

EFECTOS DEL ENTORNO COMERCIAL SOBRE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR CÁRNICO BOVINO

Por Edwin Pérez G.
Gerente Regional
Proyecto ILRI-CFC

EL ENTORNO COMERCIAL

¿Qué se comercia?

Lo Geográfico

Regional

Nacional

INTERNACIONAL

El Papel de:

Sector Público
Sector Privado

INSUMOS
y EQUIPOS

SERVICIOS

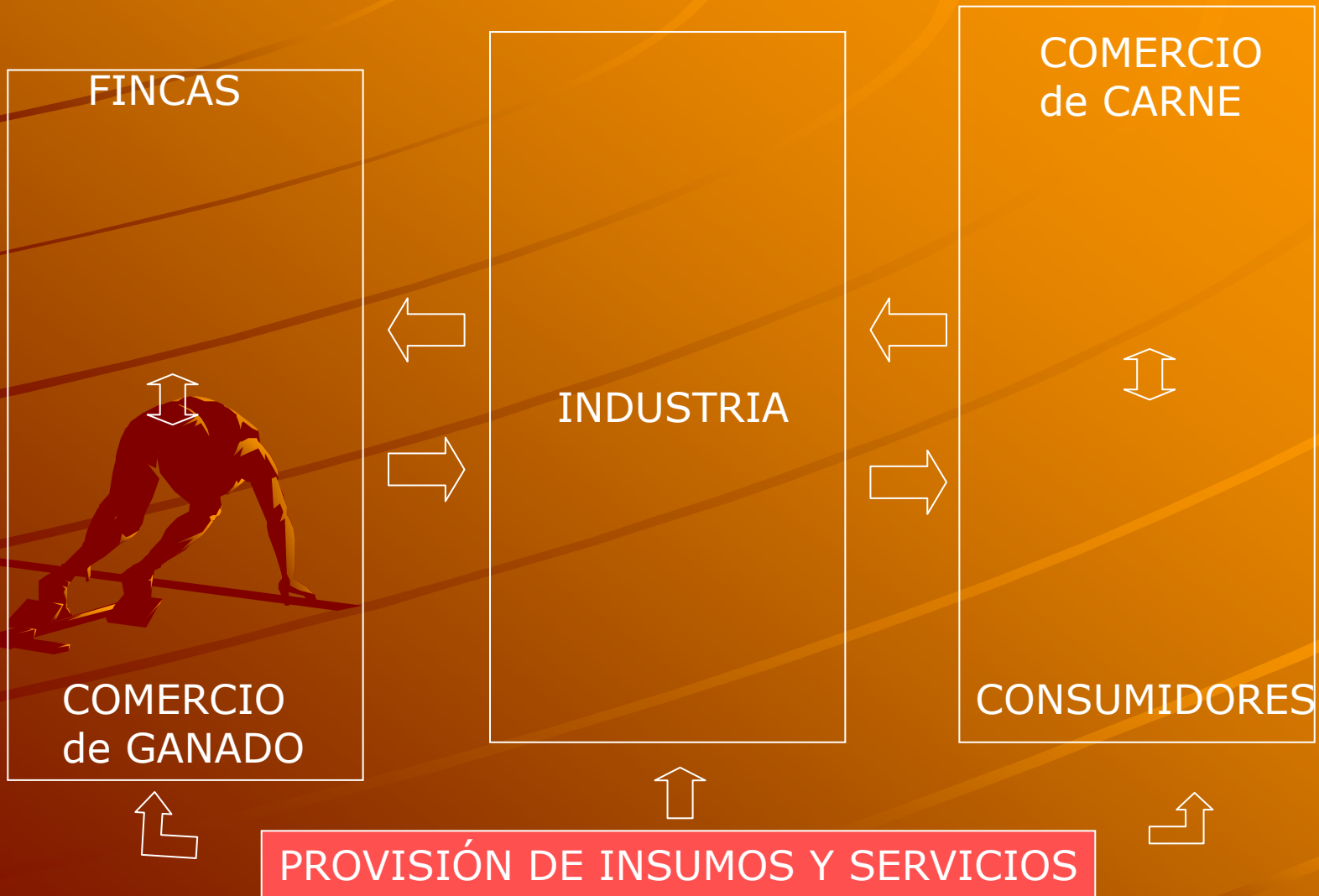
PRODUCTOS



LA CADENA DE PROCESOS



LA CADENA DE VALOR



1. LOS INSUMOS Y EQUIPOS

- ◆ No solo para la producción primaria, sino para la industria y el comercio.
- ◆ Acceso no parece ser problema en el país
- ◆ Necesidad de la participación de organizaciones, para lograr mejores precios vía:
 - Mejores negociaciones
 - Compras por volumen
 - Menor margen
- ◆ Necesidad de participación del Sector Público para aprobar/regular.
 - Tipos, dosis, usos.
- ◆ Investigación y transferencia
 - Sector PÚBLICO
 - Sector PRIVADO

EJEMPLO: Demanda de semillas de gramíneas.

Fuente: Holmann *et.al*, 2005

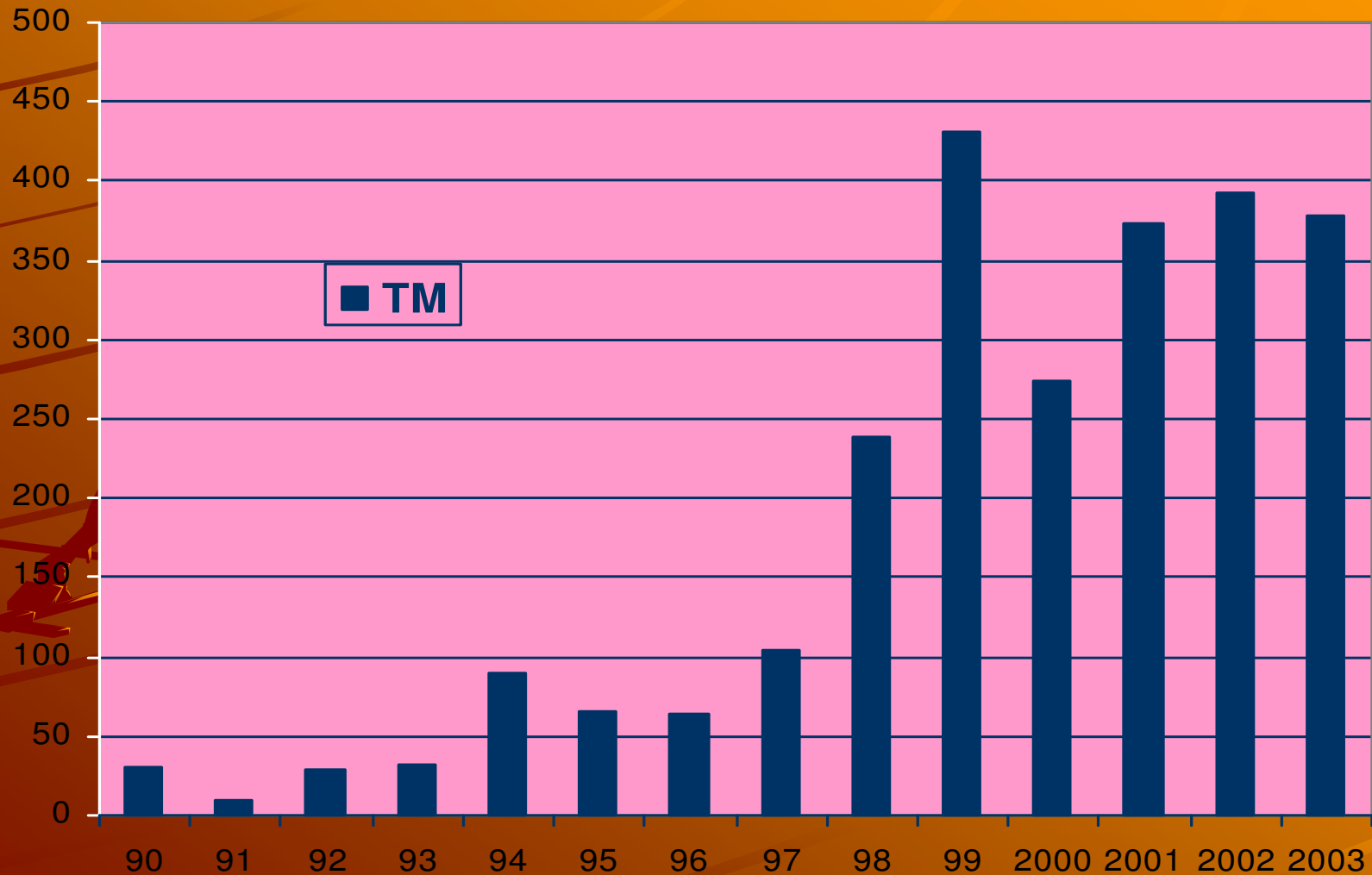
Proporción del mercado
acaparado por gramíneas
Brachiaria (%)



Mexico	84
Honduras	84
Nicaragua	90
Costa Rica	85
Panama	97

Importación de semillas de forrajeras en Costa Rica. Período 1990-2003. Oficina Nacional de Semillas.

Fuente: Pérez, E. 2005



LOS EQUIPOS EN LA FINCA

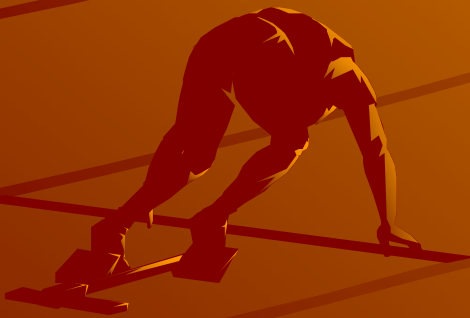


Foto cortesía de P. Argel

Foto cortesía de M. Bolaños

OTROS EJEMPLOS DE INSUMOS Y EQUIPOS

- ✦ Promotores de crecimiento
 - Hormonales
 - Antibióticos
- ✦ Materiales para la industria
 - De desinfección
 - De Empaque
- ✦ Equipos para distribución de carne
 - Regulaciones vs Realidad

LOS INSUMOS Y EQUIPOS Y LA COMPETITIVIDAD A NIVEL DE FINCA

- ✦ No invertir insumos/equipos innecesarios.
- ✦ Alimentación es lo más importante.
 - Gramíneas y leguminosas
 - Suplementos no forrajeros
 - El verano
- ✦ Genética para buscar no solo cantidad sino calidad de carne.
- ✦ Sanidad animal con énfasis en prevención

LOS INSUMOS Y EQUIPOS Y LA COMPETITIVIDAD EN LA INDUSTRIA

- ◆ Modernización constante
- ◆ Búsqueda de diferenciación
- ◆ Cumplimiento de normativa internacional
- ◆ Interacción con el sector productor
 - Uso adecuado de insumos/equipos
 - Estímulo a la calidad
 - ◆ Inocuidad
 - ◆ Jugosidad, suavidad, sabor.

2. LOS PRODUCTOS

ANIMALES

CARNE

EL COMERCIO DE GANADO EN PIE

◆ A NIVEL NACIONAL

- Subastas (para reproducción vs sacrificio)
- En fincas, plazas....
- En pie vs en canal

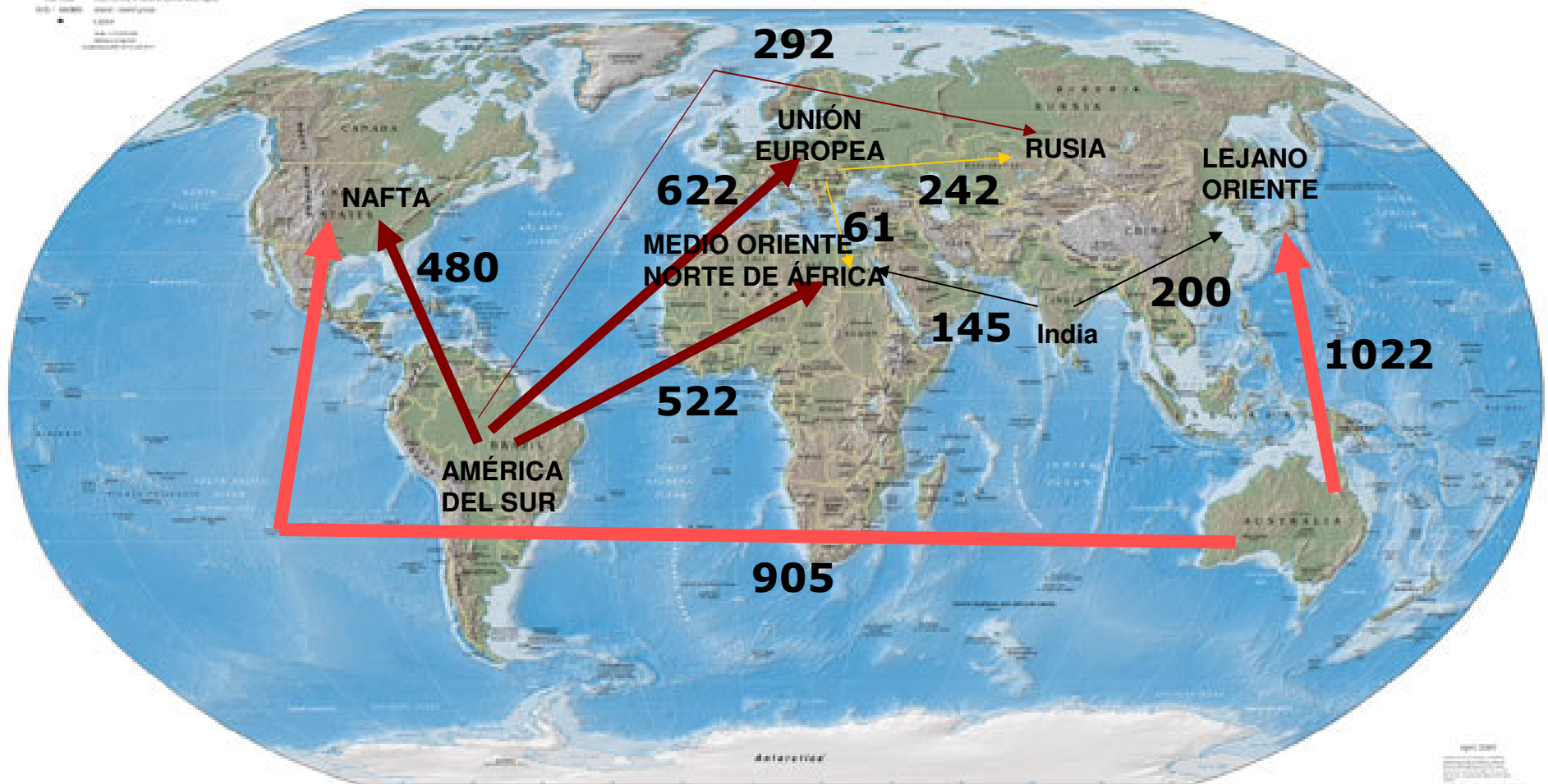
◆ A nivel internacional

- Reproductores (vivos, semen, embriones)
- Animales en crecimiento para engorde
- Barreras sanitarias serán cada vez más lo más restrictivo

LA GEOGRÁFICO (asociado a BSE Y FMD) ES CLAVE

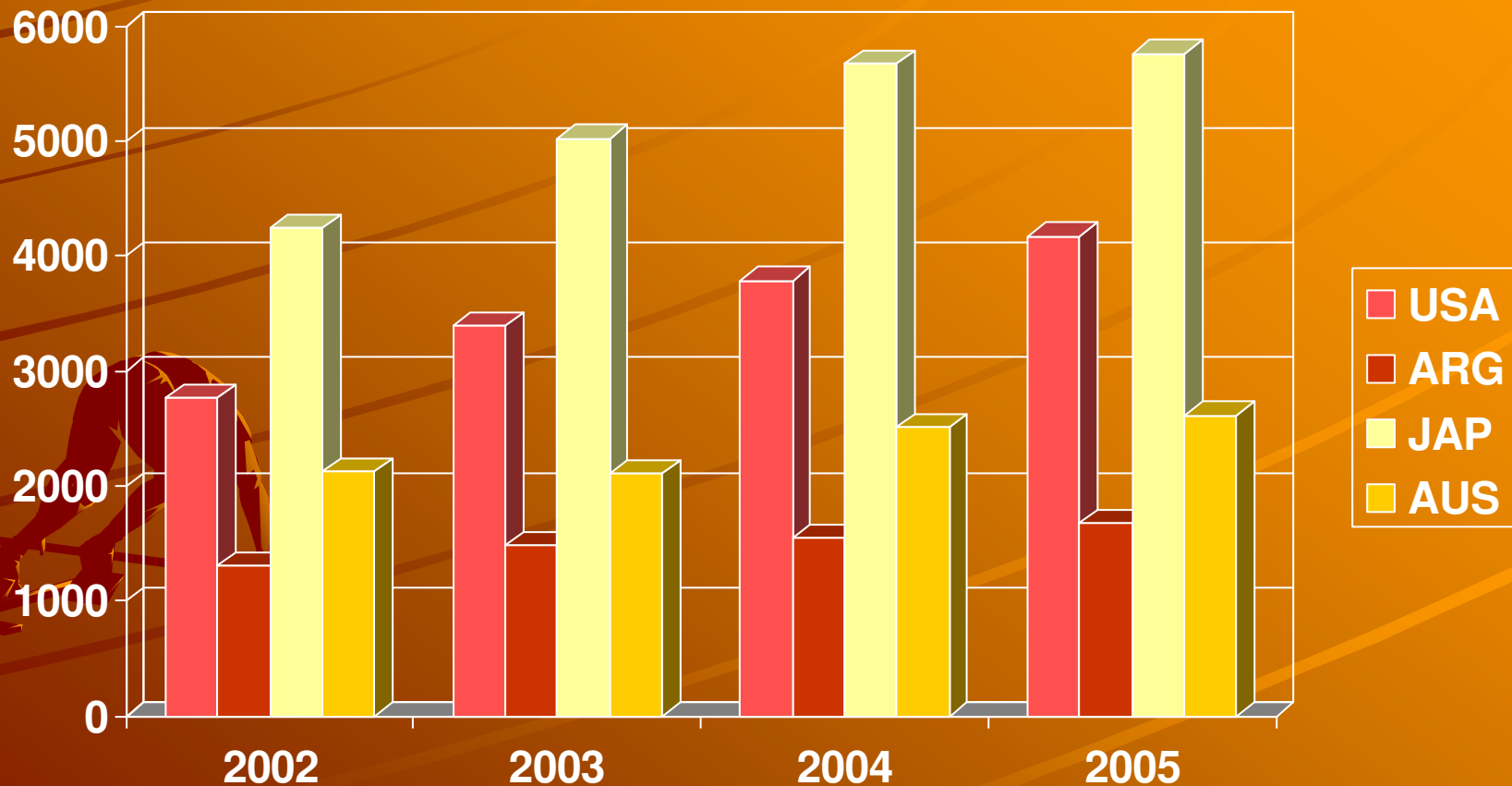
Physical Map of the World, April 2005

EL COMERCIO DE LA CARNE BOVINA, 2004. En miles de TM



PRECIOS DE LA CARNE BOVINA

US\$/TM, FAO Meat & Meat Products, 2006.



USA: Frozen beef; foreign Trade Stats, US Census Bureau

JAP: Beef import price cif, boneless chilled

ARG: Frozen cuts

AUS: Cow fores, frozen boneless, 85%L

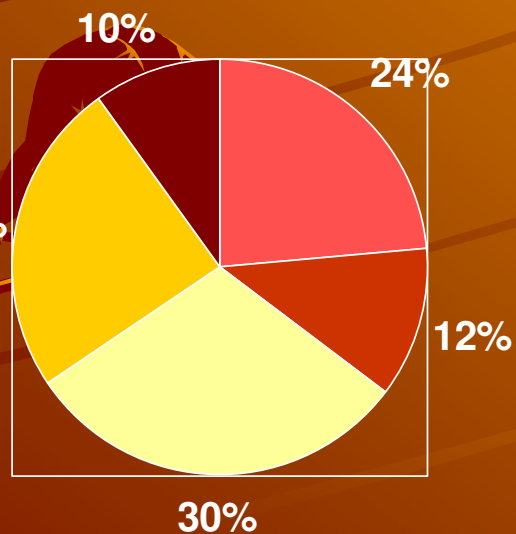
IMPACTO DE FIEBRE AFTOSA

Brote en Brasil, octubre de 2005

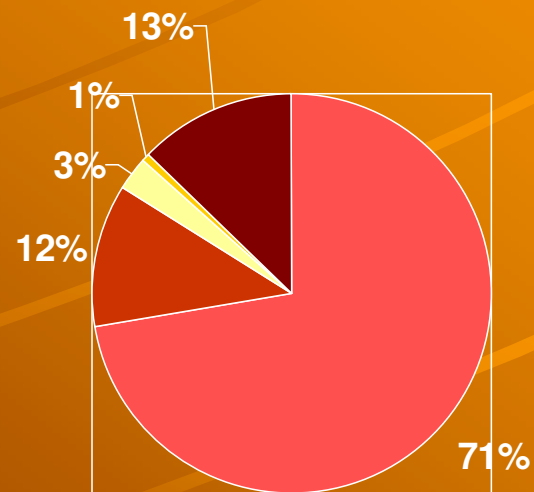
- ◆ Exportaciones crecieron de 280 mil TM en 1996 a 1700 TM en 2005 (del 4 al 20% de su producción).
- ◆ Se busca que:
 - Todo el país sea libre con vacunación
 - Solo Santa Catarina (al sur) es libre sin vacunación.
- ◆ Brote en una finca pasó a 30 en un mes.
 - Se cuestionó internacionalmente la competencia de SSAIA (Vacunación, cuarentena, rastreabilidad)
 - Países importadores (más de 50) restringieron o detuvieron importaciones.
 - Los que más han restringido/cesado la importación son los mercados de mejores precios (EUA, UE).
 - Factores Paraguay, Bolivia, fauna, hacen que la erradicación sea muy difícil.

IMPACTO DE EEB (BSE) “Vaca Loca” sobre.... Exportaciones de los EUA

2003
1147 TM

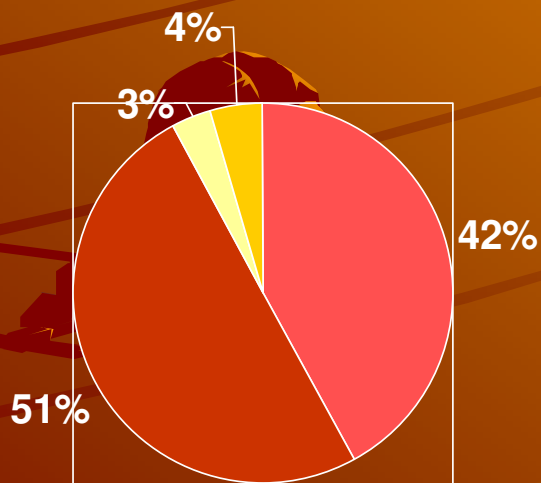


2004
204 TM

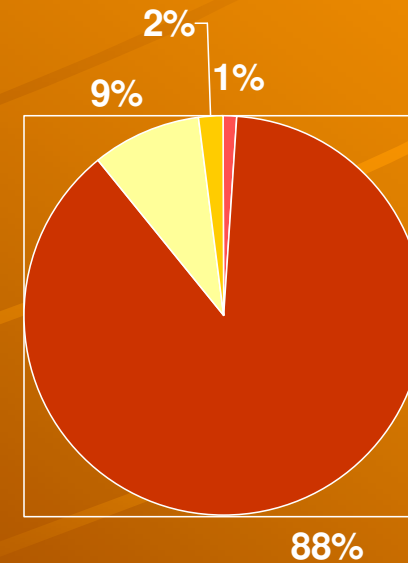


IMPACTO DE EEB (BSE) “Vaca Loca” sobre.... Importaciones de Japón

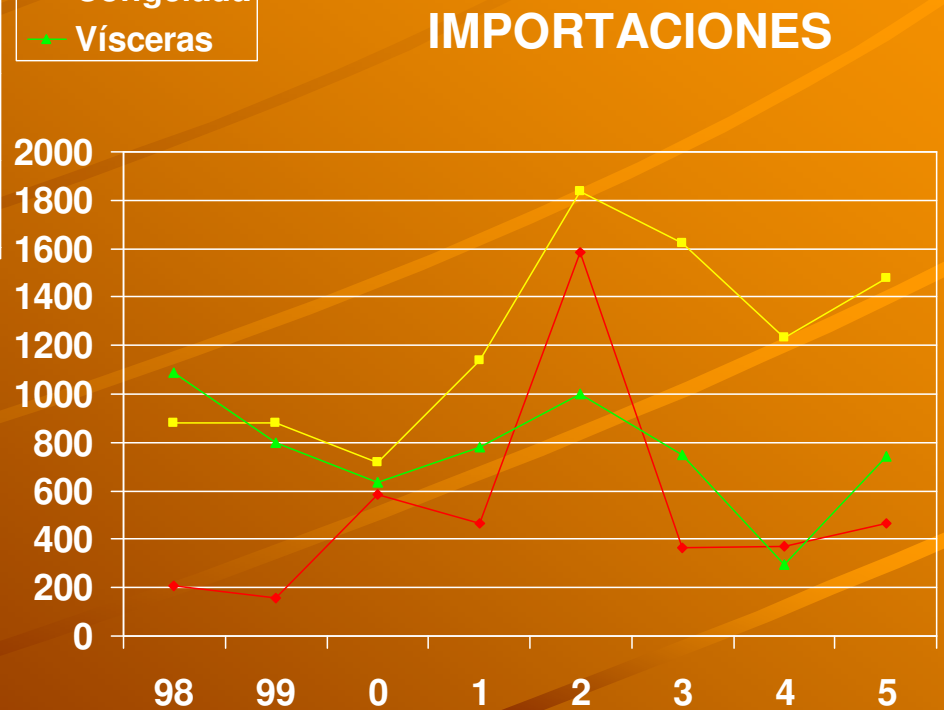
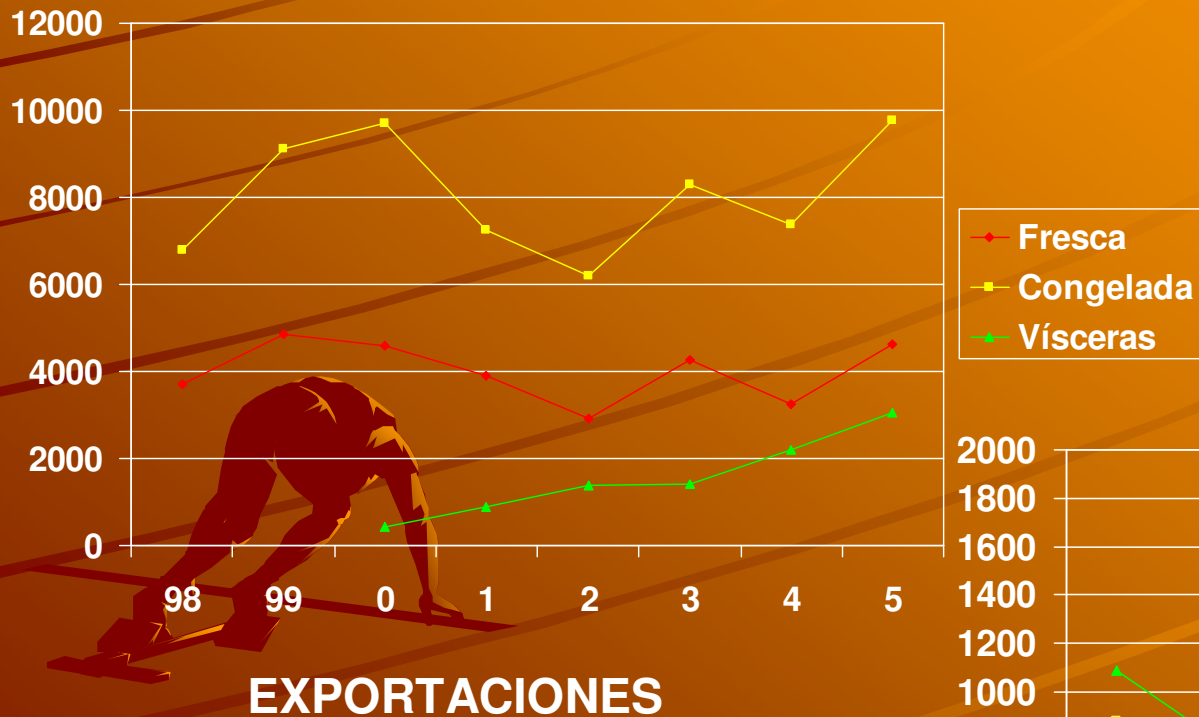
2003
633 TM



2004
502 TM



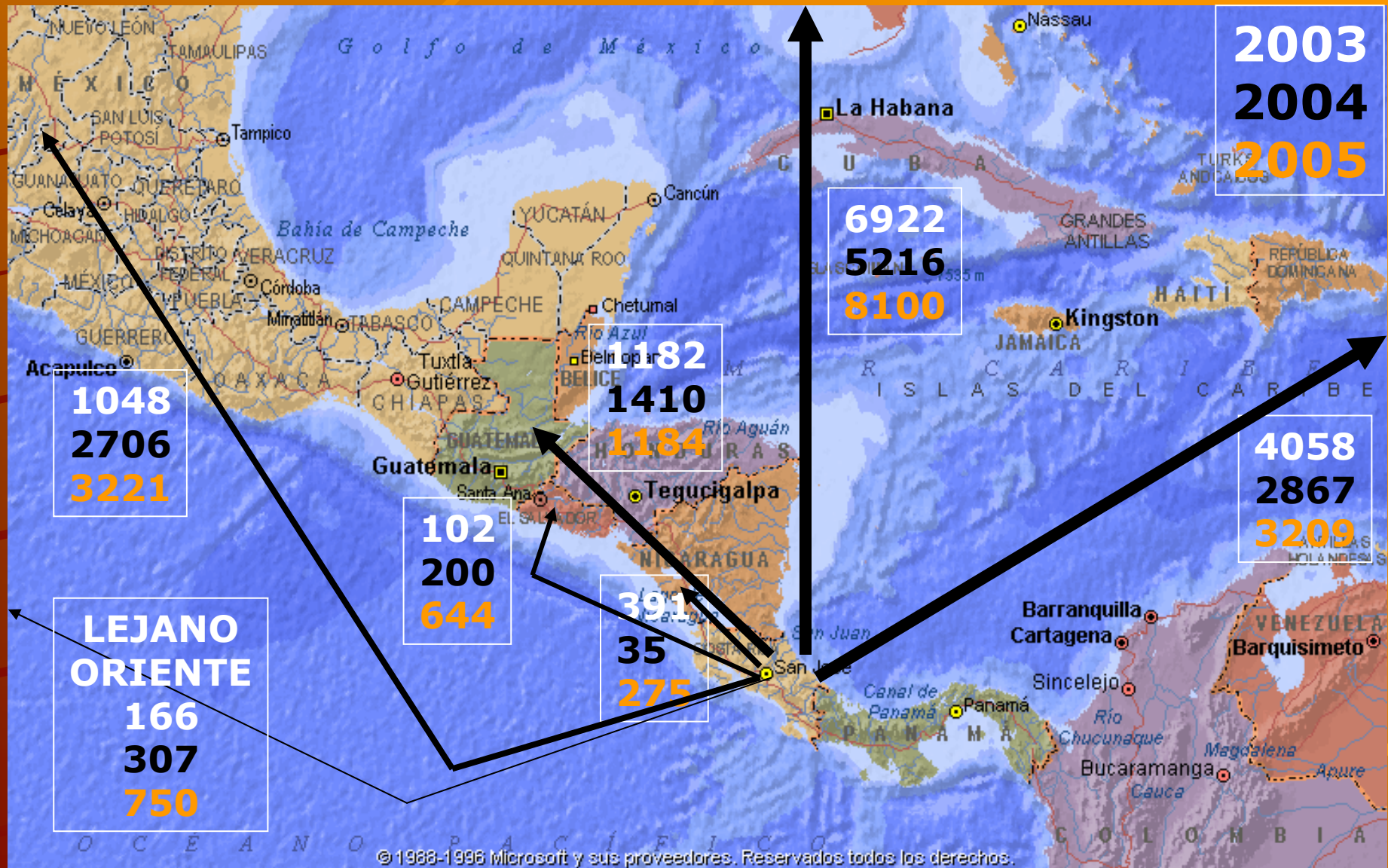
EL COMERCIO EXTERIOR DE CARNE DE COSTA RICA



EL COMERCIO EN CENTROAMÉRICA: IMPORTACIONES 2003-2005



EL COMERCIO EN CENTROAMÉRICA: EXPORTACIONES 2003-2005



COSTA RICA: EL COMERCIO INTERNO DE CARNE

300 MIL CABEZAS POR AÑO
60 000 TM

IMPORTAC.
2-4 MIL TM

EXPORT.
10-14 MIL TM

CONSUMO LOCAL
12-14 kg *per capita*

CARNICERÍAS
60-65%

SUPERMERCADOS
40-35%



EL COMERCIO DE PRODUCTOS Y LA COMPETITIVIDAD: EL GANADO EN PIE

- ✦ Este comercio es más que centenario
 - Ambas vías (E/I) son necesarias
- ✦ Condición sanitaria del hato nacional es clave para el acceso a otros mercados.
 - Sector público es clave (SSAIA/aduanas).
 - Sector privado debe contribuir.
- ✦ Es urgentísimo el establecimiento de un sistema de rastreabilidad.

EL COMERCIO DE PRODUCTOS Y LA COMPETITIVIDAD: LA CARNE

- ◆ El objetivo debe ser doble:
 - Abastecer el consumo local, estimulando su aumento.
 - Lograr exportar cada vez productos de mayor valor.
- ◆ La competencia es con:
 - Carne importada
 - Otras carnes
- ◆ Debe existir mucha coordinación público-privada para mantener la calidad del producto nacional, de manera que se pueda exigir lo mismo al producto importado.
 - Inocuidad
 - Calidad *per se*, sistemas de valoración de la calidad
 - Marcas
 - Productos de valor agregado

3. LA PROVISIÓN DE SERVICIOS: Definición y Categorías

- ✦ Los servicios son el conjunto de actividades que, sin necesidad de producir bienes tangibles, permiten la generación de bienestar.
- ✦ Categorías de servicios en agricultura
 - Productivos
 - Profesionales para producción y gestión
 - Para generación de innovaciones tecnológicas
 - Para comercialización
 - Financieros

3. LA PROVISIÓN DE SERVICIOS: Los Actores

◆ Otros productores

PRODUCTIVOS

◆ Profesionales

PROFESIONALES

◆ Empresas

INVESTIGACIÓN

◆ Los gremios

◆ Las cooperativas

◆ Las universidades

◆ Centros de Investigación

COMERCIALIZACIÓN

◆ Instituciones Públicas

FINANCIEROS

LA PROVISIÓN DE SERVICIOS Y LA COMPETITIVIDAD

- ◆ Este es el elemento que requiere más atención en el país.
- ◆ El Estado ha dejado de ofrecer muchos servicios, que el sector privado debe asumir.
- ◆ Las organizaciones de los productores tienen una seria responsabilidad en esto.
- ◆ Debe haber un esfuerzo nacional para la creación de empresas de servicios.