

La interprofesional (modelo europeo de organización sectorial)

Constituye un modo más actual de organización económica. La cadena integrada de producto, que es un concepto reciente, incorpora varias categorías de agentes económicos: productores individuales, agrupaciones de productores, industrias de transformación, mayoristas, grandes distribuidores, minoristas, entre otros.

La ley de julio de 1975 en Francia, instituyó la "organización interprofesional" en la agricultura, luego adoptada por otros países (caso España). La modificación mayor introducida en 1999 a este tipo de corporación sectorial, consiste en la posibilidad de creación de "organizaciones interprofesionales" específicas para los productos con etiqueta oficial de calidad y denominación de origen, así como una interprofesional para los productos de la agricultura biológica y para los productos con denominación "montaña". Fuera de esto, sólo puede haber una organización interprofesional por producto, reconocida por las autoridades de agricultura y economía.

La organización interprofesional es por definición un lugar de concertación permanente, que se refleja en acuerdos interprofesionales aprobados por unanimidad por los sectores pertenecientes a la actividad y luego homologado por las autoridades gubernamentales. Sin embargo, estas organizaciones son independientes y no están controladas por el Estado. Los acuerdos interprofesionales integran reglas de producción, medidas de promoción colectiva de los productos; incluso para recaudar fondos, definición de protocolos de calidad, convenios de competitividad para exportaciones, entre otras cosas.

La importancia del sector ovino en Argentina, especialmente en la región patagónica y luego de la sanción de la Ley Ovina (Anexo II), requiere de una "Interprofesional de carne ovina", con alcance a todas las regiones productoras del país.

4.6.3. Pensamientos sobre la denominación de origen

Existen cuatro aspectos básicos en una denominación que deben considerarse, los que fueron ampliamente desarrollados en una conferencia local el año pasado en la Universidad Nacional del Comahue, efectuada por el Dr. Luis Miguel Albisu, de la Unidad de Economía Agraria del Servicio de Investigación Agroalimentario, de la Diputación de Aragón, señalando: 1) ¿Por qué de su implementación?, 2) Signos de calidad y su evolución, 3) Aspectos mínimos a tener en cuenta en la creación de una denominación que implica calidad y 4) exigencias y particularidades de los mercados internacionales.

La primer pregunta que resulta obvia y elemental, puede tener distintas respuestas, a saber: actitud defensiva (por ejemplo frente al Cordero de Magallanes); actitud ofensiva, para defender una cultura y tradición en el modo de hacer de los pequeños productores; búsqueda de un mayor precio; desarrollar a los productores y PyMEs del sector; ordenar comercialmente una región productora; solucionar problemas ambientales; respuesta ante la exigencia de algunos mercados externos, para establecer redes empresariales que colaboren y compitan; propiciar potenciales líderes sociales y emprendedores o entrepreneurs; búsqueda de una masa crítica empresarial para abastecer a mercados internacionales; identificación cultural del consumidor con un producto con particularidades o con el origen de la zona de producción; seguridad alimentaria y trazabilidad; transferencia de tecnología, etc.

En cuanto a los signos de calidad y su evolución, se debe considerar la diferenciación de producto, marcas comerciales, certificación de calidad, presentación, identificación geográfica, métodos de producción, características cualitativas del producto final, amparo legal de la marca y propiedad intelectual, constitución del consejo regulador, carácter de la denominación (al medio geográfico, a la raza utilizada, al sistema de producción, a las particularidades de la elaboración, etc.), grado de conocimiento de los consumidores sobre las particularidades del producto, entre otros aspectos.

Los aspectos mínimos a tener en cuenta en la creación de una denominación de origen son la tradición en la producción y elaboración (que no por antiguo sea exitoso); la necesidad de contar con especificaciones técnicas claras; con un control de calidad; con estudios sobre el mercado actual y potencial; ampliando los conocimientos sobre los canales de comercialización; utilizar un proceso técnico conocido y homogéneo; aspectos de seguridad alimentaria; un mínimo de volumen comercial que cumpla con las especificaciones técnicas; deseo de los productores y empresarios por unirse; organización sectorial; información transparente, relación justa de calidad y precio, etc.

Un ejemplo europeo interesante es la denominación "Cordero Manchego", cuyo tipo de ganado apto para la producción debe proceder exclusivamente de la raza Manchega y reúne los siguientes requisitos: a) corderos sin distinción de sexo (machos sin castrar y hembras). b) Peso vivo al sacrificio en matadero entre 22 y 28 kilogramos, Edad al sacrificio: entre 60 y 90 días. c) para categorías extra y primera que deberán reunir las siguientes características: 1) Peso limpio entre 10 y 14 kilogramos. 2) De conformación cuyo perfil es longilíneo, contornos ligeramente redondeados y proporciones armónicas. 3) La carne es de tipo magra a medianamente grasa, cubierta por una película de grasa fina que deja aparecer parcialmente los músculos subyacentes, si bien esta película se espesa en la grupa, nacimiento de la cola, región dorsal y renal, quedando al descubierto los músculos de la pierna y espalda, así como los trapecios. 4) La grasa de color blanco-cremosa, tanto la de cobertura como la cavitaria y consistencia dura, sin cubrir completamente el riñón. 5) La carne de color rosa pálido, de gran ternura y jugosidad, con inicio de infiltración grasa a nivel intramuscular, aportando un "bouquet" característico muy agradable.

El área principal sobre la que se explota y desarrolla la raza Manchega comprende las siguientes comarcas: Albacete (Mancha, Manchuela, Centro y Almansa), Ciudad Real (Mancha, Campo de Calatrava y Campo de Montiel), Cuenca (Manchuela, Mancha Baja y Mancha Alta) y Toledo (La Mancha).

La fuerte especialización ovina de la región responde a sistemas tradicionales de producción basados en la raza "Manchega" (carne y leche), y en el aprovechamiento de recursos forrajeros marginales (barbechos, rastrojos, eriales, monte bajo, etc.) en áreas deprimidas o de medio agrario difícil. Además, en las importantes áreas de cultivo de secano, correspondientes a las grandes llanuras de Castilla-La Mancha, donde se producen desde vid, hasta cereales y leguminosas de grano, se ha desarrollado un modelo de producción ovino, subsidiario de la producción agraria, con aprovechamiento de rastrojos y barbechos como fuente principal de alimentación.

La alimentación de los corderos deberá realizarse en estabulación con leche materna complementada "ad libitum" con paja blanca y concentrados autorizados por el Consejo Regulador. El período mínimo de lactancia natural será de 30 días. Al destete, la alimentación será con paja blanca y concentrados "ad libitum" autorizados por el Consejo Regulador. En ningún caso podrán recibir promotores de crecimiento ni finalizadores.

No existe ningún proceso especial de elaboración, ya que la preparación de la canal de cordero requiere únicamente el sacrificio, oreo y posterior conservación, como se indica en el Reglamento.

Una vez llegado el animal al matadero, y antes de su sacrificio, permanecerá en reposo al menos doce horas proporcionándole durante dicho tiempo agua azucarada "ad libitum" en una proporción del 1%. El oreo de las canales se realizará hasta que el interior de la masa muscular de la canal alcance la temperatura idónea para su conservación y transporte. Las canales se conservarán, para tiempos inferiores a 24 horas, en cámaras entre 3 y 4°C, y para períodos más prolongados de tiempo entre 1 y 3°C. El período máximo de conservación no superará los seis días.

La procedencia de la Raza Manchega, hay que buscarla entre los primitivos ovinos mediterráneos, que formaron la primera rama de la especie adaptada a países secos, de limitadas posibilidades forrajeras y fuertemente dependientes de la climatología estacional. Desde antiguo fue el principal animal de renta de la Mancha. Explotada para la producción de leche, paralelamente rendía un buen cordero y lana de utilidad textil. Abundan las citas históricas sobre la Manchega; de todas destacan las recogidas en la más famosa novela de todos los tiempos, que dio renombre universal a la cuna de la raza "Don Quijote de la Mancha". En la región la ganadería ha tenido históricamente una gran importancia, representando un 32% de la Producción Final Agraria (PFA) en 1990. Por ello, como consecuencia de sus características climáticas y agrológicas, se ha ido configurando una importante y tradicional zona ganadera de clara especialización extensiva, donde el ovino es la principal actividad.

La Mancha es el antiguo campo espartero de los romanos, que los árabes llamaron "Manyá", que viene a significar "sin agua". Estos dos apelativos determinan de forma clara el carácter de la región. Está escasamente poblada de núcleos dispersos pero grandes. Es zona agrícola por excelencia. Se la ha considerado una buena región ganadera, destacando el lanar. Aunque tradicionalmente se ha considerado a Castilla-La Mancha como un espacio llano, en el que lo más característico es la comarca natural de "La Mancha", la realidad se corresponde más bien a una meseta elevada y surcada de montañas, donde las dos terceras partes del territorio están por encima de los 600 m. de altura y no hay ninguna zona que se encuentre situada a menos de 200 m., sobre el nivel del mar. Sus principales ríos son: El Tajo, Guadiana alto, Júcar alto y medio, Záncara, Cigüela, Jabalón y Riánsares, los cuales, aunque tienen cauces muy irregulares, son muy aprovechados para el riego.

Como se ha descripto anteriormente, trabajar para lograr una carne ovina que sea un producto diferenciado, es una clara posibilidad para todos los involucrados en la cadena en Argentina, como ya fuera planteado en reiteradas oportunidades por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuara -INTA-, incluso, en la actual Ley Ovina (Anexo II).

Sin embargo, es necesario reconocer que dentro de la región (Mercosur), los dos países competidores en situación de mercado “vulnerable” para la carne ovina, están trabajando en el mismo sentido estratégico, como son Chile (producto diferenciado “DO Cordero de Magallanes”²⁷) y Uruguay (con marca de calidad “Cordero SUL”²⁸).

Pareciera que se debería recorrer todavía un importante camino en la búsqueda de un consenso estratégico del sector, en el sentido más amplio y representativo, para acordar un objetivo claro sobre la denominación de origen “Carne Ovina Patagónica”. Esta reflexión tiene que ver con las múltiples acciones y posibilidades a las cuales responde una DO (denominación de origen), entre ellas, a incrementar el precio de venta. En tal sentido, el valor actual de exportación -FOB- en Argentina, aparece como vigoroso en el marco de los valores -CIF- del mercado vulnerable (Tablas 4 y 7), donde nuestro país concentra el 68% de las ventas.

No obstante, existen otros objetivos de vital importancia en el uso de una DO para desarrollar el sector, además de la posibilidad de mejorar el precio final de venta internacional. La frustración de no lograr una mejor venta final como ilusión actual de los productores y empresarios sobre esta DO, podría hacer fracasar la misma, cuando en realidad es acertado incursionar en este tipo de estrategias (caso de Chile por ejemplo), aunque no necesariamente debe ser sólo el mayor precio lo que se persigue. Es necesario debatir y consensuar la visión que pueda sustentar un programa comercial dentro del sector, en cada Provincia productora, con sus objetivos y metas finales. Solo así se logrará una DO exitosa.

Naturalmente que siempre queda la posibilidad de trabajar sobre un commodity, porque hay mercados o nichos que requieren más bien productos accesibles en la relación calidad/precio, como el propio de la región patagónica, hoy principal consumidor. Además, dentro de los mercados sostenibles existen países que están aumentando la importación, debido a corrientes migratorias que influyen sobre este consumo.

En este sentido, la organización del sector adquiere mayor relevancia, para operar con costos más competitivos y mejorar la distribución comercial, acercándose al consumidor eliminando intermediarios. La necesidad de una mentalidad más flexible para entender y adaptarse a las nuevas tendencias, así como la obligación de instrumentar planes de negocio que incorporen varias estrategias; complementarias o no (sean de costos y/o de valor agregado), como el debido acuerdo regional sobre una estrategia sectorial para organizar las políticas activas, es el desafío que el sector cárnico tiene en este nuevo milenio.

²⁷ <http://www.alamesa.cl/estrategiacordero/Html/analisisexterno.html>

²⁸ <http://www.sul.org.uy/co.htm>

4.6.4. Marketing y promoción

El Dr. René Favalaro señalaba en Noviembre de 1999, en el marco de la Primera Jornada Nacional sobre Carnes del INTA, que “el consumo de carnes de las distintas especies, ya sean vacunas, porcinas, aviares u ovinas, es completamente inocuo para la salud cardiovascular, siempre que se trate de cortes magros y en cantidades moderadas. Pese a la buena fama del pollo o el pescado, ninguna carne encierra riesgo alguno de aumentar el colesterol”. Responsabilizó a la moda vegetariana, a la cultura “light”, como una de las causas de la caída de la demanda, injustificada desde el punto de vista médico, cuando en verdad otros alimentos “tienen más grasa y colesterol, como por ejemplo las medias lunas”. Y también a cuestiones sociales -a las que es tan sensible- que constituyen, esas sí, factores de riesgo: desempleo, tensión económica y falta de educación, o a hábitos como el sedentarismo, el tabaquismo o la obesidad. El afamado cardiocirujano, defendió con vehemencia las carnes argentinas producidas a pasturas naturales: “Son las mejores del mundo, de bajo colesterol y la poca grasa que contienen es insaturada, de la buena, con excelentes condiciones sanitarias”. Totalmente distintas a las del feedlot -enfaticó-, que es un camino absolutamente equivocado, un grave error como estrategia comercial; por eso tenemos que seguir con la ganadería tradicional, que es la que podemos defender en el mundo”.

Curiosamente, con relación al tema de la “salud”, el consumo de carne de cordero y/o carnera, es beneficiosa para el metabolismo en personas cuyo grupo sanguíneo son “O” o Universal, “B” y “AB”, en opinión e los Dres Peter D’Adamo y Catherine Whitney (Libro “Los Grupos Sanguíneos y la Alimentación”, Editado por Vergara Vitae).

La necesidad de una estrategia nacional de “marketing y promoción” es reconocida ampliamente por el sector, pero en un segundo plano de importancia (ver referencia 4.3.), priorizando la productividad (kilo carne/hectarea), la apelación de origen “Patagonia” -más que una denominación de origen-, la capacidad y funcionamiento de la industria frigorífica. Sin embargo, una denominación “DO” o apelación de origen “AO”, requiere de una campaña de promoción fuera de la región productora. Pero el mayor escollo en la actualidad que tiene un programa regional de publicidad, es la insuficiencia de: 1) información sobre el perfil y hábito del consumidor en los mercados a los cuales se vende en la actualidad y 2) sobre la definición de las estrategias del sector privado, en las diferentes regiones productoras, sea de costos competitivos y/o de valor agregado, y dentro de la diferenciación de producto; especificación sobre cortes especiales, presentación, razas, sistema de producción, entre otros.

4.6.5. Ampliar conocimientos sobre la demanda

Los estudios realizados tradicionalmente en Argentina han sido de demanda agregada de carne ovina para una serie de años, resultando escasas o desactualizadas, las investigaciones que permitan analizar el perfil del consumidor local de este tipo de carnes en el mercado interno, menos aún, es inexistente sobre mercados externos.

Entre los estudios se encuentra el realizado por Mc Cormick, Moré, Gambetta, Lynch y Lacaze en el 2000, sobre las preferencias del consumo de carne ovina en relación con carnes de otras especies, que partió del estudio de los hábitos de consumo de las carnes en general y el de carne ovina en particular, sobre los habitantes de la ciudad de Buenos Aires. Los entrevistados posicionaron al consumo de carne ovina como: excepcional, de oferta deficitaria, de cortes grandes que no resultan prácticos para su almacenamiento o cocción, de precios elevados y la inexistencia de productos preelaborados. Sin embargo, señalaron que posee una buena evaluación por parte de aquellos consumidores que más la conocen. Dicho estudio, concluye que el consumo de este tipo de carnes podría verse incrementado de existir una oferta adecuada a las exigencias de los consumidores: “mayor presencia y continuidad en puntos de venta, variedad de cortes y tamaños, precios relativamente menores, información sobre recetas prácticas, detalle del lugar de procedencia y desarrollo de líneas de productos preelaborados”.

Por otro lado, Lynch, Gambetta, Mc Cormick y Pereyra, que pertenecen a la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, relevaron y caracterizaron en 1999, la presencia de la carne ovina en las principales superficies de compra de la Ciudad de Buenos Aires y Conurbano Bonaerense. Los resultados de dicho estudio, indicaron que el 82,6% de las principales superficies de compra visitadas presentaba carne ovina, pero sin variedad de cortes. Los precios evidenciaban anomalías, no presentando relación con el valor gastronómico del corte. El estudio concluye que, la carne ovina no parece tener identidad, ni de imagen ni de precios, por ende, no configura un producto tal como se lo entiende en estos días.

Así planteado, solo la generación de mayores conocimientos aplicables sobre la demanda nacional o internacional de carnes ovinas, ayudará en este nuevo milenio al tan necesario proceso de evolución del sector ganadero hacia productores y empresarios emprendedores. También son requeridos para diseñar una óptima campaña de marketing y promoción de la DO “Carne Ovina Patagónica”, y en ambos casos, será necesario coordinar recursos públicos y privados, desde centros o instituciones, hasta de universidades.

4.6.6. Elaborar una Agenda Nacional

Chuck Yager, era un piloto de combate de la Segunda Guerra Mundial, que lograba ver a gran distancia los aviones enemigos, y esto le daba el tiempo suficiente para escoger una táctica de ataque o de defensa. Mientras que Bobby Fischer, campeón mundial de ajedrez, tenía la capacidad de proyectar decenas de movimientos futuros a partir de una jugada de su adversario, y podía, con esto, planear las propias, neutralizando posibles derrotas. Ambos tenían un don: el de la anticipación. En el mundo actual de constantes cambios, de mayor estratificación en la demanda y no de una tendencia hacia un mercado único o global en agroalimentos, resulta necesario más que nunca, anticipar situaciones positivas o negativas, en nuestras vidas, y la ganadería ovina no es ajena a este escenario.

La publicidad es tal vez, una de las herramientas más importantes con que cuenta cualquier actividad productiva para incrementar el consumo, pero no puede ser usada en forma esporádica y sin un buen plan comercial. Para poder pilotear o jugar con esta herramienta, es importante, antes de subirse al avión o desplegar las piezas del tablero, contar con información sobre el perfil del consumo, como se comentara en el capítulo anterior, además de conocer la visión del sector. Se trata de la visión pensada en la realidad cotidiana y que se corresponde con aquello que se ha dado en llamar “estrategias implícitas” en los hechos. Pertenece al campo de lo latente, no de lo manifiesto, y es aquello que -en última instancia y a los efectos del cambio que se percibe como necesario en el sector ovino- es lo significativo.

El objetivo de impulsar otras Agendas Regionales, a similitud de lo realizado en la Ciudad de Maquinchao el 2 de Julio del presente año, en la Provincia de Río Negro, es identificar la visión estratégica (por medio del ranking de los factores de éxito) y la interrelación existente entre todos los agentes -endógenos y exógenos-, que interactúan en el eslabonamiento productivo y comercial en las distintas Provincias ovinas (por medio de un análisis DAFO); con un criterio de enfoque de cadena. Precisamente, a través de los respectivos talleres de planeamiento estratégico en las distintas Provincias ganaderas, se podrá elaborar una “Agenda Nacional” que contemple las asimetrías o diferencias regionales. Tal vez, estas particularidades terminen siendo la fortaleza de un programa de exportación amplio, en cuanto a los países o nichos considerados en el plan comercial, dada la tendencia a la estratificación. La meta final es documentar los lineamientos de un programa sectorial, que contribuya a la planificación estratégica nacional, sugiriendo lineamientos de política activas a implementar, que mejoren la competencia de las cadenas que conforman el sector.

ANEXOS Y TABLAS ESTADISTICAS

I – Definición y alcance de ovinos

Oveja, es un nombre común, por extensión, de determinados mamíferos herbívoros que pertenecen a un único género y se encuentran en estado salvaje o domesticado. Se llama carnero al macho de la oveja y cordero o borrego a las crías, según la edad.

Las variedades domésticas constituyen las ovejas típicas; son las que están distribuidas con mayor amplitud y se encuentran en casi todos los países del mundo.

Por el contrario, las especies salvajes tienen un área de distribución más restringida y reciben otros nombres; así, el muflón de las Rocosas más conocido como bighorn, o salvaje americano, vive sólo en Norteamérica y llega a los estados mexicanos de Chihuahua, Baja California y Sonora, donde se le conoce como borrego cimarrón, taye o carnero de montaña.

El carnero de Dall habita en el norte de Canadá y Alaska y las diferentes especies de muflones asiáticos, junto con el argalí o argal, son originarios de Asia, en donde tienen su hábitat.

Se cree que las ovejas fueron domesticadas hace unos 11.000 años en la región hoy llamada Irak y se piensa que descenden del muflón.

Las ovejas son animales ungulados (con extremidades acabadas en pezuñas) y dotados de un número par de dedos. Rumian la comida, carecen de incisivos superiores y tienen un estómago formado por cuatro cámaras.

Tienen cuernos no ramificados permanentes (no se mudan); los del macho suelen ser robustos, curvados y en espiral, mientras que los de la hembra son cortos y menos curvados. Las ovejas tienen el morro estrecho y largo; la longitud del cuerpo es de hasta 1.5 mts, la cola es corta y el peso oscila entre 45 y 200 kg.

En la naturaleza son animales bastante ágiles y bien adaptados al medio donde habitan. La hembra por lo general pare una cría (cordero) aunque pueden ser hasta tres después de un periodo de gestación de unos 150 días. Viven hasta 20 años.

Las ovejas domésticas han desempeñado un papel muy importante para la especie humana que ha aprovechado su cuero y su lana para confeccionar prendas de vestir o alfombras, su carne, tanto de los adultos como de las crías, para comer y su leche para el

consumo y la producción de queso; además, las especies salvajes son muy codiciadas por los cazadores como trofeos.

En el caso de las razas domésticas, el vellón o lana ha sido desarrollado de forma artificial, de tal manera que se ha ido seleccionando una variedad cuya capa de pelo exterior ha sido reemplazada por una interior de lana mucho más abundante.

Hay más de 800 razas de ovejas domésticas en todo el mundo que ocupan hábitats muy variados, desde zonas de régimen desértico hasta las áreas tropicales húmedas.

Las ovejas criadas para producir lana suponen casi la mitad de la población mundial del ganado ovino.

Están adaptadas a vivir en zonas semiáridas, son de tamaño mediano y producen grandes cantidades de fibra de lana, con un diámetro inferior a veinte micrómetros.

La mayoría pertenecen a la raza merina y son muy comunes en las regiones secas de Australia, África del Sur, Nueva Zelanda, América del Sur, oeste de los Estados Unidos y península Ibérica. Parece ser que esta raza tiene su origen en Asia, de donde pasó a África para llegar después a España con la civilización romana.

Con el paso de los siglos, su área de distribución disminuyó hasta quedar restringida a la península Ibérica, donde permaneció hasta el siglo XVIII. A partir de finales de este siglo, se introdujo y seleccionó en Rambouillet (Francia), dando lugar a otra variedad muy similar que, junto con la merina, constituyen las razas de ovejas productoras de lana más importantes.

El merino ha sido introducido en numerosos países, aunque se ha ido modificando y adaptando a las diferentes condiciones del nuevo entorno; por ello, hay muchas variedades que se llaman merinas, pero este nombre se combina con el nombre del país donde ha sido introducido, como es el caso del merino australiano.

Las ovejas de lana tipo mutón producen una lana de longitud media o larga y constituyen el 15% de la población mundial ovina. Entre las razas de este tipo están las de Suffolk, Hampshire, Shropshire, Oxford, Lincoln o Cotswold.

Hay otras razas de ovejas similares a las anteriores, pero con la cola corta, que producen una lana de longitud media y se encuentran sobre todo en Escandinavia. Constituyen el 3% de la población total y se caracterizan por su elevada tasa de reproducción.

Otras razas de ovejas se distinguen por su capacidad de almacenar grandes cantidades de grasa en la cola y en la región de la grupa.

Se crían sobre todo para la producción de leche, más abundante que en cualquier otra raza de ovejas; además su lana, que es áspera y larga, se utiliza para la fabricación de alfombras.

Se distribuyen por las regiones áridas de África, Oriente Próximo y Asia; representan casi el 25% de la población mundial de ovejas. Las razas más importantes son Awasi, Bakhtiari, Karakul y Karamon.

Las pieles de los corderos recién nacidos de la variedad Karakul se usan en la fabricación de los llamados abrigos persas. Por último hay que mencionar las razas de ovejas que carecen de lana y en su lugar tienen pelo. Viven sobre todo en las regiones tropicales y se utilizan para la producción de carne. Entre las razas de este tipo están la de pecho negro de las Barbados, la persa de cola negra y la Peliquey.

II – Ley Ovina nº 25.422

LEY PARA LA RECUPERACION DE LA GANADERIA OVINA, BUENOS AIRES, 4 DE ABRIL DE 2001, BOLETIN OFICIAL, 4 DE MAYO DE 2001

OBSERVACIONES GENERALES: CANTIDAD DE ARTICULOS QUE COMPONEN LA NORMA 25

TEMA: ACTIVIDAD AGROPECUARIA, COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS, VENTA DE HACIENDA; GANADO Y OVINOS

TITULO I - Generalidades (artículos 1 al 14)

CAPITULO I - Alcances del régimen (artículos 1 al 3)

ARTICULO 1 - Institúyese un régimen para la recuperación de la ganadería ovina, que regirá con los alcances y limitaciones establecidas en la presente ley y las normas complementarias que en su consecuencia dicte el Poder Ejecutivo nacional, destinado a lograr la adecuación y modernización de los sistemas productivos ovinos que permita su sostenibilidad a través del tiempo y consecuentemente, permita mantener e incrementar las fuentes de trabajo y la radicación de la población rural. Esta ley comprende la explotación de la hacienda ovina que tenga el objetivo final de lograr una producción comercializable ya sea de animales en pie, lana, carne, cuero, leche, grasa, semen, embriones u otro producto derivado, y que se realice en cualquier parte del territorio nacional, en tierras y en condiciones agroecológicas adecuadas.

ARTICULO 2 - Las actividades relacionadas con la ganadería ovina comprendidas en el régimen instituido por la presente ley son: la recomposición de las majadas, la mejora de la productividad, la intensificación racional de las explotaciones, la mejora de la calidad de la producción, la utilización de tecnología adecuada de manejo extensivo, la reestructuración parcelaria, el fomento a los emprendimientos asociativos, el mejoramiento de los procesos de esquila, clasificación y acondicionamiento de la lana, el control sanitario, el aprovechamiento y control de la fauna silvestre, el apoyo a las pequeñas explotaciones y las acciones de comercialización e industrialización de la producción realizadas en forma directa

por el productor o a través de cooperativas u otras empresas de integración vertical donde el productor tenga una participación directa y activa en su conducción.

ARTICULO 3 - La ganadería ovina deberá llevarse a cabo mediante el uso de prácticas enmarcadas en criterios de sustentabilidad de los recursos naturales. La autoridad de aplicación exigirá, entre otros requisitos, la determinación inicial de la receptividad ganadera de los establecimientos en los cuales se llevará a cabo el plan de trabajo o el proyecto de inversión y exigirá periódicas verificaciones de acuerdo a lo que considere conveniente. Asimismo definirá las condiciones que deberán cumplir estos estudios y creará un registro de profesionales que estarán autorizados a realizarlos, los cuales deberán contar con las condiciones de idoneidad que se establezcan.

CAPITULO II - Beneficiarios (artículos 4 al 6)

ARTICULO 4 - Serán beneficiarios las personas físicas o jurídicas y las sucesiones indivisas que realicen actividades objeto de la presente ley y que cumplan con los requisitos que establezca su reglamentación.

ARTICULO 5 - A los efectos de acogerse al presente régimen, los productores deberán presentar un plan de trabajo o un proyecto de inversión, dependiendo del tipo de beneficio solicitado, a la autoridad encargada de aplicar este régimen en la provincia en que está ubicado el establecimiento donde se llevará a cabo la explotación. Luego de su revisión y previa aprobación, será remitido a la autoridad de aplicación quien deberá expedirse en un plazo no mayor a los noventa días contados a partir de su recepción; pasado este plazo la solicitud no será aprobada. Las propuestas podrán abarcar períodos anuales o plurianuales. Quedan exceptuados de este requisito productores que se encuentren en las situaciones previstas en el artículo 21 de esta ley.

ARTICULO 6 - La autoridad de aplicación dará un tratamiento diferencial en los beneficios económicos y en los requisitos a cumplimentar a los productores de hacienda ovina que explotan reducidas superficies o cuentan con pequeñas majadas y que se encuentran con necesidades básicas insatisfechas. Asimismo está autorizada a firmar convenios con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que cumplen funciones de desarrollo de este sector social a los efectos de optimizar la asistencia. En

este caso, la ayuda económica se podrá otorgar a explotaciones que no cumplen con la condición de ser económicamente sustentable pero indefectiblemente deberán llevar a cabo con productores cuyo principal ingreso sea la explotación de hacienda ovina, en tierras agroecológicamente aptas, que cuenten con una cantidad de animales acordes a la capacidad forrajera de las mismas y utilicen prácticas de manejo de la hacienda que no afecten a los recursos naturales.

CAPITULO III - Autoridad de aplicación, coordinador nacional y Comisión Asesora Técnica (artículos 7 al 14)

ARTICULO 7 - La autoridad de aplicación de la presente ley será la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación del Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos, pudiendo descentralizar funciones en las provincias conforme a lo establecido en el inciso a) del artículo 22 de la presente ley.

ARTICULO 8 - El secretario de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación designará al funcionario con rango no menor a director para que actúe como coordinador nacional de este régimen para la recuperación de la ganadería ovina, quien tendrá a su cargo la aplicación del mismo.

ARTICULO 9 - Créase en el ámbito de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación la Comisión Asesora Técnica del Régimen para la Recuperación de la Ganadería Ovina (CAT).

ARTICULO 10. - La CAT tendrá funciones consultivas para la autoridad de aplicación y realizará el seguimiento de la ejecución del presente régimen, efectuando las recomendaciones que considere pertinentes para el logro de los objetivos buscados; en especial, al establecerse los requisitos que deberán cumplimentar los productores para recibir los beneficios y al definirse para cada zona agroecológica del país y para cada actividad el tipo de ayuda económica que se entregará. Asimismo, actuará como órgano consultivo para recomendar a la autoridad de aplicación las sanciones que se deberán aplicar a los titulares de los beneficios que no hayan cumplido con sus obligaciones.

ARTICULO 11. - La CAT estará presidida por el secretario de Agricultura, Ganadería,

Pesca y Alimentación y se integrará además por el coordinador nacional del régimen y por los siguientes miembros titulares y suplentes: uno por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria; uno por el Servicio de Sanidad y Calidad Agropecuaria; uno por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, uno por cada una de las provincias que adhieran al presente régimen y uno por los productores de cada provincia adherida.

ARTICULO 12.- Todos los miembros de la CAT tendrán derecho a voto. El secretario de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación será reemplazado como presidente en caso de ausencia o impedimento, por el coordinador nacional del régimen. Las provincias y los organismos integrantes de la comisión podrán reemplazar en cualquier momento a sus representantes. Los miembros suplentes sustituirán a los titulares en caso de ausencia o impedimento de los mismos. La Comisión Asesora Técnica podrá incorporar para su integración transitoria y en la medida que lo considere necesario, representantes de otras entidades y organismos nacionales, provinciales y privados, los que no contarán con derecho a voto.

ARTICULO 13.- La autoridad de aplicación dictará el reglamento interno de funcionamiento de la Comisión Asesora Técnica.

ARTICULO 14.- La autoridad de aplicación convocará al menos una vez por año a un Foro Nacional de la Producción Ovina invitando a participar a productores de ganado ovino, legisladores y funcionarios nacionales y provinciales y representantes de entidades y organismos relacionados con la temática del Foro. El objetivo de las reuniones será analizar la situación del sector y la aplicación del Régimen para la Recuperación de la Ganadería Ovina, efectuando recomendaciones consensuadas que sirvan de orientación a la autoridad de aplicación y a la Comisión Asesora Técnica.

TITULO II - De los fondos (artículos 15 al 17)

ARTICULO 15.- Créase el fondo fiduciario denominado Fondo para la Recuperación de la Actividad Ovina (FRAO), que se integrará con los recursos provenientes de las partidas anuales presupuestarias del Tesoro nacional previstas en el artículo 17 de la presente ley, de donaciones, de aportes de organismos internacionales, provinciales y de los productores, del recupero de los créditos otorgados con el FRAO y de los fondos provenientes de las

sanciones aplicadas conforme a los incisos b) y c) del artículo 23 de la presente ley. Este fondo se constituye en forma permanente para solventar los desembolsos derivados de la aplicación de este régimen para la recuperación de la ganadería ovina.

ARTICULO 16.- El Poder Ejecutivo incluirá en el Presupuesto de la administración nacional durante diez años a partir de la publicación de la presente ley, un monto anual a integrar en el FRAO el cual no será menor a pesos veinte millones.

ARTICULO 17.- La autoridad de aplicación, previa consulta con la CAT, establecerá el criterio para la distribución de los fondos del FRAO, dando prioridad a las zonas agroecológicas del país en las cuales la ganadería ovina tenga una significativa importancia para el arraigo de la población y a los planes de trabajo o proyectos de inversión en los cuales se incremente la ocupación de mano de obra y/o en los que las personas físicas titulares de los beneficios se comprometan a radicarse dentro del establecimiento rural promovido. Anualmente se podrán destinar hasta el tres por ciento de los fondos del FRAO para compensar los gastos administrativos, en recursos humanos, en equipamiento y en viáticos, tanto en el ámbito nacional como provincial y municipal, que demande la implementación, seguimiento, control y evaluación del presente régimen.

TITULO III - De los beneficios (artículos 18 al 21)

ARTICULO 18. - Los titulares de planes de trabajo y proyectos de inversión podrán recibir los siguientes beneficios: a) Apoyo económico reintegrable y/o no reintegrable para la ejecución del plan o programa, variable por zona, tamaño de la explotación, tipo de plan o programa y actividad propuesta, según lo determine la autoridad de aplicación, de acuerdo a lo establecido en la reglamentación; b) Financiación total o parcial para la formulación del plan de trabajo o proyecto de inversión de los estudios de base necesarios para su fundamentación. Podrá requerirse asistencia financiera para la realización de estudios de evaluación forrajera, de aguas y de suelos, así como de otros estudios necesarios para la correcta elaboración del plan o proyecto; c) Subsidio total o parcial para el pago de un profesional de las ciencias agronómicas y/o veterinarias para que lo asesore en las etapas de formulación y ejecución del plan o proyecto propuesto; d) Subsidio total o parcial para cubrir los gastos necesarios para la capacitación del productor y de los empleados permanentes del establecimiento productivo para ejecutar la propuesta; etc). Subsidio a la tasa de interés de

préstamos bancarios.

ARTICULO 19. - La autoridad de aplicación, previa consulta con la CAT, podrá destinar anualmente hasta el quince (15) por ciento de los fondos del FRAO para otras acciones de apoyo general a la recuperación de la ganadería ovina que considere convenientes tales como: a) Llevar a cabo campañas de difusión de los alcances del presente régimen; b) Realizar estudios de mercado y transferir la información a los productores; c) Solventar los programas Prolana y Carne Ovina Patagónica de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, u otros equivalentes de carácter nacional o provincial, que tengan como objetivo la búsqueda de una mejora en el sistema de producción ovina; d) Realizar acciones tendientes a la apertura y mantenimiento de los mercados; e) Apoyar a los gobiernos provinciales en las medidas de control de las especies de animales silvestres predadores de la ganadería ovina; f) Apoyar económicamente a los productores ante casos muy graves y urgentes que afecten sanitariamente a las majadas y que superen la capacidad presupuestaria de los organismos nacionales y provinciales específicos correspondientes; g) Solventar campañas para incrementar el consumo de carne ovina, de prendas de lana o cuero lanar o de cualquier otro producto derivado de la explotación de la hacienda ovina; h) Financiar la realización de estudios a nivel regional de suelos, de aguas y de vegetación, a los fines que sean utilizados como base para fundamentar una adecuada evaluación de los planes de trabajo y proyectos de inversión presentados al régimen; i) Capacitar a productores, empleados permanentes de los establecimientos dedicados a la actividad ovina, técnicos y a los profesionales involucrados en la formulación y ejecución de los planes y proyectos de inversión presentados a este régimen.

ARTICULO 20.- La autoridad de aplicación, previa consulta con la CAT, podrá destinar anualmente hasta el cincuenta por ciento de los montos disponibles en el Fondo para la Recuperación de la Actividad Ovina, creado en el artículo 16 de la presente ley, para ayudar a los productores de ganado ovino que, en casos debidamente justificados a criterio de la autoridad de aplicación, se encuentren en condiciones de emergencia debido a fenómenos naturales adversos de carácter extraordinario, bajas de precios de la producción a cualquier otra causa que afecte gravemente y en forma generalizada al sector productivo ovino, ya sea en todo el país o en una región en particular, poniendo en peligro la continuidad de las explotaciones. Planteadas las condiciones de emergencia, las ayudas deberán incluir de manera específica y preferencial, a los pequeños productores de acuerdo a lo dispuesto

en el artículo 6. Esta ayuda podrá consistir en subsidios, créditos en condiciones favorables o cualquier otra alternativa que la autoridad de aplicación considere conveniente para lograr superar o atenuar la situación de crisis. Para acogerse a estos beneficios no se requerirá presentar un plan de trabajo o un proyecto de inversión, siendo necesario únicamente que el afectado pruebe su condición de productor ovino en situación de crisis, de acuerdo a los requisitos que establezca la autoridad de aplicación.

ARTICULO 21.- Con relación a los beneficios económico financieros previstos en el presente capítulo, esta ley tendrá vigencia durante quince años, desde su promulgación o hasta que se utilice la totalidad de los fondos del FRAO, cualquiera haya sido la fecha de aprobación de los planes de trabajo o proyectos de inversión.

TITULO IV - Adhesión provincial (artículo 22)

ARTICULO 22.- El presente régimen será de aplicación en las provincias que adhieran expresamente al mismo. Para acogerse a los beneficios de la presente ley, las provincias deberán: a) Designar un organismo provincial encargado de la aplicación del presente régimen, que deberá cumplir con los procedimientos que se establezcan reglamentariamente dentro de los plazos fijados, coordinando las funciones y servicios de los organismos provinciales y comunales encargados del fomento ovino, con la autoridad de aplicación; b) Declarar exentos del pago de impuestos de sellos a las actividades comprendidas en el presente régimen, salvo que la provincia destine los fondos recaudados por este concepto a la implementación de medidas de acción directa a favor de la producción ganadera ovina; c) Respetar la intangibilidad de los planes de trabajo y proyectos de inversión aprobados por la autoridad de aplicación; d) Declarar exentos del pago del impuesto sobre los ingresos brutos u otro que lo reemplace o complemente en el futuro, que graven la actividad lucrativa generada en los planes de trabajo y proyectos de inversión beneficiados por la presente ley; e) Eliminar el cobro de guías u otro instrumento que grave la libre circulación de la producción obtenida en los planes de trabajos o proyectos de inversión comprendidos en la presente ley, salvo aquellas tasas que compensen una efectiva contraprestación de servicios por el estado provincial o municipal, las cuales deberán guardar una razonable proporción con el costo de la prestación realizada. Asimismo podrán preservarse las contribuciones por mejoras, las que deberán guardar una adecuada proporción con el beneficio brindado. Al momento de la adhesión, las provincias deberán informar taxativamente qué beneficios y plazos otorgarán.

En los casos que el beneficio contemplado en el inciso e) de este artículo corresponda ser otorgado por una municipalidad, la misma deberá adherir obligatoriamente al régimen aprobado en la presente ley y a las normas provinciales de adhesión, estableciendo taxativamente los beneficios otorgados.

TITULO V - Disposiciones complementarias (artículo 23)

CAPITULO I - Infracciones y sanciones (artículo 23)

ARTICULO 23 . - Toda infracción a la presente ley y a las reglamentaciones que en su consecuencia se dicten, será sancionada, en forma gradual y acumulativa, con: a) Caducidad total o parcial de los beneficios otorgados; b) Devolución del monto de los subsidios; c) Devolución inmediata del total de los montos entregados como créditos pendientes de amortización. En todos los casos se recargaran los montos a reintegrar con las actualizaciones, intereses y multas que establezcan las normas legales vigentes en el ámbito nacional; d) Pago a las administraciones provinciales o municipales de los montos de los impuestos, tasas y/o cualquier otro tipo de contribución provincial o municipal no abonados por causa de la presente ley, más las actualizaciones, intereses y multas de acuerdo a lo que establezcan las normas provinciales y municipales. La autoridad de aplicación, a propuesta de la comisión asesora, impondrá las sanciones indicadas en los incisos a), b) y c), y las provincias afectadas impondrán las sanciones expuestas en el inciso d). La reglamentación establecerá el procedimiento para la imposición de las sanciones, garantizando el derecho de defensa de los productores.

CAPITULO II - Disposiciones finales (artículos 24 al 25)

ARTICULO 24 .- La presente ley será reglamentada dentro de los ciento ochenta días de publicada en el Boletín Oficial.