

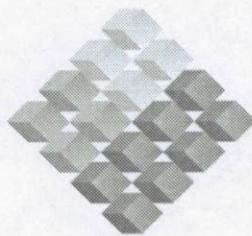
# Nuevos Desafíos en la Producción de Carne Bovina

Documentos presentados  
en el Encuentro realizado en  
Temuco el 29 de octubre de 2003



GOBIERNO DE CHILE  
FUNDACIÓN PARA LA  
INNOVACIÓN AGRARIA

Santiago de Chile  
Mayo de 2004



**GOBIERNO DE CHILE**  
FUNDACIÓN PARA LA  
INNOVACIÓN AGRARIA

## **NUEVOS DESAFÍOS EN LA PRODUCCIÓN DE CARNE BOVINA**

**Documentos presentados en el Encuentro  
realizado en Temuco el 29 de octubre de 2003**

**FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA**  
Ministerio de Agricultura

**Santiago de Chile  
Mayo de 2004**

ISBN 956-7874-51-4

Registro de Propiedad Intelectual  
Fundación para la Innovación Agraria  
Registro N° 139326

Se autoriza la reproducción parcial de la información aquí contenida,  
siempre y cuando se cite esta publicación como fuente.

Santiago, Chile  
Mayo de 2004

Fundación para la Innovación Agraria  
Santa María 2120, Providencia, Santiago  
Fono (2) 431 30 00  
Fax (2) 334 68 11

Centro de Documentación en Santiago  
Fidel Oteíza 1956, Of. 21, Providencia, Santiago  
Fonofax (2) 431 30 30

Centro de Documentación en Talca  
6 Norte 770, Talca  
Fonofax (71) 218 408

Centro de Documentación en Temuco  
Bilbao 931, Temuco  
Fonofax (45) 743348

Internet: [www.fia.gob.cl](http://www.fia.gob.cl)  
E-mail: [fia@fia.gob.cl](mailto:fia@fia.gob.cl)

## PRESENTACIÓN

La Fundación para la Innovación Agraria, como organismo del Ministerio de Agricultura encargado de impulsar la innovación, ha venido ampliando y consolidando sus líneas de trabajo, con el fin de fortalecer la articulación de los esfuerzos sectoriales en materia de innovación y la sistematización y difusión de información en esta área.

En particular, FIA ha venido trabajando en la coordinación de los esfuerzos de los sectores público y privado con el objeto de diseñar, construir e implementar *Estrategias de Innovación Agraria* para diversos rubros y temas dentro del sector, en una visión de mediano y largo plazo, que permita orientar las acciones a desarrollar por los diferentes agentes, en un escenario de complementación público - privada.

Como resultado de este esfuerzo, se han elaborado hasta ahora, bajo la coordinación de FIA, *Estrategias de Innovación Agraria* para un conjunto importante de rubros y sectores de la agricultura, cada una de las cuales contiene la propuesta estratégica elaborada por el sector en su conjunto para impulsar el desarrollo competitivo del rubro<sup>1</sup>.

La información recogida en estos procesos constituye hoy un eje orientador de la acción de FIA y de la aplicación de sus diversos instrumentos de apoyo, en la medida en que las propuestas estratégicas ya definidas representan la visión concertada de los distintos actores sectoriales, la cual se complementa en forma permanente con información que proporciona una mirada global y prospectiva de los escenarios agrícolas.

En este sentido, la aplicación y focalización de los distintos instrumentos de FIA alcanza hoy una mayor complementariedad y coherencia, por cuanto busca responder a los requerimientos de innovación del sector, muchos de ellos identificados como prioritarios por las mismas personas vinculadas a los diversos rubros de la agricultura. Así, FIA ha podido orientar su acción de manera más precisa, focalizando sus recursos con el propósito de inducir resultados de mayor eficacia e impacto.

Como parte de este esfuerzo, FIA ha realizado una serie de eventos técnicos que han buscado precisamente entregar al sector la información y las experiencias que se han identificado como prioritarias para contribuir a superar las limitantes que enfrenta cada uno de los rubros, de acuerdo con lo recogido en la propuesta estratégica elaborada para cada uno de ellos.

En este marco, el Encuentro "Nuevos desafíos para la producción de carne bovina", realizado en Temuco en octubre de 2003, junto con dar a conocer los principales requerimientos de innovación que enfrenta el rubro y que fueron recogidos en la construcción de la propuesta estratégica para el sector, tuvo como principal objetivo analizar el potencial del rubro de la carne bovina como negocio, en los nuevos escenarios de apertura de mercados, desde el punto de vista del sector productor y del sector industrial.

Para abordar estos temas, el Seminario contó con la participación de destacados especialistas de Chile, cuyas presentaciones se entregan en este documento. Al dar a conocer este documento, la Fundación para la Innovación Agraria espera que esta información contribuya de manera efectiva al objetivo de favorecer el desarrollo competitivo de la producción de carne bovina en Chile, para mejorar así las perspectivas de los productores y productoras vinculados a esta actividad.

---

<sup>1</sup> La propuesta estratégica elaborada para esta actividad productiva se encuentra recogida en la publicación "Estrategia de Innovación Agraria para Producción de Carne Bovina" (FIA, 2003), que puede consultarse en los Centros de Documentación de FIA.

## INDICE

ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE CARNE BOVINA <i>Fundación para la Innovación Agraria, presentación de Pedro Joustra</i>	5
EXPORTACIÓN DE CARNES ROJAS: UNA MIRADA HACIA EL FUTURO Horacio Bórquez	22
ROL DE LA PLANTA FAENADORA DE CARNES EN LA CADENA COMERCIAL <i>Carlos Alfaro</i>	43
DESAFÍOS Y PERSPECTIVAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE: UNA VISIÓN DEL SECTOR PRODUCTOR <i>Alejandro Novoa</i>	62



GOBIERNO DE CHILE  
FUNDACIÓN PARA LA  
INNOVACIÓN AGRARIA

**ENCUENTRO**

**NUEVOS DESAFÍOS EN LA PRODUCCIÓN  
DE CARNE BOVINA**

**Exposición**

**Estrategia de Innovación para la producción de  
carne bovina**

**Pedro Joustra  
Jefe Unidad Desarrollo Estratégico  
FIA**

**Temuco, 29 de Octubre de 2003**



GOBIERNO DE CHILE  
FUNDACIÓN PARA LA  
INNOVACIÓN AGRARIA

## **ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE CARNE BOVINA**

### **ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE CARNE BOVINA**

- ✓ **Producción de Carne Bovina en Chile**
  
- ✓ **Estrategia de Innovación**
  - **Proceso**
  - **Factores Limitantes**
  - **Objetivos**
  - **Lineamientos Estratégicos**
  - **Acciones**

## Producción de carne

- 4.1 millones de cabezas (censo 1997)
- 300.000 propietarios
- 43% del ganado en manos de AFC
- 79% de la masa entre la VII y X Regiones
- 25% de la masa razas especializadas
- Porcentaje destete: 65-70%. Ideal sobre 85%

## Producción de carne (cont.)

- Tasa de extracción Chile 25%. (Promedio Mercosur 20%. Países desarrollados 36-38%)
- 800.000 cabezas faenadas el año 2002 equivalente a 200.000 toneladas de carne en vara
- El Beneficio se concentra en Región Metropolitana, seguida de la X y la Región de la Araucanía y Bio-Bio.
- Consumo carne total 73 Kg./percapita. Consumo Bovino : 23.2 Kg./percapita
- Se importa alrededor de 100.000 toneladas anualmente

## Producción de carne (cont.)

Precios a la baja en los últimos años



Baja rentabilidad



Disminuye la inversión, la incorporación de tecnologías y la innovación



Disminuye la competitividad

## Producción de carne (cont.)

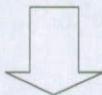
- Cambio en perspectivas de mercado a partir del año 2001
- Chile cuenta con un buen patrimonio zoonosanitario
- Existen tecnologías y sistemas de producción de alta eficiencia
- Potencialidades no aprovechadas en el área de producción de praderas
- Una cadena que empieza a trabajar en forma articulada.
- El país tiene una gran capacidad empresarial y vocación exportadora

## Producción de carne (cont.)

- Año 2002 exportación por 6,6 millones de dólares y un volumen de 3.550 toneladas de carne.
- Los principales destinos fueron Israel (43%), Costa Rica (20,5%) y Cuba (18%).
- Durante el mes de junio del año 2003, se iniciaron los primeros embarques con carne destinadas a la Unión Europea.
- Otros mercados interesantes son Japón, Corea del Sur y Singapur, México.

## Desafíos

- Aumentar la masa ganadera
- Mantener patrimonio zoonosanitario
- Producir carne de calidad
- Incursionar y consolidarse con éxito en los mercados externos
- Mejorar la competitividad en el mercado interno



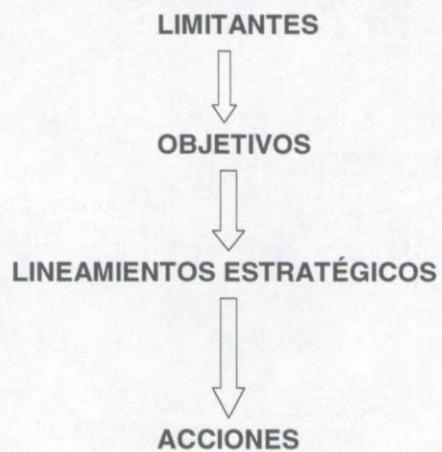
**MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE  
LOS PRODUCTORES GANADEROS**

## Proceso de construcción de la estrategia

N° Mesas	Lugares	N° Participantes	N° Privados	N° Total Publicos + Universidades
4	Talca Temuco (2) Osorno,	143	98	45



## PROPUESTA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE CARNE BOVINA



## **FACTORES QUE LIMITAN EL DESARROLLO DEL RUBRO**

### **ÁMBITOS**

- Mercado**
  
- Tecnológico productivo**
  
- Gestión**

## **FACTORES QUE LIMITAN EL DESARROLLO DEL RUBRO**

- En el ámbito del mercado:**
  - ✓ Escasa inserción de la producción nacional en los mercados externos**
  - ✓ Atomización de productores y de oferta**
  - ✓ Falta de objetivos comunes en la cadena de valor de la carne**

## **FACTORES QUE LIMITAN EL DESARROLLO DEL RUBRO**

- **En el ámbito del mercado (Cont.):**
  - ✓ **Escasa diferenciación y desarrollo de la calidad de los productos carneos**
  - ✓ **Alta asociación entre consumo de carnes rojas y potenciales problemas de salud**

## **FACTORES QUE LIMITAN EL DESARROLLO DEL RUBRO**

- **En el ámbito tecnológico-productivo:**
  - ✓ **Insuficiente incorporación de tecnologías**
  - ✓ **Baja productividad de las praderas**
  - ✓ **Lenta incorporación de razas especializadas y limitado mejoramiento genético**

## **FACTORES QUE LIMITAN EL DESARROLLO DEL RUBRO**

- **En el ámbito tecnológico-productivo (cont.):**
  - ✓ **Insuficiente transferencia tecnológica**
  - ✓ **Insuficiente número de especialistas, e insuficiente capacitación de algunos de ellos**
  - ✓ **Insuficiente incorporación de conceptos de producción limpia**

## **FACTORES QUE LIMITAN EL DESARROLLO DEL RUBRO**

- **En el ámbito de la gestión :**
  - ✓ **Heterogénea capacidad empresarial**
  - ✓ **Desorganización y escasa asociatividad de los productores**
  - ✓ **Falta de una estrategia de desarrollo sectorial**

**OPORTUNIDADES**

**LIMITANTES**

## **PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA LA PRODUCCIÓN DE CARNE BOVINA**

### **Objetivo del Plan Estratégico de Innovación**

Mejorar la eficiencia y la competitividad de la producción de carne bovina, de modo que pueda transformarse en una alternativa productiva rentable y sustentable, que sea capaz de cubrir una mayor proporción de la demanda interna y que logre conquistar los mercados externos

## **PROPUESTA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE CARNE BOVINA**

### **• Objetivos Específicos**

- ✓ Elevar la productividad de los sistemas productivos de bovinos de carne, a través de un incremento de su nivel tecnológico.
- ✓ Mejorar la inserción de los productos de la explotación bovina de carne, en los diferentes mercados.
- ✓ Mejorar la capacidad de gestión de los productores, utilizando mecanismos de asociatividad.
- ✓ Aumentar la competitividad del rubro mediante la implementación de planes de desarrollo.

## **Lineamientos Estratégicos en el Ámbito del Mercado**

- ✓ Fortalecer el proceso tendiente a colocar carnes en el mercado externo.
- ✓ Reforzar la defensa del patrimonio zoonosanitario del país.
- ✓ Generar una visión de cadena al interior de los actores participantes.
- ✓ Desarrollo y comercialización de carnes de alta calidad.
- ✓ Difundir cualidades nutritivas de la carne a los consumidores chilenos.
- ✓ Desarrollar sistemas de trazabilidad.

## **Fortalecer el proceso tendiente a colocar carnes en el mercado externo**

- ✓ Profundizar la prospección de los mercados identificando a los potenciales importadores de carne chilena, exigencias de consumidores, tipos de productos demandados, etc.
- ✓ Incorporar el tema de la carne bovina en las negociaciones que se establezcan con distintos países que promueva la exportación.
- ✓ Realizar encuentros entre productores y agentes vinculados y los organismos encargados del fomento a las exportaciones, así como la realización de misiones comerciales tendientes a promocionar la carne chilena y su patrimonio zoonosanitario.
- ✓ Preparación de productores para producir carne para los mercados externos de acuerdo a los requisitos de cada mercado.

## **Generar una visión de cadena al interior de los actores participantes.**

- ✓ Generar una visión de cadena en todos los integrantes de la actividad, mediante la mantención y reforzamiento de los espacios actualmente existentes de dialogo y/o realizar mesas de trabajo, tanto nacionales como regionales y locales.
- ✓ Poner en marcha o fortalecer los programas de desarrollo de proveedores, que ya han iniciado las principales plantas del país.
- ✓ Conocer en forma conjunta por parte de los diferentes agentes de la cadena de la carne, experiencias tanto a nivel nacional como internacional de iniciativas que permitan conformar una visión de cadena integradora, como por ej. Agricultura de contratos, PDP, etc.

## **Desarrollo y comercialización de carnes de alta calidad.**

- ✓ Fomentar la creación de marcas por parte de productores, o estos asociados con plantas faenadoras.
- ✓ Fomentar el consumo de carnes de marca a través de campañas de promoción al consumidor, destacando los procedimientos y/o atributos que diferencian estas carnes.
- ✓ Efectuar eventos de degustación en puntos de venta, convocando para ello la participación de chefs destacados y críticos gastronómicos.
- ✓ Conocer y sistematizar, experiencias desarrolladas en otros países en materia de promoción de marcas de carne bovina, diseño campañas de marketing, desarrollo de imagen de producto.

## **Difundir cualidades nutritivas de la carne a los consumidores chilenos.**

- ✓ Desarrollar marcas de carne, que se diferencien por atributos de calidad e higiene.
- ✓ Promocionar estas carnes de mejor calidad destacando sus atributos.
- ✓ Educar al consumidor en conceptos básicos sobre calidad de carne y métodos de preparación de las mismas.
- ✓ Diseñar una campaña publicitaria tendiente a promover el consumo de carne nacional.
- ✓ Promocionar las bondades nutritivas de la carne.

## **Lineamientos Estratégicos en el Ambito tecnológico y productivo**

- ✓ Mejorar el conocimiento productivo y tecnológico de los productores.
- ✓ Mejorar la productividad de las praderas.
- ✓ Mejoramiento genético del ganado e incorporación de razas especializadas.
- ✓ Mejorar la transferencia tecnológica.
- ✓ Impulsar la formación y capacitación de especialistas a nivel técnico Y Profesional.
- ✓ Fomentar la aplicación del concepto de producción de carne inocua (limpia).

## Mejorar el conocimiento productivo y tecnológico de los productores.

- ✓ Difundir en forma continua las fuentes de información así como los conocimientos existentes, a través de medios como revistas y boletines, charlas, seminarios, días de campo, etc.
- ✓ Formar grupos de productores, de manera que estos puedan potenciarse en la obtención de conocimientos y en la mejor aplicación de la tecnología. ej GTT.
- ✓ Promover la realización de giras tecnológicas al interior del país y/o al extranjero, así como la venida de consultores calificados.
- ✓ Fortalecer la Investigación y transferencia en producción de carne bovina, en función de los requerimientos manifestados por los diferentes agentes del sector de la carne.

## Mejorar la productividad de las praderas.

- Fortalecer en forma prioritaria aquellos programas tendientes a recuperar los suelos degradados a través del establecimiento de praderas y la recuperación de la fertilidad de los suelos.
- Difundir los conceptos más importantes en manejo de praderas, uso eficiente del pastoreo directo, estrategias de conservación de forrajes, factores que afectan la calidad del forraje conservado, etc.
- Promover la generación de cursos especializados para productores, operarios y técnicos, en temas como manejo de praderas, establecimiento, conservación de forrajes, entre otros.

## **Fomentar la aplicación del concepto de producción de carne inocua (limpia)**

- Divulgar experiencias exitosas en la aplicación del concepto de producción limpia llevadas a cabo por productores de carne bovina que puedan ser replicadas.
- Fomentar e incentivar en universidades y centros técnicos la formación de profesionales con sólidos conocimientos en este tipo de producción, que apoyen el proceso de producción.
- Promover giras tecnológicas al extranjero, con participación de profesionales y productores para conocer metodologías de producción limpia, así como el funcionamiento de mecanismos que certifiquen la aplicación de estas medidas.
- Difundir las normas y especificaciones existentes para su conocimiento. (ej. Manual BPA en carne bovina, etc.)

## **Lineamientos estratégicos en el ámbito de la gestión**

- ✓ **Fortalecer la capacidad de gestión empresarial**
- ✓ **Mejorar los sistemas de información y su difusión**
- ✓ **Fomentar la asociatividad entre los productores para enfrentar de mejor forma los problemas de mercado y los desafíos del sector**
- ✓ **Diseñar un plan de desarrollo ganadero para el país**

## **Fortalecer la capacidad de gestión empresarial**

- ✓ Promover el concepto de gestión empresarial, implementando cursos o charlas para productores, en que se consideren aspectos productivos, administrativos y comerciales.
- ✓ Identificar requerimientos de los productores en los ámbitos de información y de gestión.
- ✓ Promover la creación de los denominados centros de gestión y el ingreso de los productores a estos centros.
- ✓ Establecer criterios uniformes básicos para la gestión de los sistemas de producción de carne.
- ✓ Desarrollar y mejorar los sistemas de registros y su adecuado uso.

## **Fomentar la asociatividad entre los productores.**

- ✓ Promover y fortalecer la asociatividad y organización entre los ganaderos a través de instrumentos de fomento que ya han funcionado con éxito.
- ✓ Estimular una mayor participación de los ganaderos en toda la cadena de la carne (integración vertical) y en el proceso exportador, tal como sucede en la industria avícola y porcina.
- ✓ Fomentar la asociatividad entre los ganaderos para poder participar más directamente en el proceso de comercialización de carnes, tanto en el mercado interno como externo.
- ✓ Evaluar la factibilidad de desarrollar procesos asociativos de oferta de animales de crianza y/o engorda, por parte de grupos de ganaderos.

## **Diseñar un plan de desarrollo ganadero para el país**

- Aumentar la masa ganadera, a través de un incremento en la productividad de los rebaños
- Reforzar la institucionalidad sanitaria del país
- Evaluar efectividad de instrumentos de fomento vigentes y fortalecer aquellos de mayor impacto productivo
- Evaluar los efectos de la ley de la carne y observar sus posibles modificaciones en función de los nuevos escenarios
- Reforzar el sistema de fiscalización de la Ley de la Carne y ampliar su difusión

**CONTINUEMOS  
TRABAJANDO  
JUNTOS...**

**MUCHAS GRACIAS**



GOBIERNO DE CHILE  
FUNDACIÓN PARA LA  
INNOVACIÓN AGRARIA

## **ENCUENTRO**

# **NUEVOS DESAFÍOS EN LA PRODUCCIÓN DE CARNE BOVINA**

## **Exposición**

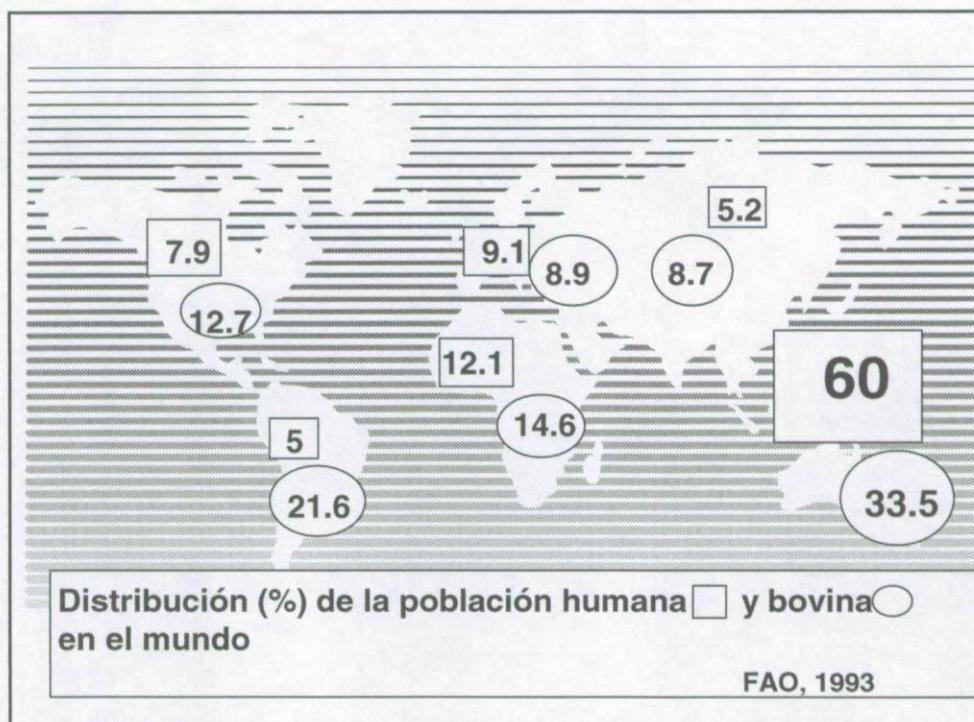
**Exportación de carnes rojas: una mirada hacia el  
futuro**

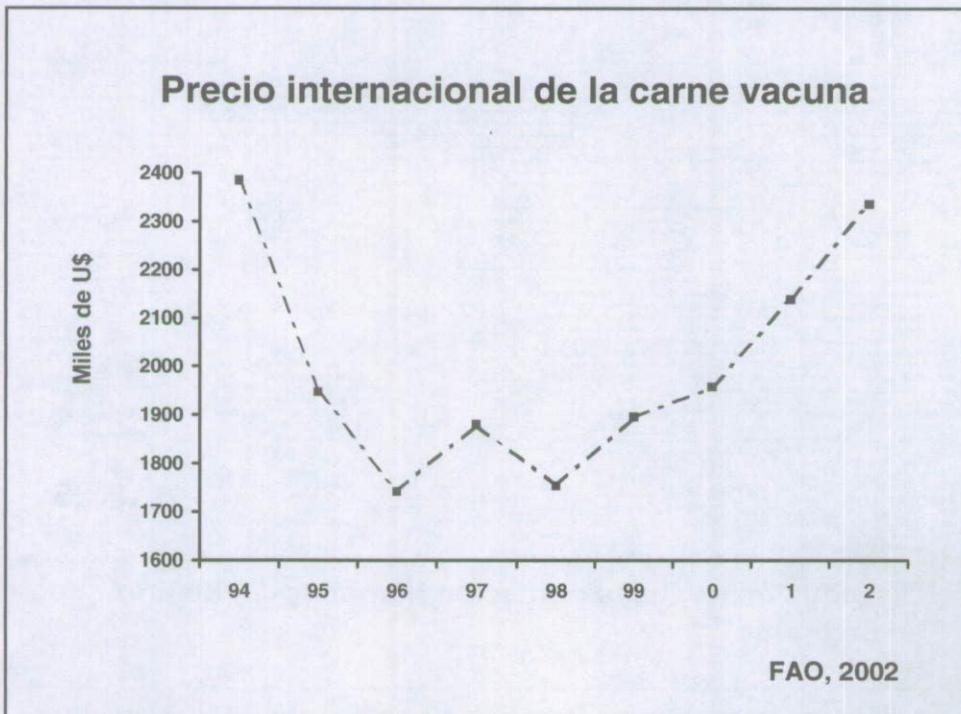
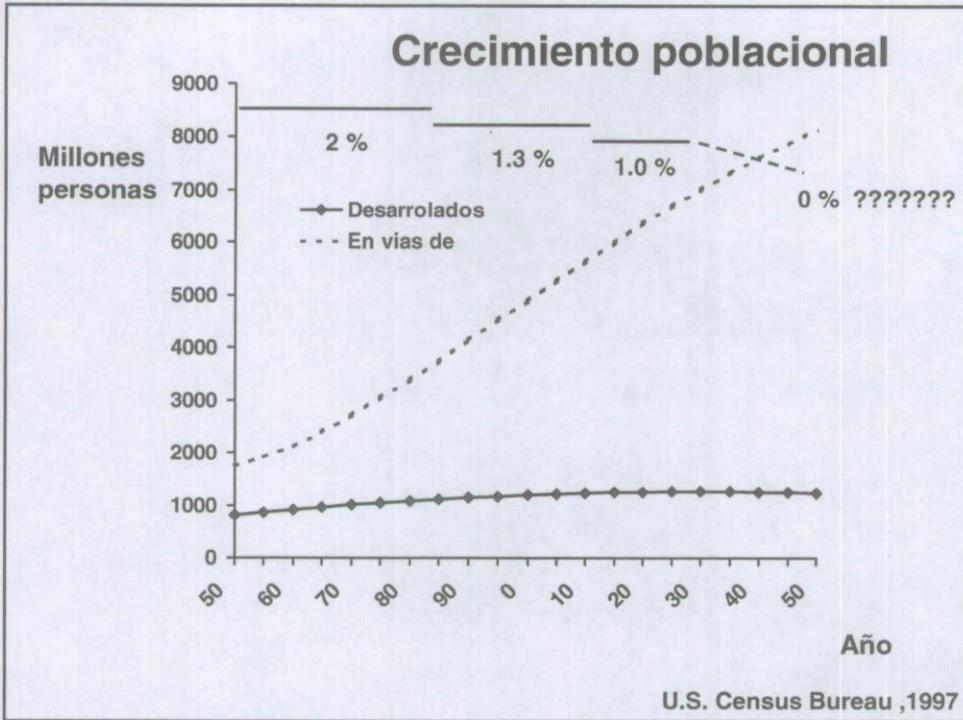
**Horacio Bórquez**  
**Presidente Asociación de Plantas Faenadoras**

**Temuco, 29 de Octubre de 2003**

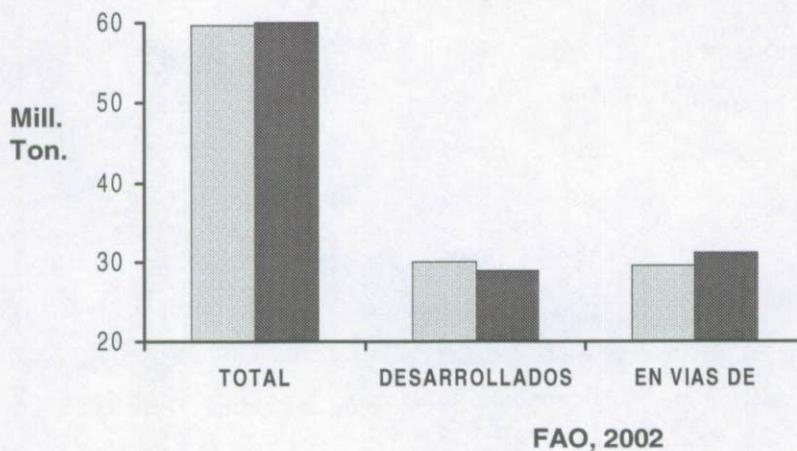
# EXPORTACION DE CARNES ROJAS..... UNA MIRADA HACIA EL FUTURO

HORACIO BORQUEZ CONTI  
Pdte. Asoc. de Plantas Faenadoras  
Temuco 29-10-03

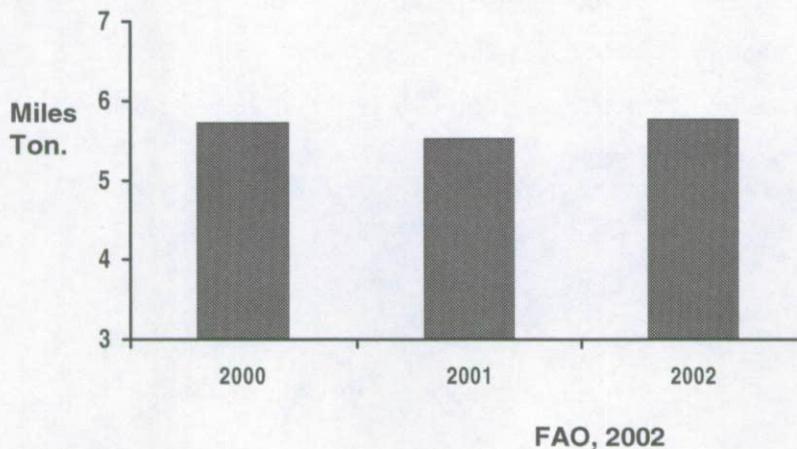




### Crecimiento de la producción de carne vacuna en el corto plazo



### Exportación mundial de carne de carne vacuna



**Demanda proyectada (kg/hab/año) para diferentes productos segun paises**

	<u>Desarrollados</u>		<u>En vias de</u>	
	1990	2020	1990	2020
Población, mill.	1.240	1.400	4.050	6.600
Carne vacuna	26	26	4.4	6.30
Carne cerdo	30	30	7.3	12.4
Carne pollo	19	22	3.5	5.7
Trigo	193	203	73	86
Maiz	208	235	54	64
Soja	48	60	12	16

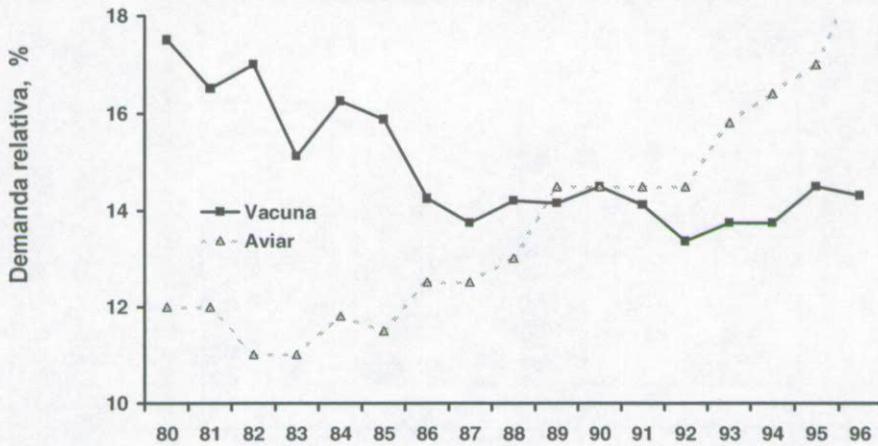
Naciones Unidas, IFPRI, 1995

**Precios mundiales de diferentes commodities en 1993 y en el 2020 (proyectado en 3 casos de simulación)**

	<u>Precio (\$/ton.)</u>			<u>Crec. Poblac.</u>	
	1990	2020	% Var.	Bajo	Alto
Carne vacuna	2.062	1.947	- 6	1.756	2.035
Carne cerdo	1.664	1.500	- 10	1.385	1.590
Carne pollo	739	662	- 10	616	688
Trigo	156	132	- 15	105	128
Maiz	109	84	- 23	68	85
Soja	247	219	- 11	208	231

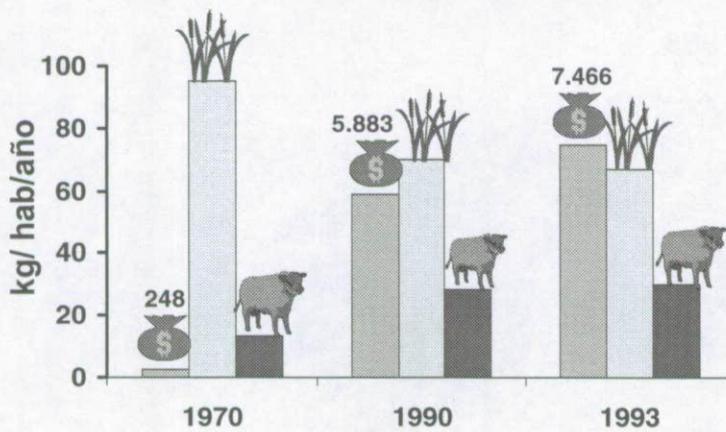
Rosegrant et al., 1996

### Demanda relativa de carne vacuna y aviar



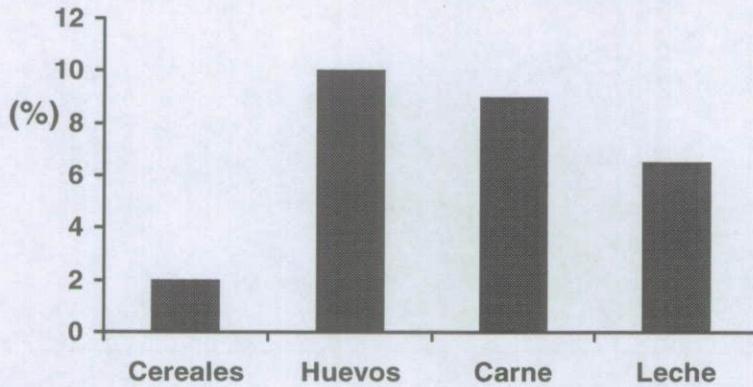
Feedstuffs, 1997

### Relación entre el ingreso per cápita y el consumo de alimentos en Korea



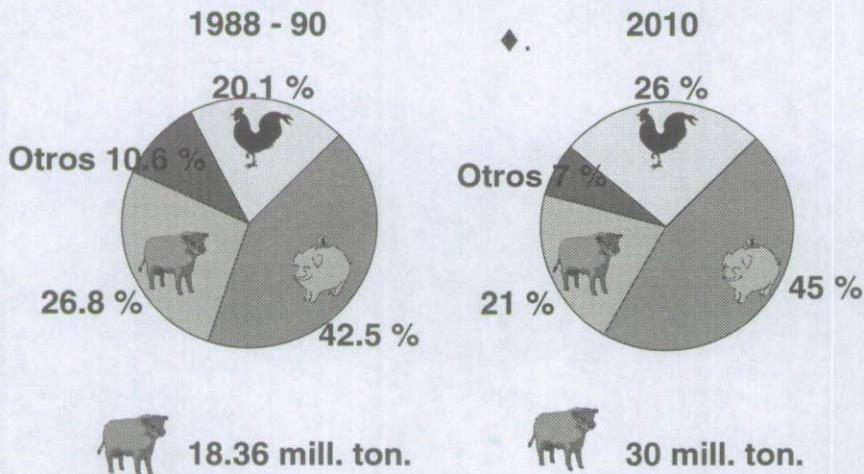
Miyashige y Morichi; Chun, 1995

**Respuesta en demanda de alimentos cuando el ingreso per cápita crece un 10 % en el Sub-Sahara (Africa)**



Phelan y Henriksen, 1995

**Tendencias en el consumo de carnes en países en desarrollo (Phelan y Henriksen, 1995)**



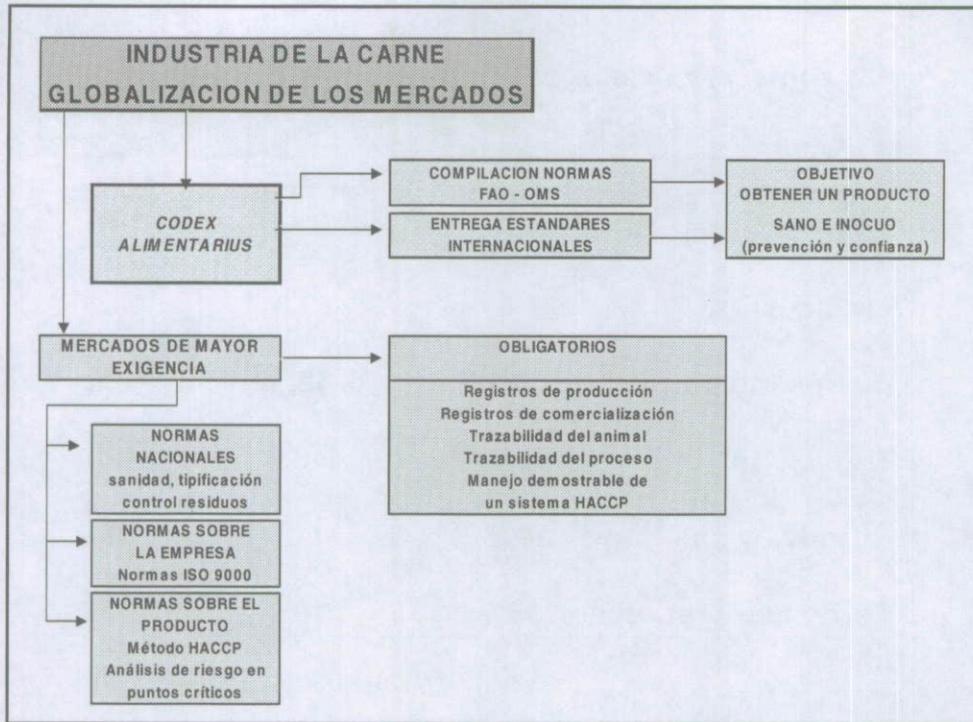
**Razones para elegir el tipo de carne a consumir  
(Korea, Taiwan y Japón)**

Razones (% respuesta)	Vacuna	Porcina	Aviar
Precio bajo	1.8	19.0	13.3
Buen sabor	53.1	13.9	6.9
Tradicional	16.7	46.8	12.4
Nutritiva y saludable	19.3	11.0	51.9
Carne que prefieren	68.0	18.8	12.2

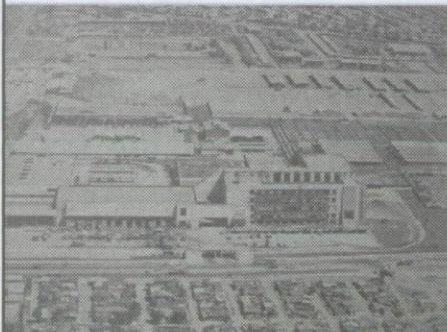
Miyashige y Morichi, 1995

## MERCADO MUNDIAL DE LA CARNE

	IMPORTA TONELADAS	EXPORTA TONELADAS
<b>AMERICA</b>		
CANADA	275.000	530.000
MEXICO	425.000	
EEUU	1.327.000	1.157.000
COSTA RICA	2.000	
EL SALVADOR	17.000	
BRASIL	60.000	650.000
ARGENTINA		310.000
URUGUAY		220.000
<b>EUROPA</b>		
ALEMANIA	55.000	300.000
ITALIA	45.000	
HOLANDA	32.000	
REINO UNIDO	160.000	
FED. RUSA	525.000	
<b>ASIA</b>		
JAPÓN	1.000.000	
COREA	340.000	
TAIWAN	83.000	
<b>OCEANIA</b>		
AUSTRALIA		1.300.000
NUEVA ZELANDIA		490.000
	4.346.000	4.957.000



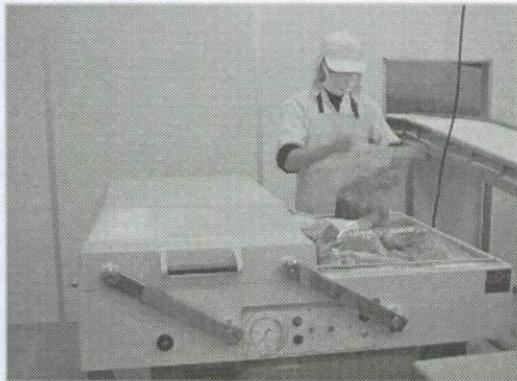
## La industria ha enfrentado el Desafío Exportador...



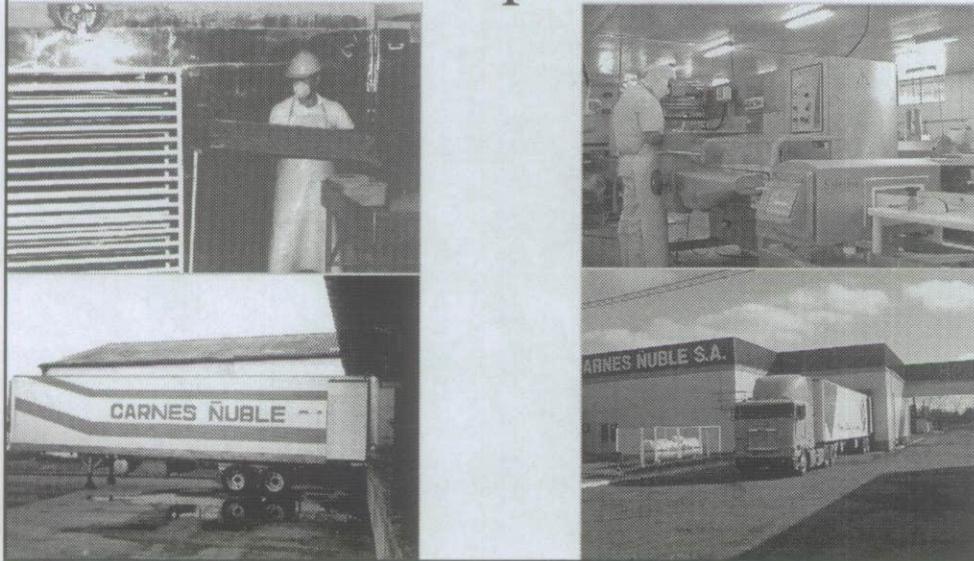
La industria ha enfrentado el  
Desafío Exportador...



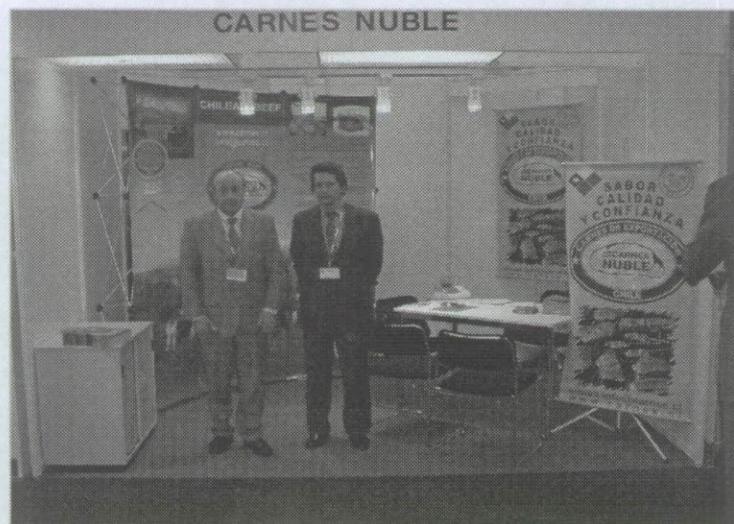
La industria ha enfrentado el  
Desafío Exportador...



## La industria ha enfrentado el Desafío Exportador...



## La carnes bovina chilena presente en los mercados mas exigentes del mundo...



**PARA EXPORTAR SE REQUIERE  
TENER PRESENTE:**

- **Independiente del mercado destino,  
se nos exigirá**

**INOCUIDAD**

**CALIDAD**

**PRECIOS COMPETITIVOS**

- **Cambio de actitud:**

**De: " tratar de vender lo que  
tenemos al mejor precio"**

**A: "producir lo que el  
consumidor requiere,  
(atributos de calidad) al  
menor costo posible"**

**SITUACION DE PLANTAS FAENADORAS  
PARA EXPORTACIÓN DE CARNE BOVINA**

<u>MERCADO</u> PLANTAS	ISRAEL	U.E.	CUBA	ASIA	COSTA RICA	MEXICO	U.S.A
VALLEDOR	X		X	X		X ?	
FRIOSAS			X	X			
CARNES ÑUBLE	X	X	X	X	X	X ?	
AGROLOMAS							
FRIGOSOR	X	x	X		X	X ?	
F. TEMUCO			X				
GANASUR			X			X ?	

X Habilitada

## **EXIGENCIAS:**

### **ISRAEL**

**IMPORTADOR OFICIAL (GMP-SSOP-SOP-HACCP)**

**FAENA RITUAL ( Certificación Religiosa)**

### **UNION EUROPEA**

**REGIDA POR DIRECTIVAS COMUNITARIAS**

**HABILITACION DE PLANTAS SAG**

**ESTRICTAS EXIGENCIAS DE INOCUIDAD**

**BPM SSOP SOP HACCP ISO**

**BPG - TRAZABILIDAD - RESIDUOS**

# CENTROAMERICA

PAISES LIBRE DE AFTOSA

BARRERA ZOOSANITARIA DE USA

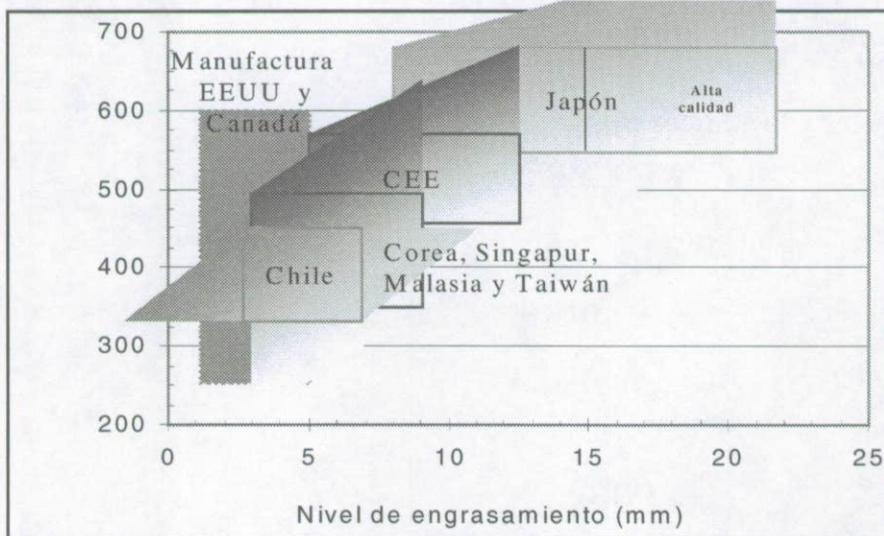
EXIGENCIAS SEGÚN SU PROPIO STATUS

## U.S.A.

HABILITACIÓN PLANTA

HACCP ( Tolerancia Cero)

B.P.G. ( Altas exigencias medio ambientales y  
Bioseguridad )



## **PRODUCTOS DEMANDADOS**

### **ISRAEL:**

#### **Cortes Cuarto Delantero**

- Lomo Vetado con Hueso
- Aguja
- Asado de Tira
- Chocillo
- Posta Paleta
- Punta Paleta

### **UNION EUROPEA**

#### **RAL (Rump and Loin)**

- Filete
- Lomo Liso
- Asiento

#### **RUEDA**

- Posta Negra
- Posta Rosada
- Ganso
- Pollo Ganso

## **CENTRO AMERICA**

**Cortes Nobles ( Hoteles )**

**Cortes y Productos menor valor ( Masivo )**

### **OTROS MERCADOS**

#### **•T. BRITANICO EN AMERICA**

**Cortes Tradicionales**

**Corazón**

**Guatitas**

**Riñones**

**Colas**

**Carne Molida**

#### **•LIBIA**

**Carne Congelada con y sin hueso**

## **OTROS MERCADOS**

- **CHINA POPULAR**

**Medula Bovina Congelada**

**Ahortas**

**Tendones**

**Penes**

**Ligamento    Nucal**

- **JAPON**

**Malaya Congelada**

**Lenguas**

## **U.S.A.**

### **MANUFACTURA**

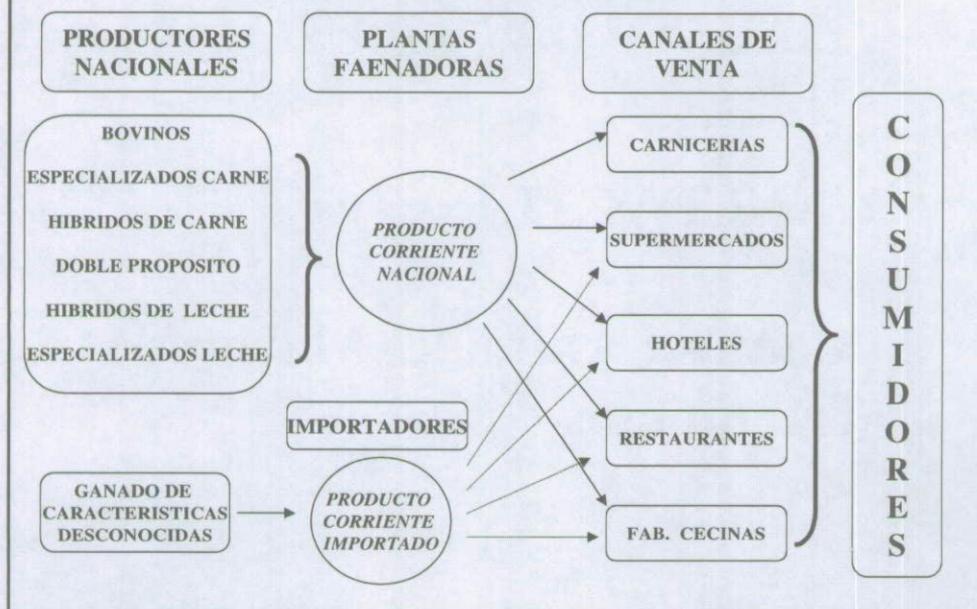
- **Mantas ( Animales Mayores )**

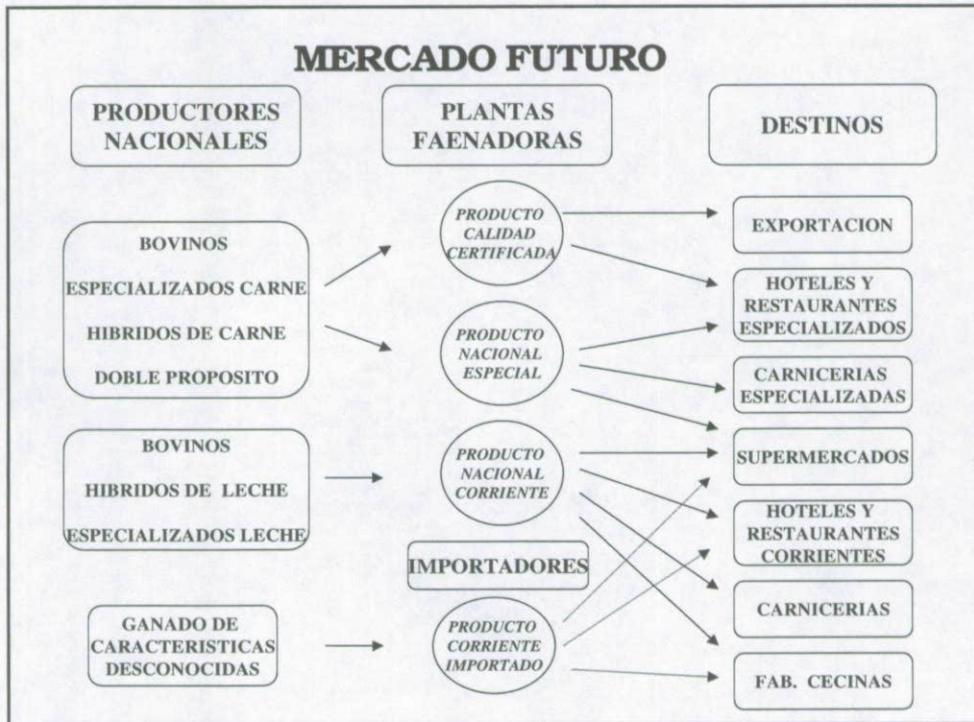
- **Trimming**

# EFFECTOS DE LA EXPORTACION (Mediano Plazo)

## SEGMENTACION DE MERCADO

### EL MERCADO HOY



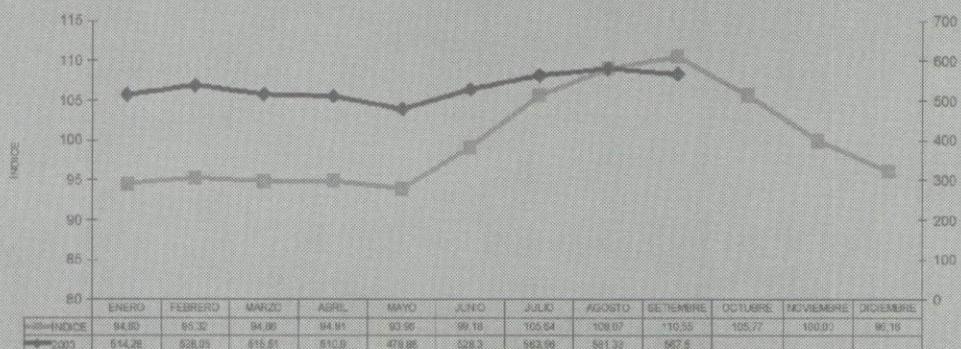


## EFECTOS DE LA EXPORTACION (Mediano Plazo)

**SEGMENTACION DE MERCADO**

**DISMINUIR LAS FLUCTUACIONES ESTACIONALES**

NOVILLO VIVO S/E: EVOLUCIÓN DEL PRECIO REAL MENSUAL A PRODUCTOR E ÍNDICE DE ESTACIONALIDAD PROMEDIO MENSUAL 1975 - 2002. INDICE PROM. ANUAL 1975-2002= 100. - 5 SEPTIEMBRE 2003



Fuente: Elaborado por ODEPA en base a información de Feria Tattersall. Stgo.

## EFFECTOS DE LA EXPORTACION (Mediano Plazo)

**SEGMENTACION DE MERCADO**

**DISMINUIR LAS FLUCTUACIONES ESTACIONALES**

**CONTRATOS DE FUTURO Y BASE US\$**

## **Responsabilidades de la Industria:**

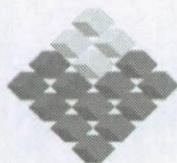
- **Mejoramiento de infraestructura**
- **Asegurar calidad de procesos y productos (HACCP - ISO)**
- **Buscar alianzas con Productores ( PDP )**
- **Propender a una ganadería de contratos**
- **Búsqueda nuevos mercados y habilitaciones**

## **Responsabilidades Sector Público**

- **Negociación de cuotas y apertura de mercados**
- **Plan de trazabilidad y control de residuos**
- **Incentivar ganadería de contratos**
- **Focalizar instrumentos de fomento**
- **Plan de Desarrollo Ganadero ( Reposición)**

## **Responsabilidades de los Productores:**

- **Incorporar predios a PABCO**
- **Implementar Buenas Prácticas Ganaderas BPG**  
( *inocuidad, sanidad y trazabilidad*)
- **Producir los animales requeridos por mercados externos**
- **Propender a una ganadería de contrato**
- **Alianzas con las Plantas Faenadoras**
- **Confianza en el mercado: crecer**



GOBIERNO DE CHILE  
FUNDACIÓN PARA LA  
INNOVACIÓN AGRARIA

## **ENCUENTRO**

# **NUEVOS DESAFÍOS EN LA PRODUCCIÓN DE CARNE BOVINA**

## **Exposición**

**Rol de la planta faenadora de carnes en la  
cadena comercial**

**Carlos Alfaro**  
**Gerente de Investigación de Mercados Empresas**  
**AASA**

**Temuco, 29 de Octubre de 2003**

# **“Rol de la Planta Faenadora de Carnes en la Cadena Comercial”**



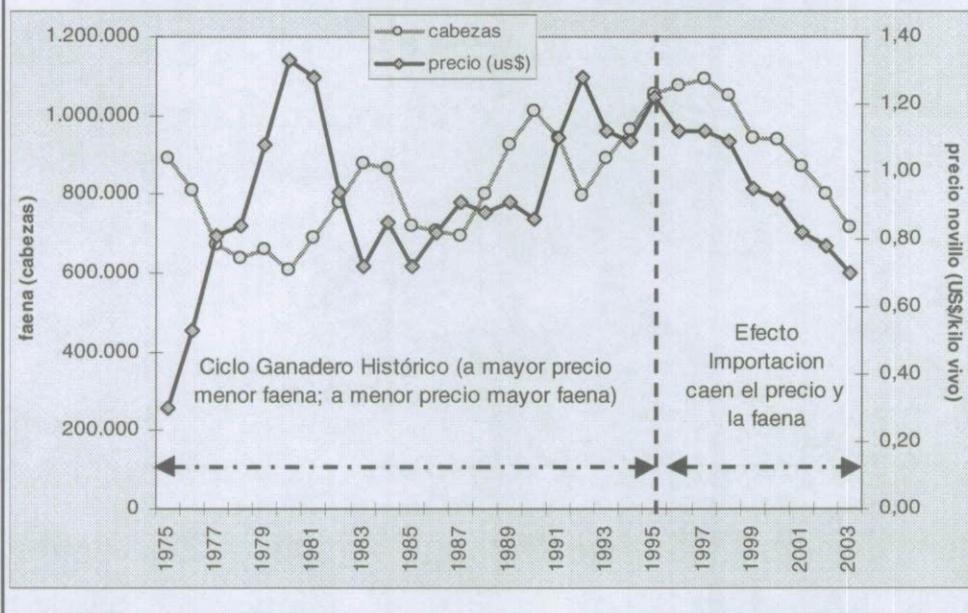
*Empresas AASA - Frigorífico Valledor*

**Temuco octubre 2003 – IX Región**

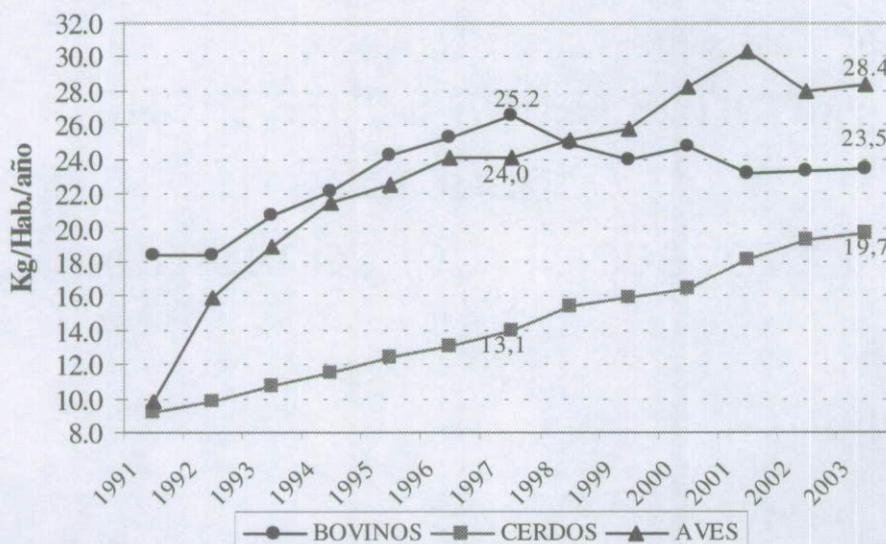


Algunos datos sobre faena,  
consumo y  
proyección del consumo

### Faena país (cabezas) versus precio histórico (US\$)



### Consumo per cápita, principales carnes.

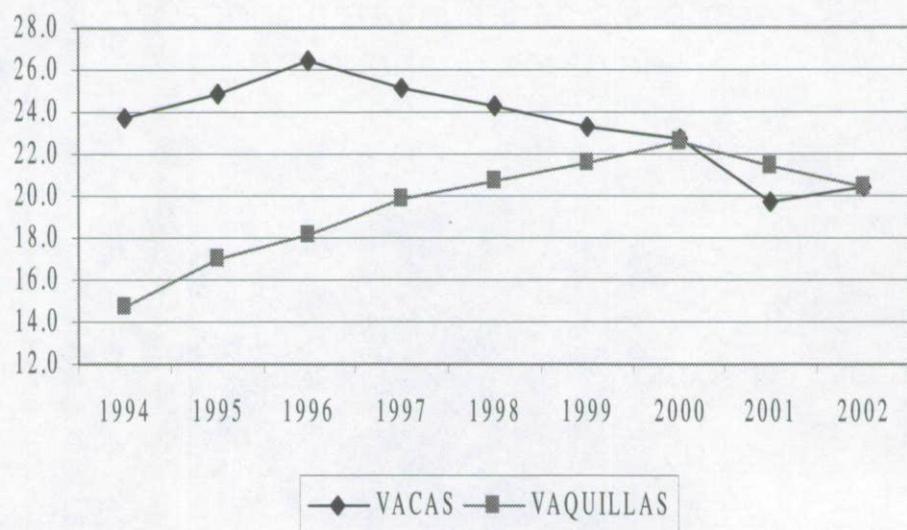


### Chile: datos generales de faena, importación, exportación y consumo

	faena país			import *	export	consumo	% del import.
	cabezas	ton	kilo/vara				
año 1997	1.094.684	262.104,7	239,4	111.179,7	60,0	373.224,4	29,8%
año 1998	1.050.370	256.342,8	244,1	97.129,4	140,0	353.332,2	27,5%
año 1999	944.265	226.360,8	239,7	115.751,7	506,0	341.957,8	33,8%
año 2000	940.374	226.364,1	240,7	127.738,4	636,4	353.827,1	36,1%
año 2001	870.282	217.644,2	250,1	127.034,4	937,4	343.741,2	37,0%
año 2002	800.400	199.957,3	249,8	153.067,0	4.221,2	348.803,1	43,9%
ene/ago 2002	544.529	135.844,4	249,5	92.907,0	1.496,9	227.254,5	40,9%
ene/ago 2003	493.682	126.170,7	255,6	119.902,7	5.332,2	240.741,2	49,8%
variación (%)	-9,3%	-7,1%	2,4%	29,1%	256,2%	5,9%	21,8%
Proy. 2003	725.660	185.718	255,9	197.543,1	15.037	369.503,2	53,5%

\* expresado en toneladas equivalentes (importación carne sin hueso a equivalente vara)

### Faena de hembras expresada en porcentaje

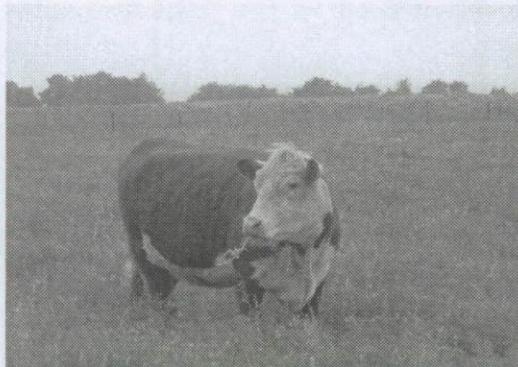


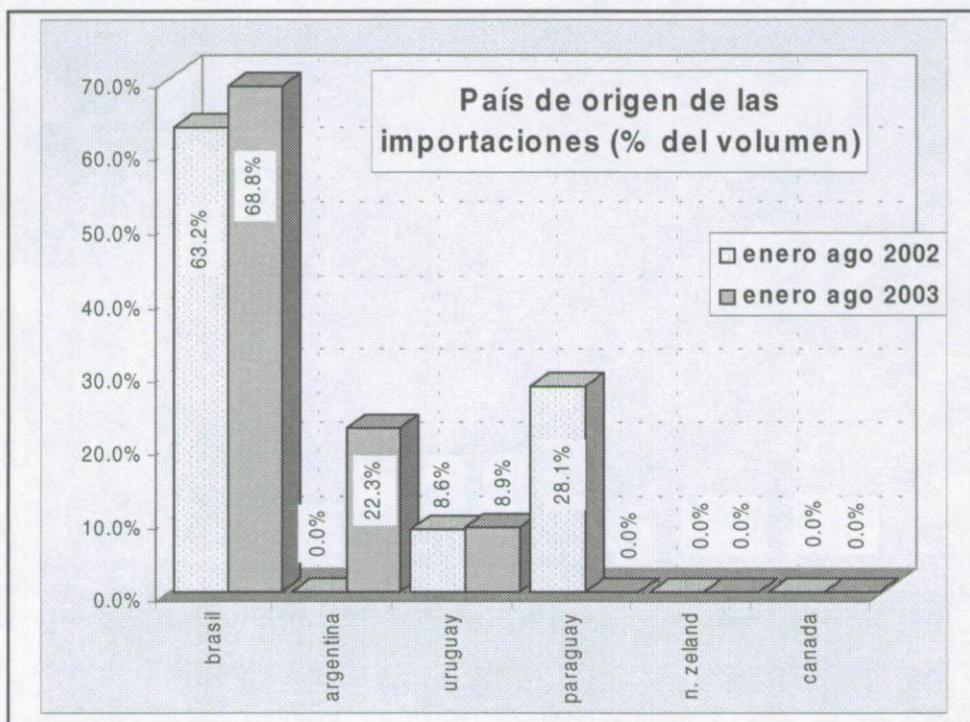
## En resumen ...

- Expresado en dólares, desde 1995 no se sigue tendencia del ciclo ganadero:
  - ✓ *El precio ha disminuido en -6,7% anual*
  - ✓ *La faena ha disminuido en -6,3% anual*
- La masa ganadera debería estar en torno a unos 3 millones de cabezas
- Desde mediados del 2002 la carne bovina tiende recuperar su consumo
- En 2003 el consumo importado debería ser de 53% a 55% del total del consumo país
- Desde mediados del 2002 se detecta una fuerte retención de vientres

## Importaciones:

análisis de las importaciones  
de carne deshuesada





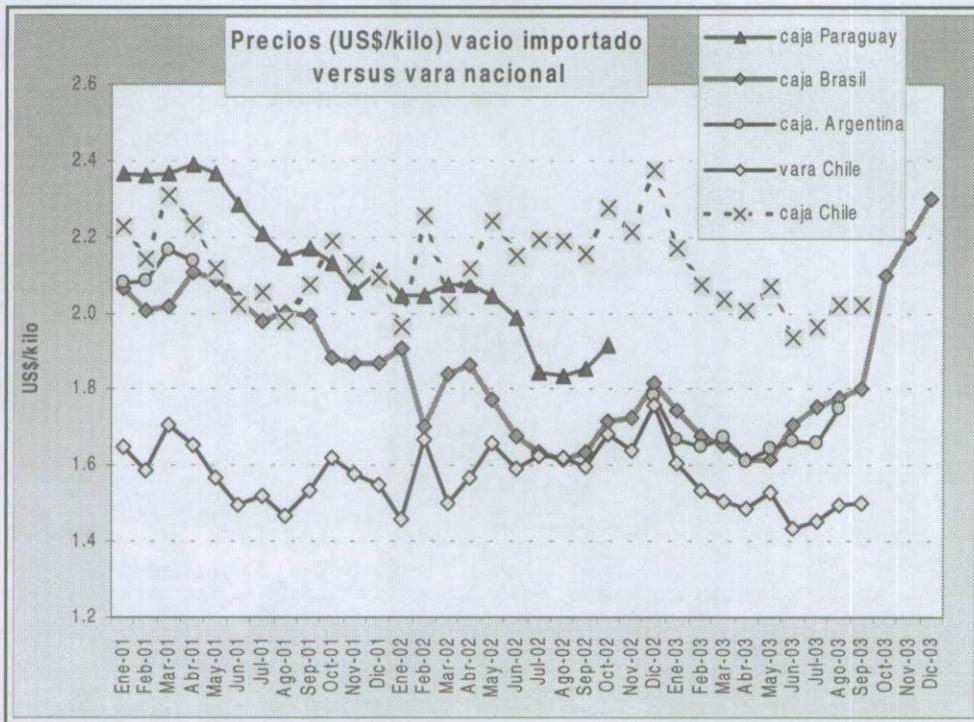
### Importaciones a agosto 2003

Comportamiento de las importaciones: Carne de bovino deshuesada  
Período: Enero a agosto 2002 versus Enero a agosto 2003

Año	tipo de producto	período enero a agosto		precios 1/2
		total CIF miles US\$	total en toneladas	US\$ kilo CIF enero/agosto
2002	refrigerada	88.481,9	48.911,3	1,81
	congelada	16.398,0	12.393,0	1,32
	total enero-agosto	104.879,9	61.304,3	1,71
2003	refrigerada	114.398,2	67.757,6	1,69
	congelada	13.774,3	11.565,0	1,19
	total enero-agosto	128.172,5	79.322,6	1,62

Variaciones (%): Enero - agosto 2002 versus Enero - agosto 2003

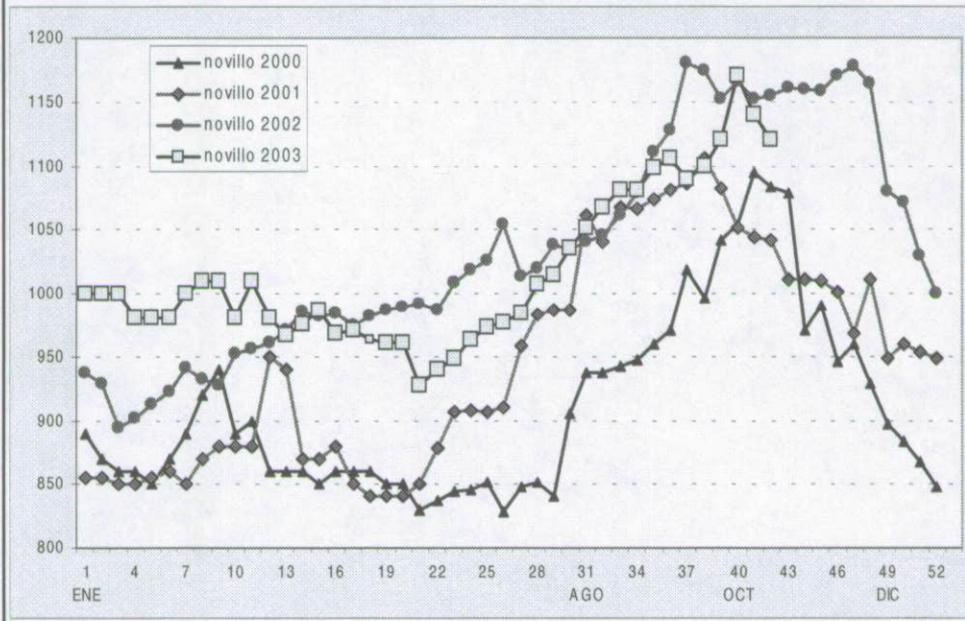
carne refrigerada	29,3%	38,5%	-6,7%
carne congelada	-16,0%	-6,7%	-10,0%
variac. sobre el total	22,2%	29,4%	-5,6%



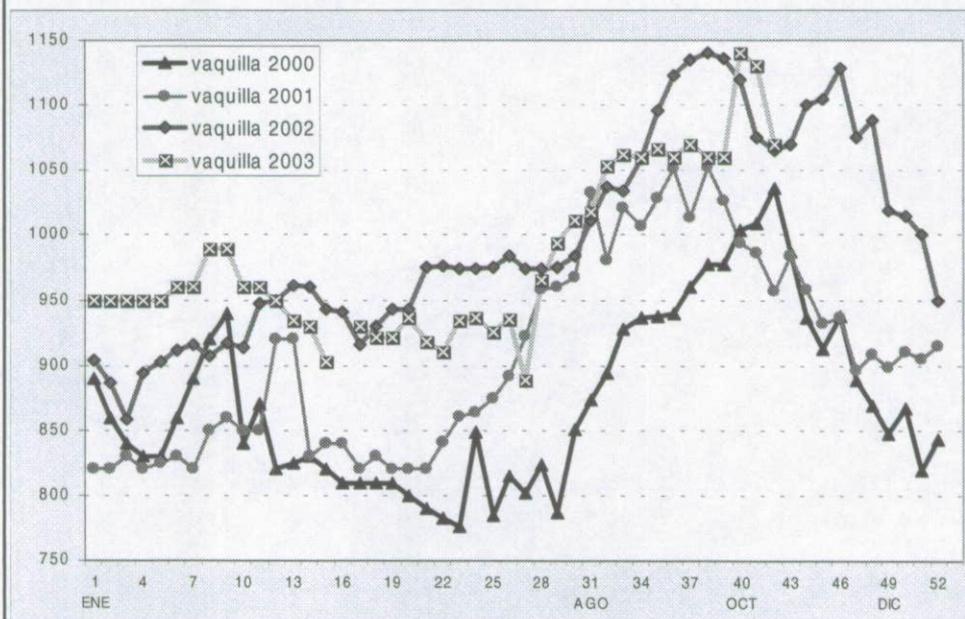
## Precios: novillo nacional y otros países



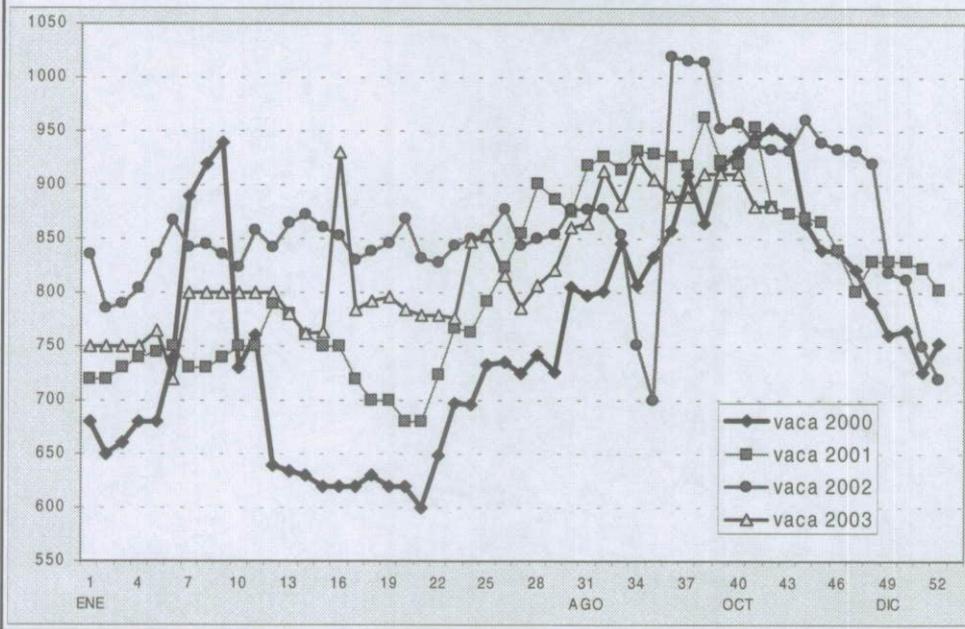
### Precio vara caliente novillo selección (vara Valledor) precios hasta tercera semana de octubre del 2003



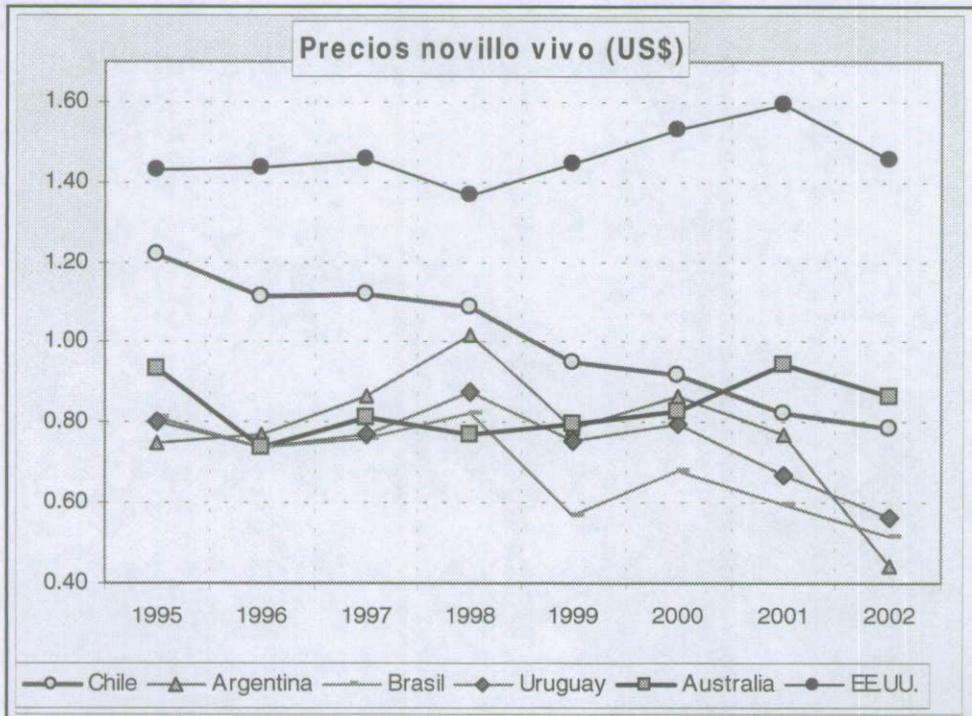
### Precio vara caliente vaquilla buena (vara Valledor)

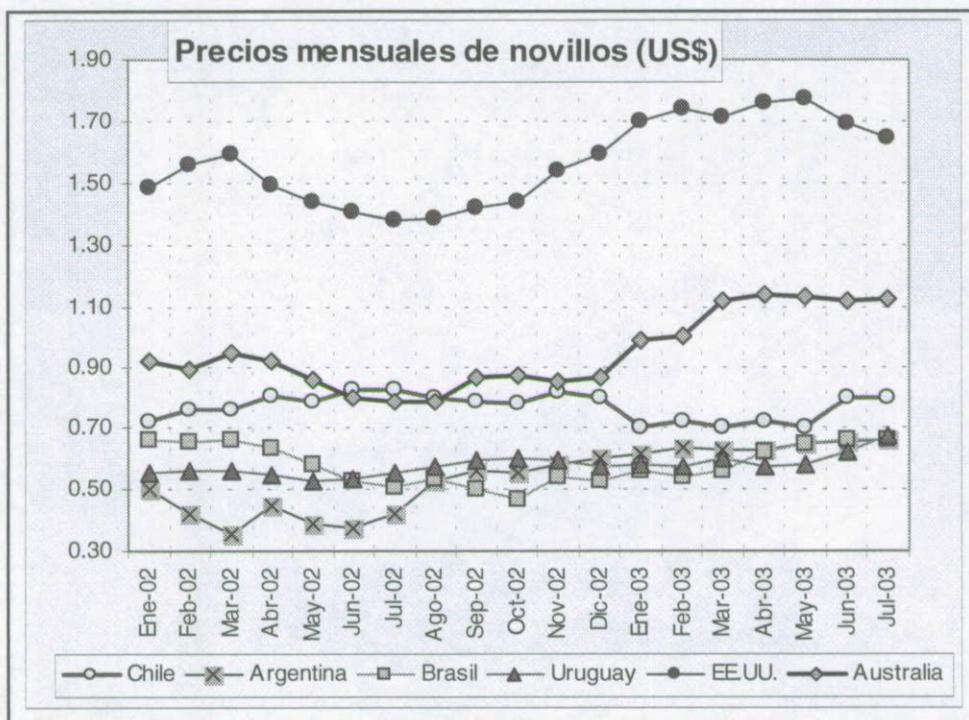


### Precio vara caliente vaca gorda (vara Valledor)



### Precios novillo vivo (US\$)

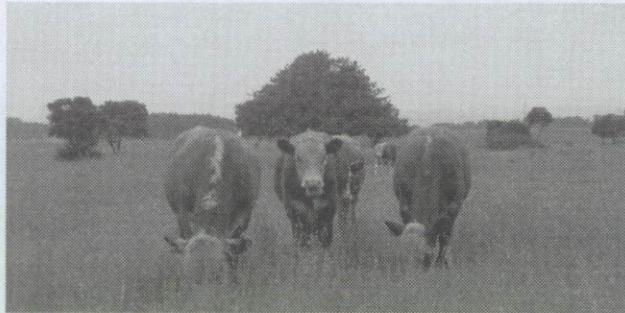




## Algunos comentarios a los precios

- Se visualizan alzas en los precios Mercosur
- Se espera que los precios de los dos últimos años no vuelvan a repetirse
- Existen mercados alternativos en los que la carne de vacuno presenta precios mayores que en el Mercosur
- Chile deberá ser un exportador a precios de país de estatus sanitario óptimo

## Exportaciones: análisis de exportaciones de productos y subproductos



### Evolución de las exporta- ciones de carne bovina

	valor FOB miles US\$	peso neto ton
1997	269,3	60,0
1998	278,7	140,0
1999	1.414,4	506,0
2000	2.035,5	636,4
2001	3.245,8	937,4
2002	8.153,4	4.221,2
enero agosto 2002	3.003,1	1.496,9
enero agosto 2003	11.452,7	5.332,2
variación 2002/2003	281,4%	256,2%
proyección 2003	32.223,7	13.661,7



## Apertura de Mercados

Mercados  
abiertos:

- Israel
- Japón
- Cuba
- Costa Rica
- Unión Europea

## Mercados por abrir:

El total de la producción de Chile en el 2003 no pasará de 200 mil ton

- México (510 mil ton)
- Guatemala (30 a 35 mil ton)
- Otros de Centroamérica y Caribe (sin dimensionar)
- Corea (440 mil ton)
- Filipinas, Tailandia y Malasia (sobre 120 mil ton)
- USA (1,5 millones de ton)

## Resumen de la Realidad Ganadera de Chile: Limitantes



## Limitantes

- Chile es un país deficitario en su producción
- Los precios internos están regulados por el MERCOSUR
- El MERCOSUR ha experimentado fuertes devaluaciones junto problemas sanitarios
- El consumo de carne bovina se ha mantenido estable, siendo desplazado por sustitutos
- La ganadería de carne tiene escaso desarrollo
- La normativa ha premiado la edad de faena, no la conformación

## Limitantes

- En Chile existe un exceso de capacidad instalada (110 mataderos)
- Sólo 3 plantas están trabajando en el proceso de exportación
- Los supermercados concentran el 60% de la comercialización de carne bovina (tanto nacional como importada)
- La competencia entre las grandes cadenas de supermercados ha generado nuevas exigencias en calidad y en precios

Resumen de la Realidad  
Ganadera en Chile:  
Ventajas

Ventajas sanitarias y comerciales:

- El negocio de exportar carne bovina es reciente ( ¡¡ desde hace sólo un año !! )
- Chile es reconocido como un país de “riego cero”
- La oferta chilena es marginal en el mercado mundial (“nichos de mercado”)
- Los TLC y otros acuerdos favorecerán nuestros precios de entrada

## Ventajas del negocio integral:

- Básicamente el negocio de exportar consiste en “compensar adecuadamente” los cortes del animal
- Por lo tanto es indispensable mantener una buena comercialización interna para los cortes y subproductos no exportados
- ... Y además es importante participar en el negocio de las importaciones (200 o + millones de dólares por año)

¿ ... y que ha hecho AASA en el negocio de las exportaciones ... ???



## Inversión en Plantas

- Valledor: adecuación y modernización de una planta antigua, para quedar habilitada para diversos mercados
- Osorno: participación decisional en la inversión para su mejoramiento y habilitación
- Temuco: próxima planta en la que se invertirá en su habilitación

## Desarrollo Comercial

- Programas PDP: integración planta productor (Regiones: X, Metro, VII y IX)
- Precios: desarrollo de un precio diferenciado para el ganado de exportación
- Mercados: apertura de mercados (los primeros en exportar a Israel, Cuba y Japón; exportamos el mayor volumen)
- Capacidad: estamos en condiciones de exportar la mayor proporción de la oferta nacional, comercializando en Chile los cortes no exportados

Sin embargo, la velocidad del avance ha dependido de diversos factores como:

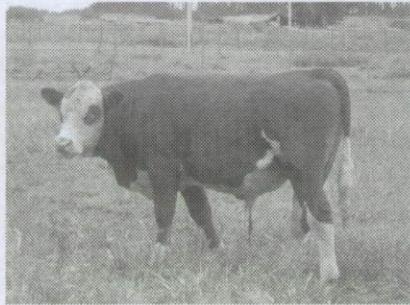
- Desarrollo y puesta en marcha de una normativa adecuada (predios PABCO, norma de trazabilidad, veterinario acreditado, PDP, control de residuos, HACCP, praderas, etc.)
- Inversiones en plantas y sus habilitaciones
- Apertura de mercados externos
- Desarrollo de negocios y productos
- Necesidad de generar una masa “apta”
- Materializar alianzas estratégicas

## Nuestros Próximos Pasos

- Estabilización de precios para animales de exportación: a través de contratos que tiendan a garantizar el precio en el año y que reflejen mayor beneficio para el ganadero
- Apoyo Financiero: a través de una línea específica con BancoEstado
- Integración efectiva: a través de la venta de paquetes accionarios de sus plantas a sus clientes preferentes

Juntos, productores y plantas  
debemos avanzar para ...

... desarrollar un nuevo concepto  
de negocio, con un lenguaje  
diferente, con una definición  
distinta, con una estructura de  
participaciones que no ha sido la  
tradicional ...



[www.aasa.cl](http://www.aasa.cl)



GOBIERNO DE CHILE  
FUNDACIÓN PARA LA  
INNOVACIÓN AGRARIA

## **ENCUENTRO**

# **NUEVOS DESAFÍOS EN LA PRODUCCIÓN DE CARNE BOVINA**

## **Exposición**

**Desafíos y perspectivas para la comercialización  
de carne: una visión del sector productor**

**Alejandro Novoa  
Presidente Fedecarne**

**Temuco, 29 de Octubre de 2003**

**“DESAFIOS Y PERSPECTIVAS PARA  
LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE:  
UNA VISIÓN DEL SECTOR  
PRODUCTOR”**

TEMUCO  
29 OCTUBRE 2003

**FEDECARNE F.G.**

1) Perfeccionamiento de la  
Competencia

Ley de la Carne

**FEDECARNE F.G.**

## 2) Perfeccionamiento de la Comercialización DES-COMODITIZAR

**FEDECARNE F.G.**

### SEGMENTACION POR CANALES

### DIFERENCIACIÓN POR PRODUCTOS

Posicionamiento  
(Nivel de Precios)

2.1. Canal Supermercados → Ganado Lechero 100%  
Vacas

### 2.2. Canales Especialistas

Supermercados de barrio		125 - 110 - 100
Carnicerías Especializadas		125 - 110 - 100 -95
Restaurantes de Carnes	Alto Nivel	200 - 180
	Masivo- Familiar	180 - 140
	Especialidades	130 - 110

### 2.3. Exportaciones

U.E. – Centro América – Asia - Medio Oriente		130 - 150
U.S.A y México		? ?

**POSICIONAMIENTO**

**FEDECARNE F.G.**

¿QUIÉN DEBE HACER EL  
PERFECCIONAMIENTO DEL  
MERCADO?

FEDECARNE F.G.

El Ministerio de Agricultura,  
a través del S.A.G.

FEDECARNE F.G.

¿Para perfeccionar la  
Comercialización, se debe  
invertir?

**FEDECARNE F.G.**

Quién debe Hacerlo?

**FEDECARNE F.G.**

## **Los Beneficiados**

En este caso:

- ✓ Nosotros los GANADEROS, Las PLANTAS, Las FERIAS, Los SUPERMERCADOS de BARRIOS, CARNICERIAS ESPECIALIZADAS que se interesen ó invitemos a que se integren a “nuestra Cadena de Valor” e identifiquen en el negocio una oportunidad permanente.
- ✓ Cómo? ASOCIANDONOS.

**FEDECARNE F.G.**

