

[SE HAN ESTUDIADO LA DISTRIBUCIÓN TRADICIONAL Y MODERNA]

Quién es quién en la cadena de valor del ovino de carne

César Marcos

Periodista

Realizado por el Observatorio de Precios del MARM, el estudio se centra en el cordero pascual de 10 a 13 kg, criado y comercializado en España durante la campaña 2007. El objetivo es aclarar qué parte de la tarta de los márgenes se lleva cada operador durante el proceso de producción, comercialización y venta al consumidor. La conclusión es que la cría y el cebo son los que acarrean más costes y a la cabeza, se sitúan los de la alimentación. En general, el sector opina que nadie se hace rico con la venta de cordero, ya que los beneficios son muy estrechos en cada etapa de la cadena.

La cadena de valor del sector del ovino de carne no ha sido una excepción como objeto de estudio del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino (MARM). En el sector lácteo y los cítricos se fijado también el Observatorio de Precios para fomentar una reflexión conjunta sobre el proceso de formación de precios y la estructura de los sectores agrarios. El próximo análisis en este sentido será el tan necesario acerca del aceite de oliva. La transparencia y la vertebración de la cadena alimentaria se ha llevado a cabo con luz y taquígrafos.

Al menos son parte de las declaraciones del director general de Industria y Mercados Alimentarios del MARM, Francisco Mombiela, quien ha destacado en la presentación de los informes, la colaboración de todos los operadores de la cadena de valor. Ese es el compromiso contraído a la hora de identificar y analizar las actividades básicas en cada una de las etapas de la cadena y los principales agentes participantes y sus interacciones.

Detallista frente centrales de transformación

El estudio compara dos configuraciones. En la tradicional, en destino se comercializan las canales. Así la actividad de despiece tiene lugar en la

tienda y sus costes asociados son asumidos por el detallista. Se aprecia un incremento de los costes de mano de obra de la etapa de venta, por el despiece, asumidos por el detallista, como se puede ver en el cuadro de la página siguiente. Entre el origen y el punto de venta, en esta modalidad el cordero se ha incrementado en 2007 su precio en un 139%. El conjunto de beneficios en cada etapa es del 11%. El precio de la carne aumentó, por tanto, a unos mínimos de 118,57 €/kg y un nivel máximo de 131,22 €/kg pieza.

Los aspectos que se echan en falta en el estudio es la importación de carne y animales, cuyo destino más importante es el canal Horeca

En cambio, en la configuración moderna se comercializan fundamentalmente piezas envasadas, por lo que el despiece y sus costes del despiece son asumidos por las centrales de transformación, una etapa intermedia donde costes y precios crecen bastante. En el mismo periodo, el precio de la carne de ovino se elevó hasta un mínimo de 125,51 €/kg y un máximo de 138,91 €/kg. La diferencia entre precio en origen y el de venta es superior, un 153%, aunque la suma de márgenes

Configuraciones de la cadena de valor seleccionadas por el estudio

TRADICIONAL:

PRODUCCIÓN Cría y Cebo	COMERCIALIZACIÓN Matadero	VENTA EN TIENDA Tienda tradicional
---------------------------	------------------------------	---------------------------------------

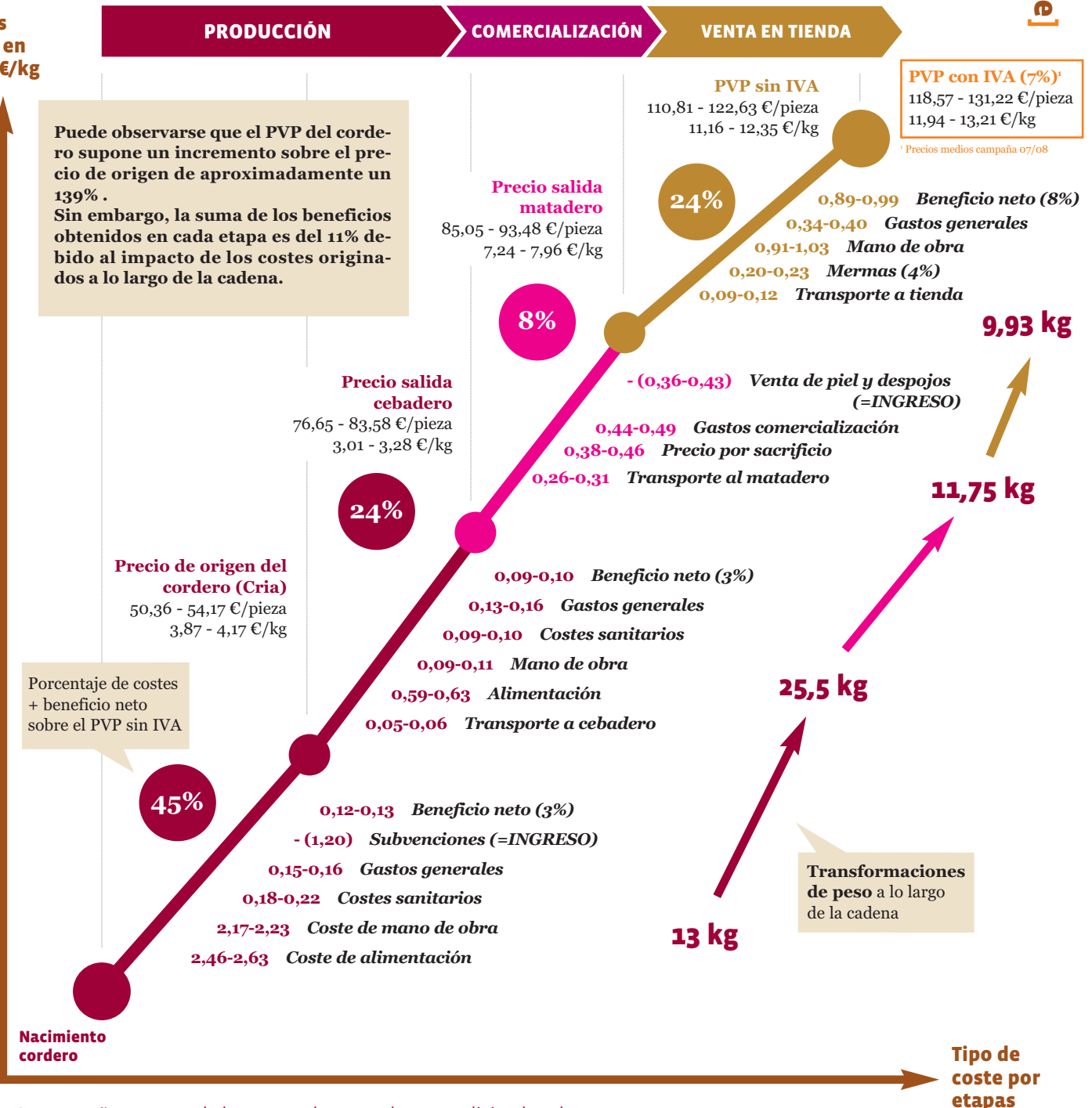
MODERNA:

PRODUCCIÓN Cría y Cebo	COMERCIALIZACIÓN Matadero Plataforma de distribución	VENTA EN TIENDA Central de transformación Supermercado Hipermercado
---------------------------	--	---

El estudio expresa que la realidad del sector ovino es muy compleja y que existen múltiples configuraciones de la cadena de valor básica. Solo se han contemplado estas dos variantes, consideradas más representativas. En el cuadro inferior, se despieza la configuración tradicional.

Horquillas de costes en €/pieza y €/kg

DATOS CAMPAÑA 2007¹



¹ La campaña comprende los meses de enero de 2007 a diciembre de 2007

ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR Y LA FORMACIÓN DE PRECIOS DEL SECTOR OVINO. Fuente: MARM

El sector en cifras

España es hoy en día uno de los mayores productores del mundo de carne de ovino. En 2007, se ha situado en el **octavo puesto a escala global**, con más de **200.000 t** de producción.

Frente a la **UE**, es el **segundo productor** de carne de ovino y genera alrededor del **20%** de la producción total comunitaria en los últimos años.

El **12%** de la carne producida se destina a la **exportación**. En comercio exterior, presenta saldos favorables a la exportación de carne de ovino. Su **crecimiento** se calcula en más del **30%**, de 2006 a 2007. Así lo afirma Mercasa.

El peso de las **importaciones** representa menos de un **6%** sobre la producción nacional, según las estimaciones de 2007 del MARM.

Desde **2000**, la producción en España de carne de ovino (kg de canal) ha caído un **13%**. Entre 2006 y 2007, se produjo un descenso de más del **6%**. La caída se debe en parte a la **reforma de la PAC** que ha afectado a las subvenciones recibidas por el sector.

Más del **60%** de la carne de ovino comercializada se concentra en cuatro comunidades autónomas: **Castilla y León, Cataluña, Castilla-La Mancha y Aragón**.

La **carne de ovino** representó en 2007 alrededor del **4%** del total de carne comercializada (en kg de canal). El 59% se la lleva la del porcino, el 25% la de aves y el 11% la del vacuno.



Francisco Mombiela, director general de Industria y Mercados Alimentarios del MARM, en la presentación del estudio

nes de beneficios es menor, un 8% ante los mayores costes.

En la cadena moderna, además de la venta en libre servicio, también se realiza la venta asistida, por lo que también se producen costes por el despiece en el punto de venta. La existencia de las plataformas de distribución en la cadena moderna implica la necesidad y los costes de un transporte adicional.

Si los datos recogidos implican en la campaña estudiada que la horquilla de costes de la cadena moderna es algo superior a la de la tradicional, por la modalidad de comercialización de libre servicio (producto envasado) que caracteriza a la cadena moderna, hay que tener en cuenta que existen puntos de venta de la distribución moderna con un precio de producto similar al de algunos detallistas tradicionales.

Los costes superiores

El estudio confirma que es en las fases de cría y cebo del cordero donde se hace frente a los mayores costes y, dentro de ellos, el coste de alimentación de los animales destaca por encima de los demás. Así, los costes de producción de un kilo de cordero oscilaban en 2007 entre los 5,89 y los 6,29 €/kg. De ellos, se desgrana que su mayor parte se genera en la cría, entre 4,95 y 5,24 €/kg. Respecto al cebo, los costes se incrementan en 0,94 y 1,05 €/kg de animal. El precio del precio de salida del cebadero se estableció entre 3,01 y los 3,28 €/kg, que se traduce en 76,65 y 83,58 €/kg para animales de 25,5 kg.

El resto de eslabones

Aquí hay que agregar unos costes de entre 1,07 y 1,27 €/kg. Tras el sacrificio del animal, ha añadido el director general de Industria y Mercados Alimentarios del MARM, las actividades de transformación conllevan unas importantes pérdidas de peso que tienen una alta repercusión en el volumen de animal aprovechado y que afectan, incrementándolo, al precio por kilogramo de cada etapa.

Cuando el cordero salía del matadero tenía un precio comprendido entre los 85,05 y los 93,48 €/pieza, que en ese momento pesaba 11,75 kg. El precio por kilo se elevó hasta un mínimo de 7,24 €/kg y un máximo de 7,96 €/kg.



En el último eslabón de la cadena se añade un coste que oscila entre 1,70 y 1,95 €/kg. Para piezas que pesaban, siempre en 2007, 9,93 kg, el precio de venta se estableció entre 118,47 y los 131,22 €, traducido en €/kg entre 11,94 y 13,22.

Francisco Mombiela ha destacado que en la cadena tradicional se puede decir que incluso en el caso de que ninguna de las etapas hubiera obtenido rentabilidad durante la campaña estudiada, los costes generados, incluidos los costes de producción, implicarían que el precio al consumidor no habría bajado de 9,28 - 10,18 €/kg (incluido IVA). Para el caso de configuración moderna, los costes totales, para la campaña estudiada, han sido superiores a los de la tradicional, lo que implica que el precio de venta al público, siempre asumiendo que no ha existido rentabilidad, supondría entre 10,25 - 11,16 €/kg (incluido IVA).

Es clave la pérdida de valor del subproducto piel, que en 2008 bajó un 40%

Finalmente no hay que olvidar, que el sector productor cuenta con el apoyo de una subvención vinculada al 50% a la producción ovina. De no contar con los ingresos de esta subvención, la campaña estudiada arrojaría una rentabilidad negativa para el ganadero. •



El sector opina

Productor

“El estudio sobre la cadena de valor del sector ovino de carne hace desvanecer la idea de los costes muy altos que se llevan los intermediarios”, según Francisco Marcén. El director de Oviaragón insiste en que el sector ha de establecer diferencias entre la calidad de los corderos que se importan y los nacionales.

El elevado porcentaje de los costes expuestos en el trabajo del Observatorio de Precios de los Alimentos del MARM están justificados, según Marcén, pero una reordenación de la cantidad de los intermediarios ayudaría en mucho a reducirlos.

Cedecarne

El coordinador general de la

Confederación Española de Detallistas de la Carne, José Moya, ha afirmado que el análisis de la cadena de valor “pone blanco sobre negro” sobre la comparación de costes.

Industria cárnica

Jesús Fernández, de la empresa cárnica Incarlopsa, ha destacado que por fin “hay un estudio que ayude a conocerse unos a otros en la cadena de valor” para lograr más eficiencia y mejorar el producto.

AECOC

Antonio Olivan, miembro del Comité de Carnes ha subrayado que “nadie se está forrando ni haciendo negocio” a la luz del estudio del MARM.

