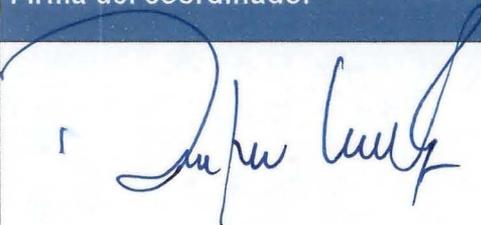


FORMULARIO INFORME TECNICO

CONSULTORIAS DE INNOVACIÓN 2017

Nombre de la consultoría de innovación
"PROYECCIÓN DE FLUJOS PARA CAMPAÑA PROMOCIONAL DE LA CARNE BOVINA NACIONAL DE ACUERDO A LA ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA"
Código FIA
COC-2017-0397
Fecha de realización de la consultoría
JUNIO - NOVIEMBRE 2017
Ejecutor
ASOCIACIÓN GREMIAL DE PLANTAS FAENADORAS DE CARNES DE CHILE – FAENACAR A.G.
Coordinador
RAFAEL LECAROS VAN DER GOES
Nombre del consultor (es)
CONSULTORA TRES ROBLES LTDA.
Firma del coordinador
 

Instrucciones:

- La información presentada en el informe técnico debe estar directamente vinculada a la información presentada en el informe financiero, y ser totalmente consistente con ella
- El informe técnico debe incluir información en todas sus secciones, incluidos los anexos
- Los informes deben ser presentados en versión digital y en papel (dos copias), en la fecha indicada como plazo de entrega en el contrato firmado entre el ejecutor y FIA

1. Identificación de el o los consultores

	Nombre y apellidos	Nacionalidad	Entidad donde trabaja	Cargo o actividad principal que realiza	Correo electrónico	Teléfono
1	ALVARO GARCÍA MORALES	CHILENA	CONSULTORA TRES ROBLES LTDA	CONSULTORÍA		
2	JOSÉ LUIS GODOY MUÑOZ	CHILENA	CONSULTORA TRES ROBLES LTDA	CONSULTORÍA		

2. Identificación del grupo participante de la consultoría de innovación

	Nombre y Apellido	Entidad donde trabaja	Profesión, especialización	Correo Electrónico	Teléfono	Dirección
1	CARMEN GLORIA SOTO SOTO	AFECH A.G.	GERENTE GENERAL			Antonio Varas #854 of 202 – Temuco
2	CARLOS JULIO GONZÁLEZ MUFDI	FEDECARNE	GERENTE GENERAL			Palermo #176 – Chillán
3	RAFAEL LECAROS VANDER GOES	FAENACAR	GERENTE GENERAL			Don Carlos #3075 of. 303 – Las Condes / Santiago
4	ROMINA AGUIRRE BROCKWAY	ODEPA	PROFESIONAL DE APOYO DEPARTAMENTO DE ANÁLISIS DE MERCADO Y POLÍTICA SECTORIAL ODEPA			Teatinos 40 - Santiago

Las organizaciones participantes representan a todos los actores de la cadena de la carne bovina nacional. En términos de participantes directos asociados a las organizaciones representan al menos a 44 participantes.

3. Programa de actividades de la consultoría

Fecha (día/mes/año)	Actividad	Lugar de realización de la actividad	Descripción de la actividad realizada
9/06/2017	1. Levantamiento de información general de la industria bovina nacional (catastros, estadísticas, volúmenes, precios, etc., en cada uno de los eslabones de la cadena de comercialización)	Oficinas Consultora	Levantamiento de información secundaria para diseñar escenarios ajustados a la estructura de la industria de carne bovina nacional.
16/06/2017	2. Entrevistas con actores representantes de cada eslabón de la cadena.	Terreno	Levantamiento de información primaria para diseñar escenarios ajustados a la estructura de la industria de carne bovina nacional.
21/06/2017	3. Elaboración de flujos y simulación de escenarios de recaudación.	Oficinas Consultora	Modelar la industria en flujos para simular escenarios.
23/06/2017	4. Determinación de cuotas y fondo total, para poder sustentar la campaña promocional, en función de la cadena de valor de la industria.	Oficinas Consultora	Simulación de escenarios de recaudación determinando las <i>ventajas y desventajas de cada situación</i> .
30/06/2017	5. Presentación resultados al comité de la Industria Bovina	Oficinas FAENACAR	Presentación de resultados ante comité.

3.1 Indicar si hubo cambios respecto al programa original

Se produjeron cambios respecto a la propuesta original en lo que respecta a los plazos de ejecución, debido a la complejidad del análisis dada la estructura de la cadena en su conjunto.

4. Indicar el problema y/o oportunidad planteado inicialmente en la propuesta

En el rubro ganadero bovino nacional se verifica una importante caída del número de cabezas de ganado, siendo uno de los factores aludidos por los especialistas, entre otros, la competencia con la carne importada, la que sería de inferior calidad que la carne nacional, con lo cual el rubro ha perdido competitividad. En este sentido los actores del rubro han logrado un acuerdo histórico, poniéndose de acuerdo en la necesidad de promocionar la carne nacional destacando sus atributos de calidad, seguridad, entre otros.

El problema que aqueja a la cadena de valor de la carne bovina chilena es no contar con claridad de los flujos potenciales de recaudación necesarios para financiar dicha campaña de promoción de la carne bovina. Así como tampoco con la información necesaria para decidir en qué nivel de la cadena es más conveniente hacer la recaudación, ni cuánto será el aporte a solicitar, por lo que se hace necesaria una consultoría que haga un análisis acabado de cada uno de los escenarios y proyecte los flujos de aportes factibles de recaudar.

El rubro de la carne a nivel nacional está muy atomizado y no se encuentra integrado verticalmente como las otras industrias, por lo que la organización e integración de los actores ha sido difícil hasta ahora. En este sentido, en una segunda etapa será necesario el diseño de un modelo que dé sustentabilidad y gobernabilidad al sistema de recaudación de fondos que en primera instancia serán para el financiamiento de una campaña promocional de la carne bovina, sin embargo, se constituirá en la plataforma para que la cadena de valor de la carne bovina, organizada, y con recursos disponibles pueda abordar los desafíos futuros que se vayan presentando.

Los productores de carne bovina agrupados en FEDECARNE, han intentado en varias ocasiones contar con un mecanismo de recolección de fondos, para mantener operativa la función gremial de la organización y para invertir en acciones comunicacionales que vayan en beneficio de la ganadería nacional. Sin embargo, hasta ahora solo constituyen esfuerzos aislados con un bajo impacto nacional.

Actualmente la promoción de la carne bovina chilena es un tema de interés de todos eslabones de la cadena; representados por los productores, transformadores, agregadores de valor, intermediarios de ganado; por lo tanto surge la oportunidad para conformar un fondo para dichos fines, sin embargo es necesario disponer de los mecanismos adecuados y de la organización idónea para dar garantías a los

contribuyentes de este fondo. Este tema involucra a toda la cadena productiva y de valor, especialmente la pequeña y mediana ganadería nacional que por sí solas, no pueden afrontar estos desafíos y que, en acciones como éstas, se integran al trabajo asociativo para alcanzar los beneficios por todos esperados.

Hoy día la carne nacional compite bajo las mismas condiciones que la carne importada, siendo que a través de estudios se ha logrado establecer que posee cualidades y atributos diferenciadores de mayor calidad. Por ejemplo, los desarrollados por Rafael Larraín y su equipo en la PUC. Esta situación no ha sido traspasada al consumidor final por lo que se hace necesaria la promoción de manera de fortalecer la producción nacional, lo cual repercutirá sobre toda la cadena, incluyendo a los pequeños y medianos productores ganaderos del país.

Por otro lado, el no contar con una proyección de flujos potenciales a recaudar en base a la estructura de la industria, y un análisis de los escenarios factibles, con sus ventajas y desventajas, no les permite a los actores proponer mecanismos de sustentabilidad y gobernabilidad que dé garantías a toda la cadena.

En la actualidad existe la oportunidad para que la cadena en su conjunto, representada por los participantes de esta consultoría, pueda abordar el desafío de promocionar la carne bovina nacional, debido a la cadena de valor de la carne bovina ve entorno a este tema un espacio de unión y de trabajo conjunto.

5. Indicar el objetivo de la consultoría de innovación

Evaluar la estructura de la industria para simular escenarios de recaudación y proyectar flujos para campaña promocional de la carne bovina nacional en Chile.

6. Describa clara y detalladamente cuál fue la contribución de la consultoría en la implementación de la solución innovadora

Mediante la consultoría se pudo determinar en primer término la complejidad de la cadena bovina, visualizando mecanismos de simplificación que permitieran recaudar de manera fácil, buscando la transparencia en el proceso y alternativas de verificación confiables. Posteriormente, en base a los análisis realizados se recomienda lo siguiente:

1.- Se sugiere cobrar o solicitar el aporte hacia atrás en la cadena de valor, es decir como cargo a la oferta del producto, no a la demanda, para no afectar la competitividad de la carne chilena en este momento, y hasta que no se logren los resultados esperados, cuales son la diferenciación y valorización

de la carne chilena. Considerando el mercado nacional, y dado que existe un 60% de carne importada, y esto lo comercializan mayoristas, supermercados y carnicerías, no pudiendo diferenciarse claramente o trazarse, y no viendo motivación en estos agentes para aportar a la promoción de la carne chilena de vacuno, es que sólo se consideran como agentes aportantes a esta campaña a los Productores, Ferias y Plantas Faenadoras.

2.- La unidad de recaudación más consistente, práctica, efectiva y simple del aporte a esta campaña, respaldado por el benchmarking nacional e internacional, es el cobro por cabeza animal faenada.

3.- Los agentes sugeridos, como más apropiados y potencialmente más eficientes, para la recaudación de los aportes comprometidos para la campaña serían las Ferias Ganaderas y las Planta de Faena, pues es por ahí por donde pasan todos los animales nacionales para lograr la transformación en carne, con la organización adecuada es posible impedir duplicación en los cobros, y además este tipo de empresas, en general, cuentan con una estructura administrativa y experiencia en el cobro por cuenta de terceros (como la retención del 5% y costos SAG), lo que permite una mayor certeza de recaudación eficiente, ágil, transparente y rápida de implementar.

4.- De acuerdo a lo analizado en los datos estadísticos históricos del rubro y la información de los agentes de la industria de la carne, respecto de sus asociados, es posible suponer que es posible recaudar a lo menos el aporte del 60% de los animales faenados a nivel nacional, correspondiente a los animales faenados por los asociados de FAENACAR A.G. y hasta un 74% de los animales que irían a faena y que pasan por las ferias de Chile, relacionada con la representatividad de la AFECH. Sin perjuicio de lo anterior, es posible sumar a otras plantas de faena y ferias para aumentar la capacidad de recaudación, que cumplirían con las características recomendadas, a pesar de no pertenecer a ninguna de las asociaciones mencionadas. De acuerdo a conversaciones con la industria esto podría ser de un 10% de las cabezas bovinas adicionales, aproximadamente.

5.- De acuerdo a las cifras del año 2015, año en el cual se cuenta con la mayor cantidad de información estadística completa del rubro de la carne es posible estimar, para una campaña de promoción de un millón de dólares (MM\$ 653,5), un valor de \$ 944,5 por cabeza faenada, faltando por adicionar gastos de recaudación y administración de estos fondos. Este valor correspondería a un 0,2% aproximado del valor de un novillo de 475 kg de peso vivo. De acuerdo al valor proporcional de la industria por agente, le corresponderían \$ 842,3 al segmento Productores, \$ 50,5 al segmento Ferias y \$ 52,7 al agente Plantas Faenadoras, de acuerdo a la estimación de recaudación potencial que se puede lograr, con la participación y apoyo de los interesados y agrupados más formalmente.

7. Indique posibles ideas de proyectos de innovación que surgieron de la realización de la consultoría

De acuerdo a los análisis realizados respecto a la estructura de la industria nacional bovina se visualizan potenciales proyectos de innovación en el desarrollo de modelo de negocio entre los actores que permitan darle competitividad al rubro y sustentabilidad.

8. Resultados obtenidos

Resultados esperados inicialmente	Resultados alcanzados
Levantamiento de información general de la industria bovina nacional	Levantamiento de información de la industria bovina nacional referida a existencias, flujo por ferias, beneficio de animales, análisis de los movimientos animales, respaldados en fuentes oficiales. Esto permitió tener la información necesaria para simular escenarios de recaudación en distintas fases de la curva de precios del rubro y del ciclo ganadero, con la finalidad de determinar la incidencia de la recaudación sobre el valor del animal.
Elaboración de flujos y simulación de escenarios de recaudación.	Se elaboraron flujos que permitieron simular diferentes escenarios, los cuales daban cuenta que el valor a recaudar por animal era de muy baja incidencia dentro del valor del animal, lo cual permitiría financiar la campaña de promoción de la carne chilena.
Determinación de cuotas y fondo total, para poder sustentar la campaña promocional, en función de la cadena de valor de la industria.	A partir del análisis realizado se determinaron las cuotas de recaudación por animal con la finalidad de financiar la campaña de promoción de la carne bovina, la forma de recaudar, la incidencia sobre el valor del animal y como cada eslabón de la cadena se hace cargo del pago a partir del aporte al valor de la carne bovina.

9. Indique cualquier inconveniente que se haya presentado en el marco de la realización de la consultoría de innovación

No se presentaron inconvenientes.

Anexo 3: Encuesta de satisfacción de participantes de consultorías para la innovación

Nombre de la Entidad	ASOCIACIÓN GREMIAL DE PLANTAS FAENADORAS DE CARNES DE CHILE – FAENACAR A.G.		
Ejecutora:			
Dirección:	Don Carlos #3075 of. 303 – Las Condes / Santiago		
Teléfono:		Mail:	
Coordinador (a):	RAFAEL LECAROS VAN DER GOES		

Valore de 1 a 5 cada uno de los aspectos referentes al encuentro, teniendo en cuenta que la puntuación más negativa es 1 y la más positiva es 5.

	1	2	3	4	5
Se ha conseguido el objetivo de la consultoría					✓
Nivel de conocimientos adquiridos				✓	
Aplicación del conocimiento de nuevas tecnologías posibles de incorporar en su quehacer				✓	
Estoy satisfecho (a) con la realización de esta consultoría					✓
Los lugares de realización de la consultoría, fueron los adecuados					✓
Los contactos visitados, a través de la consultoría, fueron un aporte al objetivo de la consultoría					✓
Organización global de la consultoría					✓

Comentarios adicionales:



ANEXOS

- 1) Anexo 1: Informe técnico del consultor

Consultoría

INFORME FINAL

**“PROYECCIÓN DE FLUJOS
PARA CAMPAÑA
PROMOCIONAL DE LA CARNE
BOVINA NACIONAL DE
ACUERDO A LA ESTRUCTURA
DE LA INDUSTRIA”**

Preparado para FAENACAR

Atención: Sr. Rafael Lecaros

Santiago de Chile, 30 de Septiembre de 2017

Contenido

1.	Introducción.....	4
1.1.	Objetivo General	5
1.2.	Actividades.....	5
2.	• Levantamiento de información general de la industria bovina nacional.....	5
	Industria Bovina Nacional	5
2.1.	Productor	7
2.2.	Feria.....	9
2.3.	Faenadora	11
3.	Situación Actual	12
3.1.	Cadena de valor de la carne bovina.....	15
3.2.	Industria bovina en números	19
3.3.	Tamaño de los agentes	20
	Cuadro 17. Tamaño porcentual productor, ferias y faenadoras.....	20
3.4.	Flujo Animal	21
4.	Sistema de recaudación	23
4.1.	Determinar en qué sentido cobrar el aporte a la campaña de promoción	23
4.2.	Cómo determinar el mejor común denominador para recaudar y cuantificar el aporte a la campaña y medir su impacto.....	24
4.3.	Determinación de qué agentes de la cadena podrían ser recaudadores de aportes para la campaña de promoción y análisis del valor cuota por cabeza bajo diferentes escenarios.....	26
4.4.	Distribución del valor cuota recaudado por animal entre los agentes de la cadena de valor considerados.	29
5.	Conclusiones.....	34
6.	ANEXOS	36
	Anexo 1. Existencia de Ganado Bovino y Vientres a Nivel Nacional	36
	Anexo 2. Beneficio de Ganado Bovino en Chile.....	36
	Anexo 3. Participación en el Valor Creado	37



Anexo 4. Ganado Bovino Beneficiado en Mataderos, Por Categoría, 2015 a Mayo 2017	38
Anexo 5. Ganado Bovino Rematado En Ferias Por Categoría.....	39
Anexo 6. Servicio Valor Faena (referencial real) por Animal	40
Anexo 7. Análisis de los Agentes de la Industria en A.G	41
Anexo 8. Flujo Animal	42
Anexo 9. Análisis de los Agentes de la Industria 2015	43
Anexo 10. Peso Promedio por Animal 2015	44
Anexo 11. Representatividad AFECH 2015 (Archivo adjunto).....	45
Anexo 12. Valor Creado, Ciclos.....	46
Anexo 13. Establecimientos faenadores.....	47
7. Referencias	60



1. Introducción

La situación de la industria bovina nacional hoy se encuentra frente a un gran desafío, unir las fuerzas de los distintos agentes de la cadena, representados por productores, ferias y faenadoras, para poder desarrollar una campaña de promoción de la “carne chilena” con el fin promover la producción ganadera nacional.

Es por eso que el presente documento tiene por objetivo evaluar la estructura de la industria para simular escenarios de recaudación y proyectar flujos para campaña promocional de la carne bovina nacional en Chile. En ese sentido se caracterizó el funcionamiento de la industria bovina nacional, los diversos eslabones de la cadena de valor, a sus distintos agentes, como también los flujos y condiciones que rigen la industria entre los distintos participantes.

Como antecedente de estudios anteriores realizados por la cadena de la carne bovina se señaló que lo que se requería recaudar era 1 millón de dólares para solventar el costo de la campaña de promoción de la carne chilena, siendo esto un dato entregado por el mandante. Bajo ese entendido el presente estudio busca determinar aspectos relevantes como cuál es la unidad más eficiente por la cual se va a recaudar fondos, quienes y donde se realizará la recaudación, cuánto es lo que se va a recaudar por unidad para poder solventar la campaña de promoción y finalmente cómo pagarán cada uno de los actores de esta cadena la cuota determinada.

En forma paralela se realizó el levantamiento de experiencias en otros países para la carne bovina, y a nivel nacional en otros rubros, donde las industrias se han organizado para promocionar los productos, fortalecer las industrias, analizando esos modelos como referencia, tanto en la forma que recaudan, como en la manera que trabajan y se gobiernan.

El levantamiento de esta información, permitirá diseñar escenarios de recaudación ajustados a la realidad y estructura de la industria bovina nacional.



1.1. Objetivo General

El objetivo de este estudio es evaluar la estructura de la industria para simular escenarios de recaudación y proyectar flujos para campaña promocional de la carne bovina nacional en Chile.

1.2. Actividades

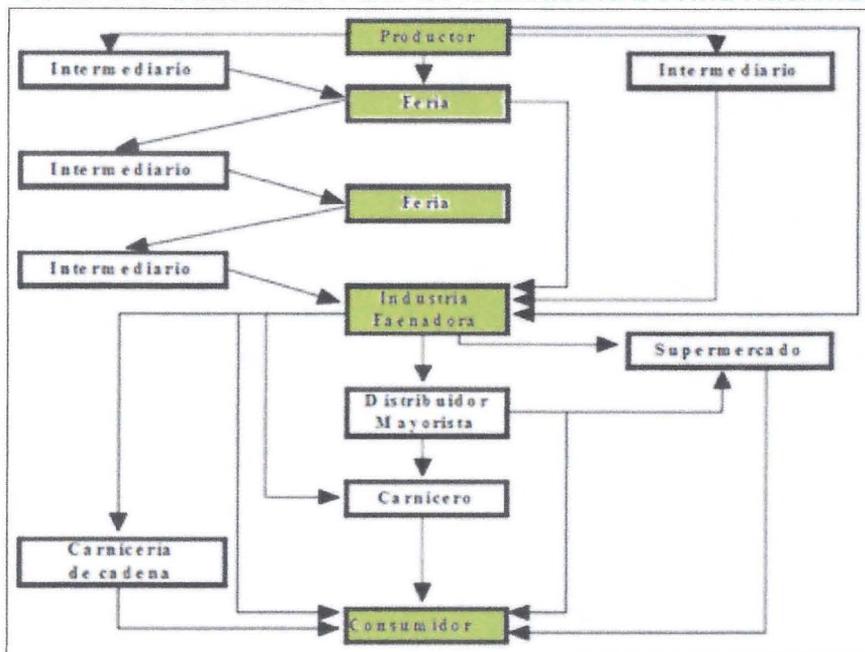
- Levantamiento de información general de la industria bovina nacional (catastros, estadísticas, volúmenes, precios, etc., en cada uno de los eslabones de la cadena de comercialización)
- Entrevistas con actores representantes de cada eslabón de la cadena.
- Elaboración de flujos y simulación de escenarios de recaudación.
- Determinación de cuotas de aporte y fondo total, para poder sustentar la campaña promocional, en función de la cadena de valor de la industria.
- Presentación resultados al comité de la Industria Bovina de carne.

2. • Levantamiento de información general de la industria bovina nacional

Industria Bovina Nacional

La industria bovina nacional se caracteriza por ser una cadena sin integración vertical, muy diversa, con una amplia distribución geográfica, y por el lado de los productores de la materia prima (ganado bovino), tremendamente atomizada. Por lo mismo, existen varios agentes, el siguiente cuadro muestra cómo se modela la cadena desde el productor hasta el consumidor final.

Cuadro 1. Cadena de Valor de la Industria Bovina Nacional



Fuente: Bórquez (1994), adaptado.

El cuadro muestra la cadena de valor de la carne nacional, partiendo en el productor donde se produce el animal, luego este es llevado por un intermediario o de manera directa a la industria faenadora, o bien es transado en feria, posterior a esto una vez faenado el animal pasa directamente al supermercado, distribuidor mayorista, carnicero, o carnicería de cadena, para finalmente estar al alcance del consumidor.

Luego de revisar todas las fuentes oficiales de estadísticas de precios, volúmenes tranzados, censos, informes de mercado oficiales, publicaciones, estudios, entre otros, se determinó que para simular el escenario de recaudación debíamos realizarlo con los datos del año 2015, debido que en ese año se realizó una Encuesta de Ganado Bovino por parte del INE, contando con información de existencias nacionales actualizadas respecto al último censo agropecuario que data del año 2007.

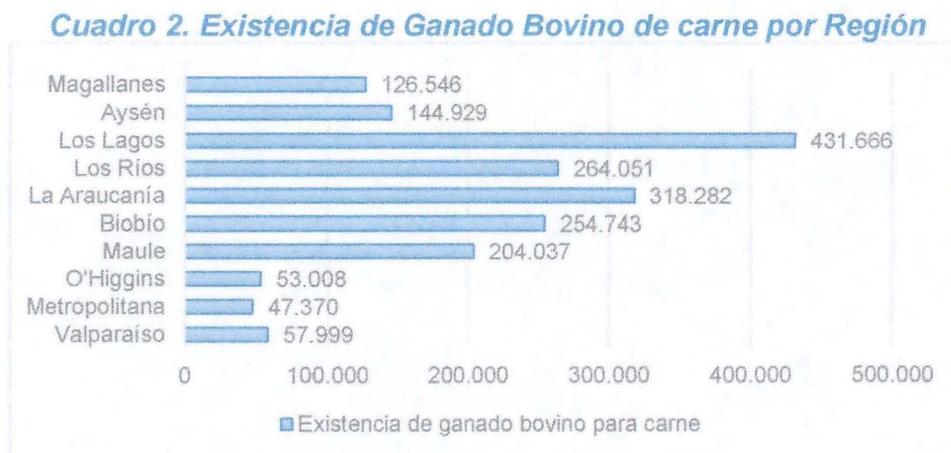
A esta cadena productiva hoy en día se agrega la carne bovina importada que representa actualmente más del 50% de la carne bovina consumida a nivel nacional, llegando en el

retail o supermercados a un 60%. Este agente de la cadena (el que importa o transa carne importada) sería más bien indiferente al desarrollo de la carne chilena porque en mercados abiertos como el chileno, puede importar variedad de productos, de diversos orígenes, en cualquier época del año y de la calidad que requiera, a precios muy competitivos sin ninguna complejidad.

2.1. Productor

"El productor es una persona civil o jurídica que adopta las principales decisiones acerca de la utilización de los recursos disponibles y ejerce el control administrativo sobre las operaciones de la explotación agropecuaria. El productor tiene la responsabilidad técnica y económica de la explotación, y puede ejercer todas las funciones directamente o bien delegar las relativas a la gestión cotidiana a un gerente contratado" (FAO). En este caso el productor es quien cría el animal desde que nace hasta que está listo para ser faenado. En Chile, usualmente se separa en estamentos productivos, asumidos por diferentes agricultores o productores especializados. Primero, está el criancero (quien cría el animal en una primera etapa), el re-criancero (quien recria el bovino en una segunda etapa) y el engordero (quien finalmente engorda al animal). Estos distintos productores especializados son los propietarios del ganado bovino de carne, en la parte en que comienza la cadena de valor.

El siguiente gráfico muestra cómo se distribuyen regionalmente las existencias de ganado bovino de carne a nivel nacional.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos ODEPA

Del total de 1.902.631 cabezas de ganado bovino de carne, incluyendo, vacas, vaquillas, terneras, terneros, novillos, toritos, toros en servicio y crianza, y bueyes, aproximadamente el 80% de estas se encuentran entre la región del Maule y la región de Los Lagos. Liderando la lista, está la región de Los Lagos con un 22,7%. Como es posible apreciar existe una gran dispersión de la producción a nivel nacional, lo cual genera dificultad al momento de querer organizar este segmento, sin considerar otras problemáticas como la gran heterogeneidad, diferentes intereses, etc.

Respecto a la clasificación de los productores por número de cabezas podemos apreciar en el cuadro N°3 que:

Cuadro 3. Estratificación por tamaño de Productores

ESTRATO SEGÚN NUMERO DE CABEZAS				
	N° Cabezas	% Cabezas	N° Productores	% Productores
10 a 49	436.738	23%	89.700	69%
50 a 99	189.360	10%	15.600	12%
100 a 299	355.583	19%	11.700	9%
300 a 499	540.044	28%	7.800	6%
500 o más	380.906	20%	5.200	4%
TOTAL	1.902.631		130.000	

Fuente: Elaboración propia a partir de información INE

Como se aprecia en el cuadro N°3, los productores ganaderos de bovinos de carne a nivel nacional son 130.000 productores, lo cual sumado a que las organizaciones existentes no los agrupan a todos, los hace un segmento difícil de articular de manera de basar un modelo de recaudación a este nivel de la cadena.

El 69% de los productores tiene menos de 50 cabezas, y el 31% de los productores posee el 77% de la producción nacional.

El productor en números:

Cuadro 4. Productor, animales faenados e ingresos por categoría

	2015	NOVILLOS	VACAS	BUEYES	TOROS(UNOS)	VAQUILLAS	TERNEROS(AS)	TOTAL
P R O D U C T O R	CABEZAS FAENADAS (N°)	420.725	241.699	19.523	29.439	182.740	29.081	923.207
	PESO (KG)	475,6	431,4	711,6	593,1	379,3	208,8	466,6
	PRECIO VIVO (\$/KG)	1.123,1	645,4	841,2	1.087,2	871,1	880,5	908,1
	TOTAL (M\$)	224.721.540	67.298.478	11.686.062	18.983.535	60.370.389	5.346.938	388.406.942
	%	58%	17%	3%	5%	16%	1%	100%

Fuente: Elaboración propia con información INE y ODEPA

Este cuadro muestra el número de cabezas según categoría por productor el año 2015 y que van a faena. Para determinar el peso promedio se utilizaron los datos de ODEPA sobre la cantidad de animales faenados y la cantidad de kilogramos vara carne. Sumado a esto se consideró un factor de conversión de animal promedio a kilogramos vara de 0,55. Con esto se determinaron los pesos vivo promedios encontrados en el cuadro (Ver Anexo 10). A su vez se determinó el promedio anual del precio vivo de las distintas categorías de acuerdo a datos oficiales de ODEPA. Cruzando esta información se estimaron los ingresos totales del eslabón “productor” (TOTAL (M\$)). El porcentaje señalado en la última fila permite determinar cómo es la distribución de su ingreso según categoría animal, liderando los ingresos está el novillo, seguido de las vacas, y las vaquillas. Con este análisis se buscó dimensionar el segmento que representan los productores y tener los antecedentes que permitieran evaluar y analizar el modelo de recaudación. Se observa que este es un segmento muy atomizado, con una heterogeneidad productiva importante y una amplia dispersión a lo largo del territorio nacional. Por otro lado, se pudo corroborar que existe una muy baja asociatividad en este segmento, lo cual lo hace difícil de abordar de manera directa.

2.2. Feria

Otro de los actores relevantes dentro de la industria de la carne bovina son las ferias de ganado, como muestra el cuadro de la cadena de valor, organismo que concentra a vendedores y compradores para facilitar la comercialización de los animales, para lo cual dispone de sus capacidades para intermediar entre el que vende el animal y el que lo compra. De acuerdo a la información levantada estas entidades realizan un cobro promedio

de una comisión del 3% para ambas partes, es decir las ferias tienen ingresos de un 6% por animal tranzado en feria.

El siguiente cuadro muestra el tamaño del segmento de las ferias en ventas totales anuales, el cual se estimó a partir de la información oficial respecto a los animales rematados, los precios promedio por categoría del año 2015 y la comisión señalada. Hay que considerar que no todos los animales pasan por feria, algunos pasan directo a faena. Respecto a la cantidad de ferias, según el registro de establecimientos del SAG (actualizado a marzo de 2015) existen 50 recintos feriales de remate de ganado. La AFECH (Asociación de Ferias de Chile), representa el 86% del sector y entre sus asociados poseen 35 locales de remate distribuidos entre Quillota y Coyhaique.

La feria en números;

Cuadro 5. Feria, número de cabezas rematadas e ingreso por categoría

	2015	NOVILLOS	VACAS	BUEYES	TOROS(UNOS)	VAQUILLAS	TERNER OS(AS)	TOTAL
F E R I A S	CABEZAS PASAN POR FERIA(N°)	261.391	227.693	16.768	22.253	180.534	331.993	1.040.632
	PESO (KG)	475,6	431,4	711,6	593,1	379,3	208,8	466,6
	PRECIO VIVO (\$/KG)	1123,1	645,4	841,2	1087,2	871,1	880,5	908,1
	COMISIÓN (%)	6%	6%	6%	6%	6%	6%	3%
	TOTAL (M\$)	\$ 8.376.995	\$ 3.803.919	\$ 602.219	\$ 860.982	\$ 3.578.497	\$ 3.662.486	\$ 20.885.098
	%	40%	18%	3%	4%	17%	18%	100%

Fuente: Elaboración propia con información INE y ODEPA

Para determinar el número de cabezas por categoría que pasaron por feria se utilizaron datos del INE (Ver Anexo 5), el peso promedio se determinó de acuerdo a un rendimiento promedio de 0,55 a la vara (ver Anexo 10), el precio utilizado es el promedio anual del año 2015 por categoría según ODEPA, y se determinó la comisión promedio de la feria que es un 6% por cada transacción. Con eso se estimó el ingreso total del segmento de las ferias.

En este caso se observa que si bien se encuentran distribuidas a lo largo de todo el territorio nacional, existe una organización de Ferias que es relevante dentro del mercado como es la AFECH. De la información revisada y levantada se observa que esta organización genera información oficial que publica ODEPA, lo cual permite visualizar que existe rigurosidad

en el trabajo de la información y capacidad de gestión. En general todas las ferias son retenedoras lo cual implica que poseen la capacidad técnica y de gestión para hacerlo.

2.3. Faenadora

Como se observa en el esquema de la estructura de la industria nacional, se aprecia un embotellamiento por donde pasan todos los animales y que está dado por los servicios de faena. Las faenadoras o los mataderos constituyen la base industrial en la cual se cimienta toda la industria de la carne, es donde se realiza el proceso de industrialización, que permite generar distintos productos.

Las plantas de faena se encuentran emplazadas principalmente en las regiones de La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos con un 62,4% de la faena nacional de bovinos, y en menor grado en la Región Metropolitana. En los últimos 10 años, el beneficio de ganado bovino, en términos de cabezas de ganado, tuvo una variación positiva de un 5%. (ODEPA, 2017), sin embargo, al analizar estos últimos años, se aprecia que la faena ha venido cayendo desde el año 2015 de manera sostenida, siendo el 2016 un 6% inferior al 2015 y si comparamos los primeros 5 meses (Enero-Mayo) de cada año, la faena del 2017 fue un 14% inferior a la del 2016 en esos meses.

La Industria Faenadora en números:

Cuadro 6. Faenadora, número de cabezas faenadas e ingreso por categoría.

	2015	NOVILLOS	VACAS	BUEYES	TOROS (UNOS)	VAQUILLAS	TERNEROS (AS)	TOTAL
FAENADORAS	CABEZAS FAENADAS (N°)	420.725	241.699	19.523	29.439	182.740	29.081	923.207
	KG VARA CARNE	110.057.230	57.299.540	7.657.260	9.595.440	38.121.510	2.530.290	225.261.270
	TOTAL (M\$)	14.777.570	7.319.384	960.995	1.213.336	4.889.809	443.089	29.604.183
	%	50%	25%	3%	4%	17%	1%	100%

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos ODEPA y Mafrisur, ver Anexo 6.

Este cuadro muestra la cantidad de animales faenados por categoría, y el TOTAL (M\$) está determinado por cruzar el N° de Cabezas por el precio de faena cotizado en Mafrisur (Ver Anexo 6.) Respecto a la cantidad de establecimientos faenadores, se reporta un total de 120, 20 están autorizados para la exportación y los otros 85 para consumo nacional. Del total solo 6 faenan bovino para exportación y 76 para consumo nacional. Listado completo puede revisarse en anexo 13.

3. Situación Actual

La situación de la industria bovina nacional según la última encuesta llegan a 2,7 millones (INE 2015), un millón menos de lo que existía el año 2007 (INE 2007), incluso según estimaciones hoy solo hay 2,4 millones de cabezas y estas tenderían a la baja. Las razones son varias, por un lado, el consumo nacional de carnes es abastecido en un 50% por el mercado internacional (ODEPA), lo que genera una gran competencia a nivel de precios, sobre todo considerando las ventajas que tienen los demás países; capacidad de producir forraje y cultivos transgénicos para concentrados, las ventajas edafoclimáticas, o el costo de oportunidad de sus suelos, entre otras, dejando en evidencia las desventajas que tiene la producción nacional.

Por otro lado, para entender la evolución de la masa ganadera nacional analizamos el comportamiento del número de vientres en los últimos años, y pudimos observar una disminución sostenida la cual se acentuó en el último período siendo el indicador práctico para evaluar la capacidad productiva de la industria, el siguiente gráfico muestra la existencia de vientres según los censos del INE, 1997, 2007, y encuesta bovina 2015.

Cuadro 7. Tendencia de vientres



Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE (Ver Anexo 1)

En primera instancia es un mero indicador, pero también puede representar un problema, donde la industria pueda proponer diversas soluciones para incentivar el aumento de vientres a nivel nacional, mediante el mejoramiento de la competitividad de la ganadería nacional a través de la promoción y diferenciación de la carne chilena, con una mirada común de la cadena hacia el futuro. En cuanto a las cantidades faenadas vemos una clara fluctuación en los últimos años, observándose claramente los ciclos y la tendencia del N° de cabezas faenadas total en el siguiente cuadro:

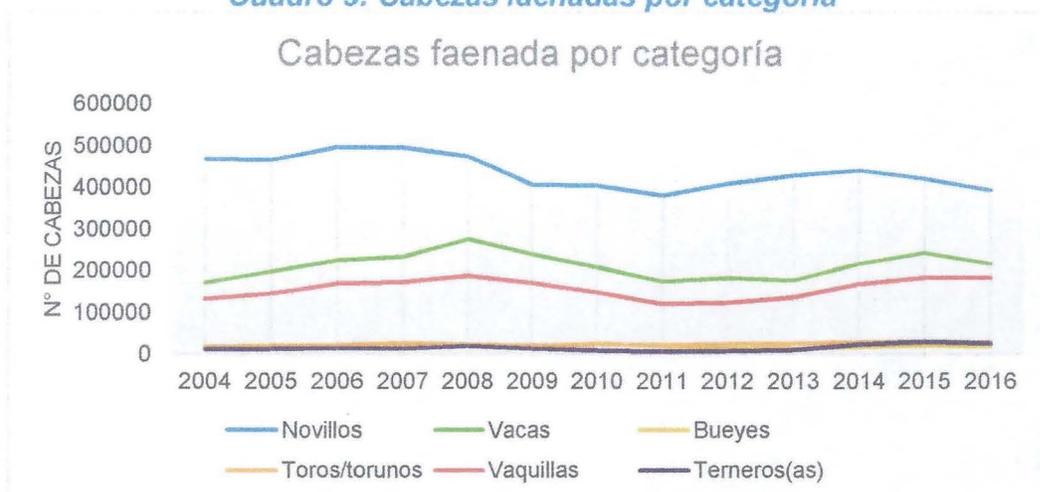
Cuadro 8. Tendencia de N° de animales faenados



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ODEPA (Ver Anexo 2)

Si analizamos la tendencia lineal en el tiempo podemos observar que existe una tasa negativa, siendo el número de animales a faena, a la baja. En el siguiente gráfico podemos apreciar claramente que estamos (desde el año 2015) en una fase de retención de vientres dado por los buenos precios del ganado y las condiciones imperantes en el mercado, pero esos comportamientos son cíclicos y lo que se busca es que se puedan mantener esta situación, para aumentar la masa ganadera nacional, mediante un fortalecimiento de la carne chilena a través de la campaña de promoción (Línea verde):

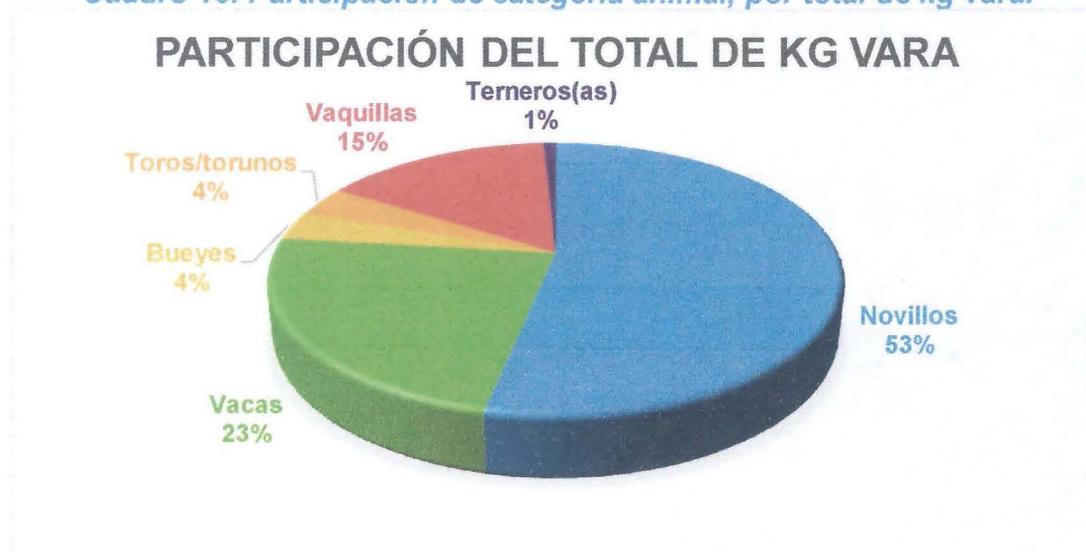
Cuadro 9. Cabezas faenadas por categoría



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ODEPA (Ver Anexo 2)

Respecto lo que representa cada categoría animal en la faena nacional, se puede apreciar en el cuadro N°10, donde los novillos representan más de la mitad de la producción de carne chilena. (kg en vara):

Cuadro 10. Participación de categoría animal, por total de kg vara.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos ODEPA (Ver Anexo 3)

3.1. Cadena de valor de la carne bovina

Para entender la cadena de valor de la carne bovina nacional, se realizó el análisis desde que nace el ternero hasta que la carne llega al consumidor final. Para analizar el valor creado por los distintos agentes de la cadena de valor analizaremos el ciclo de un novillo en base a precios reales. Los supuestos utilizados para el análisis asumen que nace en el mes de septiembre y es criado por un criancero, luego de siete meses (lactancia promedio en animales de carne) el ternero es vendido por el criancero y comprado por el recriador, este lo mantiene aproximadamente 12 meses asumiendo un sistema extensivo en esta etapa. Luego de los 12 meses este novillo de engorda es vendido al engordero quien lo introduce en un sistema intensivo y lo termina como novillo gordo en 3 meses. Luego de esto el animal es comprado por un industrial u otros agentes, quien solicita los servicios de faena y lo vende en vara. Finalmente, la vara es comprada por mayoristas u otros agentes vinculados directa y/o indirectamente con el consumidor final, solicita los servicios de desposte y comercializa los cortes al consumidor. Paralelo a esta cadena que muestra a los propietarios del producto, están los servicios y entre estos están los de las ferias, la faena y el desposte.

Se simularon tres ciclos productivos con precios reales para poder comparar sus variaciones y determinar si el promedio era representativo, en el siguiente cuadro se puede visualizar los periodos escogidos para cada ciclo consecutivo con las fechas en que se consideraron los precios reales, para los cuales se asumieron los valores de peso de animales en función de su etapa de crecimiento, mientras que los precios de cada categoría corresponden a los promedios reales de cada período reportados por las fuentes oficiales.

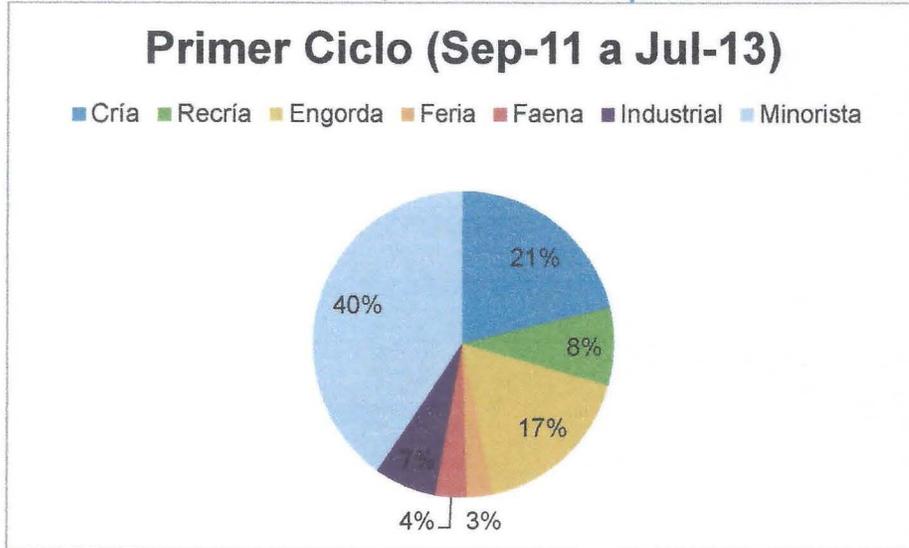
Cuadro 11. Ciclos productivos a evaluar para determinar composición del valor de la carne bovina

sep-2011	CRÍA	(Primer Ciclo)				
abr-2012	RECRÍA	TERNERO				
sep-2012			CRÍA	(Segundo Ciclo)		
abr-2013	ENGORDA A	NOVILLO ENGORDA	RECRÍA	TERNERO		
jul-2013	FERIA	NOVILLO GORDO				
sep-2013					CRÍA	(Tercer Ciclo)
abr-2014			ENGORDA	NOVILLO ENGORDA	RECRÍA	TERNERO
jul-2014			FERIA	NOVILLO GORDO		
abr-2015					ENGORDA	NOVILLO ENGORDA
jul-2015					FERIA	NOVILLO GORDO

Fuente: Elaboración propia

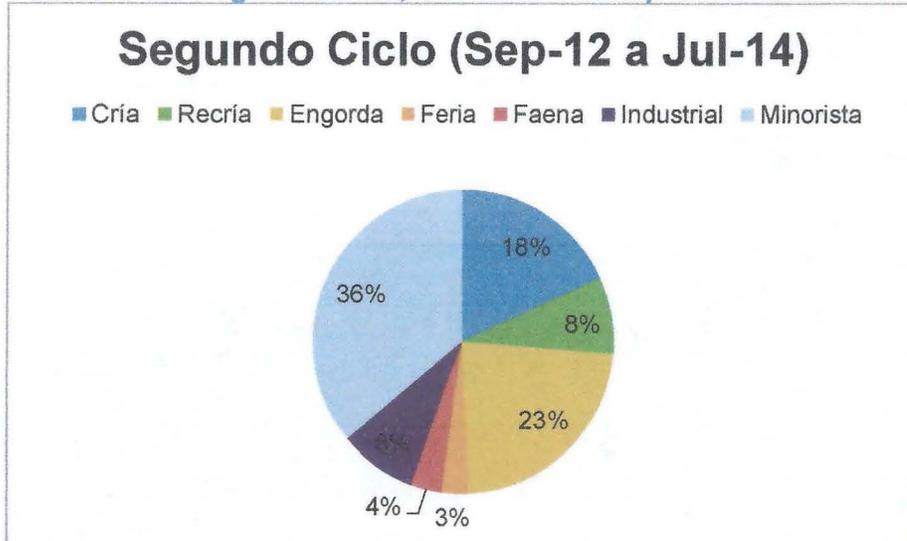
Para los distintos meses, se consideró el precio del ternero, novillo engorda y novillo gordo según los datos de ODEPA, y se determinó que se venden el mismo mes en el que están listos, en la cría se vende un ternero con peso de 200 kg, en recría se vende un novillo de engorda de 350 kg, y para engorda se vende un novillo gordo de 450 kg. Para faena se utilizó factor de conversión 0,55 (rendimiento a la vara - 450 kg/vivo a 247,5 kg/vara caliente) y para el precio de venta se utilizó precio de carne categoría “V” según ODEPA. Para mayoristas se consideró factor de conversión de 0,5 (rendimiento al desposte - 242,6 kg/VaraFría pasaron a 121,3 Kg/carne) y precio de venta sobre serie combinada de precios para consumidores que se determinó como el promedio de las distintas carnes un mes después de compra a faena. (Se asume que se compra a faena, a modo de diferenciar los eslabones y representar el valor agregado que cada eslabón le da a la carne bovina. A continuación podemos ver la contribución de cada estamento de la cadena al precio de la carne en cada uno de los ciclos definidos, y finalmente un promedio de esos tres ciclos.

Cuadro 12. Primer ciclo, Contribución al precio de la carne



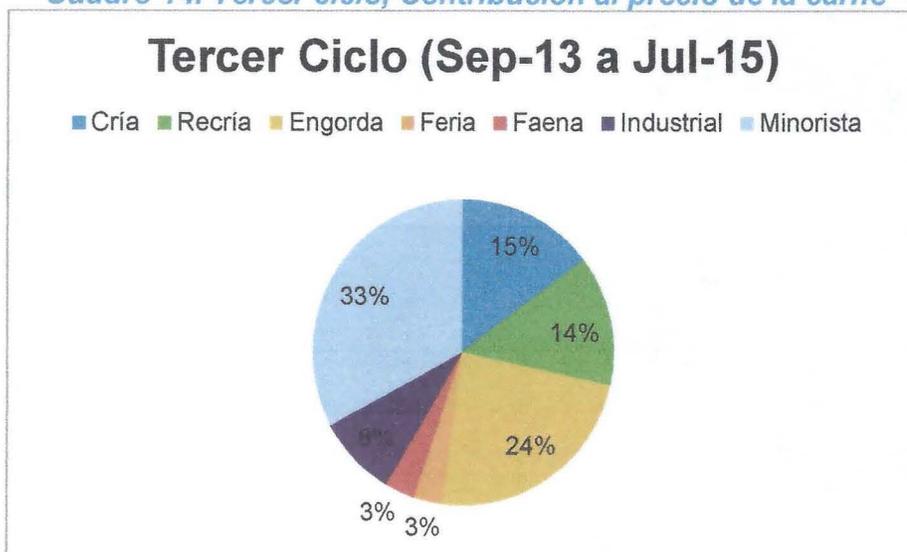
Fuente: Elaboración propia, ver Anexo 12

Cuadro 13. Segundo ciclo, Contribución al precio de la carne



Fuente: Elaboración propia, ver Anexo 12

Cuadro 14. Tercer ciclo, Contribución al precio de la carne



Fuente: Elaboración propia, ver Anexo 12

Cuadro 15. Participación promedio en la Contribución al precio de la carne



Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE, ODEPA (ver Anexos 4 y 12)

Esto permite ver de forma general la participación del valor creado de los distintos agentes y eslabones de la cadena, donde el 55% del valor se genera desde la producción hasta la faena, mientras que el 45% restante se distribuye entre los agentes que permiten llegar con la carne al consumidor final. Este análisis permitiría distribuir como se disgregaría la recaudación para la campaña de promoción entre cada uno de los agentes aportantes.

3.2. Industria bovina en números

Para entender mejor la participación de los distintos agentes, analizaremos las existencias y cabezas faenadas el año 2015, este año es escogido ya que cuenta con la información más reciente del rubro levantado mediante Encuesta Bovina del INE. En el siguiente cuadro se puede observar el total del número de cabezas beneficiadas, rematadas, y censadas.

Cuadro 16. Número de cabezas beneficiadas, rematadas y censadas.

AÑO	Número de cabezas, beneficiadas, rematadas y censadas.						
2015	Novillos	Vacas	Bueyes	Toros y torunos	Vaquillas	Termeros y terneras	TOTAL
BENEFICIO	420.725	241.699	19.523	29.439	182.740	29.081	923.207
% DEL CENSADO	99%	39%	66%	54%	63%	6%	49%
% DEL REMATADO	161%	106%	116%	132%	101%	9%	89%
REMATADO	261.391	227.693	16.768	22.253	180.534	331.993	1.040.632
% DEL CENSADO	61,6%	37%	57%	41%	62%	69%	55%
% DEL BENEFICIO	62,1%	94%	86%	76%	99%	1142%	113%
CENSADO	424.461	619.801	29.670	54.757	291.621	482.321	1.902.631

Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE (Ver Anexo 4 y 5).

El cuadro permite ver los porcentajes faenados de los censados, en lo que se observa que casi el total de los novillos fue faenado, como también un 40% de las vacas. Por otro lado permite apreciar que porcentaje del total censado se remata en feria. Esta información permite validar como es el movimiento animal entre los agentes de la cadena y nos permitió simular el escenario más probable para generar el modelo de recaudación para la promoción de la carne chilena.

3.3. Tamaño de los agentes

Otro de los análisis que se realizó para proponer un sistema de cuanto debía contribuir en el monto recaudado por animal cada uno de los agentes de la cadena fue determinar cuánto era lo transado como industria y cada uno de ellos anualmente. De esta forma podíamos determinar el tamaño de los agentes considerando a los productores, ferias, y faenadoras. En el cuadro siguiente podemos ver un resumen el cual muestra el porcentaje de participación de cada uno.

Cuadro 17. Tamaño porcentual productor, ferias y faenadoras.

2015	NOVILLOS	VACAS	BUEYES	TOROS (UNOS)	VAQUILLAS	TERNEROS(AS)	TOTAL
TOTAL (\$)	247.876.105	78.421.781	13.249.275	21.057.853	68.838.694	9.452.513	438.896.222
PRODUCTOR	91%	86%	88%	90%	88%	57%	88%
FERIAS	3%	5%	5%	4%	5%	39%	5%
FAENADORAS	6%	9%	7%	6%	7%	5%	7%

Fuente: Elaboración propia con datos INE, ODEPA

Esto permite tener una aproximación respecto a cómo puede contribuir cada uno en el monto recaudado por animal.

Otro de los factores relevantes al momento de proponer un modelo de recaudación de fondos para realizar una campaña de promoción de la carne chilena es la organización que exista en a todo nivel en la cadena, de manera de proponer opciones que sean ejecutables y que aprovechen la asociatividad previa y el trabajo en conjunto. En este sentido, solo el 26% de los productores, de acuerdo a información entregada por INE, declara pertenecer a algún tipo de organización (no especificando de que tipo). Por su parte las plantas de faena se encuentran organizadas a través de FAENACAR A.G. y entre las asociadas faenan el 60% del total nacional. Finalmente, las ferias también cuentan con una entidad que las organiza, como es AFECH A.G. la cual de acuerdo a información entregada directamente por esta entidad, sus asociados rematan el 86% del total de ganado que pasa por ferias a nivel nacional.

Cuadro 18. Asociatividad respecto al eslabón

CATEGORIA	% Asociatividad	Observación
PRODUCTOR	26%	Del Total de productores ganaderos bovinos
FERIAS	86%	Del total de los bovinos rematados en ferias a nivel nacional, los hacen en ferias asociadas a AFECH
FAENADORAS	60%	Del total de bovinos faenados a nivel nacional, lo hacen en plantas de faena asociadas a FAENACAR

Fuente: Elaboración propia a partir de datos
INE, ODEPA, AFECH, FAENACAR

3.4. Flujo Animal

Para entender aún mejor, y ver cuáles son los movimientos de la industria, consideramos importante analizar el flujo animal, que significa esto, el cómo se mueven los animales entre los distintos agentes.

Para simplificar el análisis es necesario primero entender que del productor va un porcentaje a feria y otro a faena, y que de la feria un porcentaje vuelve a productor (terneros(as) – Novillos engorda – vaquillas engorda – vacas engorda) y el restante va a faena. (Gordos : Novillos, vacas, vaquillas, toros, bueyes)

En el siguiente cuadro se pueden ver los movimientos del productor del año 2015;

Cuadro 19. Flujo animal del productor 2015

2015	NOVILLOS	VACAS	BUEYES	TOROS (UNOS)	VAQUILLAS	TERNEROS(AS)	TOTAL
Del Productor a Feria	261.391	227.693	16.768	22.253	180.534	331.993	1.040.632
Del Productor a Faena	281.122	49.478	2.755	7.186	95.971	11.632	448.144

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE, ODEPA. Ver Anexo 8

Este cuadro permite ver como se mueven las cabezas, para de esta manera entender en qué punto es más conveniente realizar la recaudación de los fondos, si bien vemos que un alto número de animales pasa de productor a la feria, sabemos que varios de ellos vuelven a

productor y que no sería coherente cobrar más de una vez por cabeza animal, en el siguiente se pueden ver los movimientos de la feria a productor y de la feria a la faena.

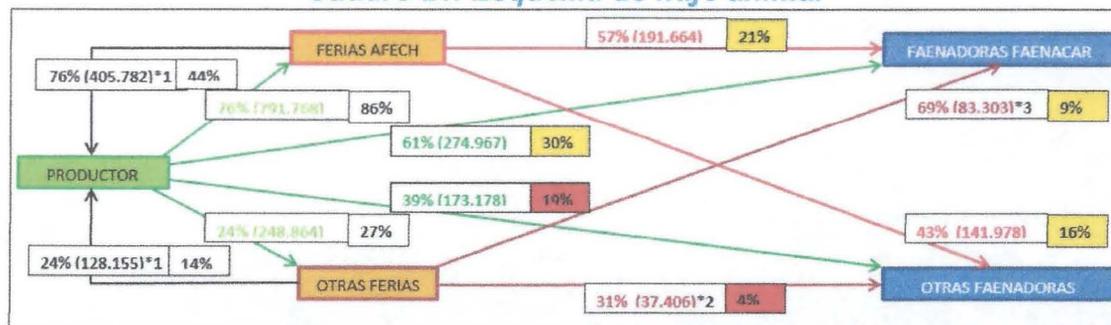
Cuadro 20. Flujo animal de la feria 2015

2015	NOVILLOS	VACAS	BUEYES	TOROS (UNOS)	VAQUILLAS	TERNEROS(AS)	TOTAL
De la Feria a Productor	121.788	35.472	-	-	93.765	302.912	553.937
De la Feria a Faena	139.603	192.221	16.768	22.253	86.769	17.449	475.063

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE, ODEPA. Ver Anexo 8

Con esta información, más lo recabado desde faena y las ferias, (Anexo 8) se esquematizó el flujo entre el productor, feria y faenadoras, diferenciando ferias AFECH de las otras, como también diferenciando FAENACAR de las demás faenadoras, esto debido a que son ellas quienes se pueden organizar para definir un punto de recaudación viable, el siguiente esquema representa claramente el flujo de cabezas.

Cuadro 21. Esquema de flujo animal



Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE, ODEPA, AFECH, FAENACAR (Ver Anexo 8)

En este esquema se ve como las cabezas bovinas van desde el productor a las ferias AFECH, a las otras ferias, a FAENACAR, y a las otras faenadoras. Las cabezas que vuelven a productor de las ferias AFECH y de las otras ferias, las cabezas que van de las ferias AFECH a FAENACAR y a las otras faenadoras, y por ultimo las cabezas que van de las otras ferias a FAENACAR y a las otras faenadoras. Los cuadros que tienen el porcentaje en amarillo representan lo que se podría recaudar debido a las organizaciones de FAENACAR y AFECH (76%), y los restantes son los que son más difíciles de recaudar (el 24% restante).

Cabe señalar que para desarrollar los flujos fue necesario estimar ciertos canales y el porcentaje de animales que por ahí se tranzaban, debido a que no existe información detallada accesible y oficial que permita modelar cada uno de ellos. Debido a esta situación es que se propone y recomienda para el éxito del modelo que los actores, FAENACAR y AFECH sean capaces de convocar a empresas que se encuentran fuera de sus organizaciones para lograr recaudar a alrededor del 80% de los bovinos que se faenan a nivel nacional anualmente.

4. Sistema de recaudación

4.1. Determinar en qué sentido cobrar el aporte a la campaña de promoción

Existen dos modalidades de cobro para recaudar fondos para campañas de promoción, una es a la DEMANDA del producto y otra es a la OFERTA del mismo. Dicho de otro modo, una es en sentido inverso a la cadena de valor y otro es en el mismo sentido de esta cadena. En el primer caso, implicaría directamente subir el precio de venta del bien o producto, en este caso la carne bovina chilena, mientras que en la segunda opción lo que se organiza es que la cadena de valor y producción se hace cargo de este costo de promoción, repartiendo entre cada agente participante el costo de la misma. Sin embargo, y en el caso de la carne de producción nacional, ésta está sometida a las condiciones y restricciones de un mercado perfecto, incluida la importación de carne desde otros países hacia Chile, en cuyo caso, su valor compite con los precios de la carne bovina importada, inmerso en un mercado tremendamente competitivo de la carne mundial, por lo que si se subiese el precio, producto de una campaña como la que se propone, la carne chilena sería inmediatamente menos competitiva, proporcional a su subida de valor. Además, y dado lo anterior en Chile existen dentro de la cadena de valor, los distribuidores mayoristas, comercio retail (supermercados) y carnicerías que acceden hoy fácilmente a este producto importado. Hoy en Chile, el segmento de retail vende, de sus carnes, un 60% aproximadamente, de carnes importadas, y dentro de su distribución de ingresos, este producto es poco relevante, y por lo mismo le resulta indiferente, al menos en el corto plazo, invertir en una campaña de este tipo. En el caso de mayoristas o carnicerías la situación es similar. Además, la atomización de las carnicerías y su diversidad, aunque se pudiese llegar a algún acuerdo, no permitiría el control y recaudación adecuado y oportuno. Por lo anterior, se considera apropiado y más

efectivo, el aporte por parte de los agentes, directa y exclusivamente, involucrados en la cadena de valor de la carne chilena, desde la producción de la materia prima (animal gordo, en sus categorías novillo, vaca, vaquilla, toro, toruno o buey) hasta su venta y/o proceso para llegar al mercado final (a través de ferias ganaderas y/o plantas faenadoras). Son estos participantes de la cadena los que en definitiva son los más interesados en promover que este producto tenga una mayor valorización, y/o preferencia, y/o diferenciación por parte de los consumidores, reconociendo atributos que fortalezcan su competitividad en este creciente, pero agresivo mercado.

4.2. Cómo determinar el mejor común denominador para recaudar y cuantificar el aporte a la campaña y medir su impacto.

De acuerdo a otras experiencias tanto a nivel mundial, como a nivel nacional, los aportes para este tipo de campañas promocionales para productos alimenticios de origen agropecuario, normalmente buscan valores directamente vinculables a la producción o venta del bien y su segmento objetivo. Es decir, si el producto es un bien exportable, y la campaña busca desarrollar mercados en el exterior, el aporte a la campaña se hará en base a la cantidad de ese bien exportado o exportable, según sea el caso, o la injerencia en mercado final. Asimismo, si bien, hay experiencias en que el valor se asocia al valor económico del producto, éstos casos son los menos, siendo la principal forma, el aporte *proporcional o asociado a la unidad de medida transable más utilizada en registros oficiales, estadísticas comerciales y productivas*, e incluso la moneda de pago corresponde a la utilizada para ese negocio, de modo de estar indexado a los vaivenes de una economía abierta, y, en alguna medida, a la moneda en la que se gastarían eventualmente los recursos recaudados. A modo de ejemplo, para fruta de exportación, se usa el valor de aporte por caja de fruta respectiva en USD\$, o para el caso de cereales, se usa un valor por tonelada producida. Es así como para el caso de la carne bovina, si bien en algunos casos se usa una proporción del valor del animal (su valor por kilo en base a alguna referencia acordada por el peso de la vara o del animal vivo previo a faena), en la mayoría de los casos, y especialmente en industrias consolidadas, como USA, Reino Unido, Australia, etc. se usa un valor o monto por cabeza animal. En la segunda parte de este estudio se abordará con más detalle esta revisión de información específica de otras industrias y mercados.

Es así como la forma de cobro por unidad animal o cabeza, sugerida en este estudio, tiene las siguientes características que la hacen más viable para el caso del aporte para la campaña de promoción de la carne:

- **Es objetiva:** No queda a criterio de nadie, sólo importa la cantidad de cabezas faenadas, no su calidad u otro atributo específico, dejando fuera lo engorroso que significa el definir tarifas por tipo animal y posterior control de aquello.
- **Es simple de calcular:** Basta con los registros de cada agente, en este caso, los productores y sus FMA (formularios de movimiento animal) o sus guías, las copias de recepción en ferias, sus guías o facturas y los registros de ingreso de animales a plantas de faena y su facturación o estadísticas de faena.
- **Asociada a registros oficiales de terceros:** dado que todos los animales faenados son inspeccionados por profesionales del SAG y sus procesos verificados por ellos, existe un registro oficial de la cantidad y categoría de animales beneficiados en todas las plantas de Chile.
- **Fácilmente contrastable y auditable:** Por los puntos anteriores, es posible rápidamente, comparar la cantidad de animales faenados con el aporte recaudado por cada planta suscrita al programa de promoción. Estos registros se mantienen actualizados cada mes, por lo tanto es información muy oportuna.
- **No usa información sensible, como precios de venta o comercialización, ni costos:** Dado que es un programa de varios eslabones de la cadena, y por cada uno de ellos, hay muchos participantes, empresas y personas, sería muy poco viable considerar algún cálculo de aporte basado en valores de venta, costos de producción o márgenes del negocio, por constituir información estratégica o privada. El uso de un valor o proporción de aporte por cabeza animal evita este problema o fuente de conflicto.
- **La información histórica permite hacer estimaciones y proyecciones:** Dado que existen registros en el tiempo, es posible contrastar períodos y evaluar recaudaciones futuras, con la salvedad de reconocer y ajustar a los ciclos propios del mercado de la carne y las tendencias observadas en la industria.
- **Rápido de implementar:** No hay que crear un nuevo sistema de registros o seguimiento o valorización. Se usan las fuentes de cuantificación existentes actualmente por cada agente.
- **Costo de recaudación y administración más bajo:** Por todas las razones anteriores es esperable que este costo, necesario para recaudar y administrar los aportes, sea menor que las otras opciones que revierten una complejidad mayor.

4.3. Determinación de qué agentes de la cadena podrían ser recaudadores de aportes para la campaña de promoción y análisis del valor cuota por cabeza bajo diferentes escenarios.

Para la determinación de qué agentes de la cadena podrían recaudar los aportes en primera instancia para luego derivarlos a la institución o entidad que los administró se consideró aspectos tales como:

- Poder dar la mayor certeza de recaudación única (no duplicada) por animal con un sistema simple y eficiente.
- Poder abarcar la mayor cantidad de animales faenados (80%) en la cadena de la carne a nivel nacional de modo de dar igualdad de condiciones para todos, y que no hubiese un desvío de preferencia a uno u otro eslabón por no tener que pagar este aporte a la campaña.
- Que tuviesen experiencia recaudando recursos en nombre de terceros y luego entregándolos de manera eficiente y transparente.
- Que el agente contara con capacidad administrativa para recaudar fondos adicionales a su operación habitual, sin afectar su funcionamiento.

Considerando las cifras a nivel nacional del rubro, en el cual actualmente serían alrededor de 130.000 productores, que todos los animales van identificados y trazados con su DIIO, que las ferias ganaderas reciben gran parte del ganado (90% aproximado de los animales) y que cada animal para llegar al mercado final como carne, debe pasar por una planta de faena, es posible establecer un mecanismo de recaudación por animal basado en el animal gordo que pasa por feria y/o por planta de faena. En el caso de pasar por feria, el animal podría pasar más de una vez por ese agente, por lo cual se definiría que sólo aquel bovino que va a faena, de cualquier categoría, pagará un aporte a la campaña de promoción. En el caso de aquellos animales que no pasan por feria, sí o sí, pasarán por alguna planta de faena para ser transformados en carne, por lo tanto, en ese caso, en esa instancia pagarían su aporte a la campaña. De acuerdo a lo conversado con los agentes involucrados en esta cadena, y con el fin de operar efectivamente este cobro, es posible que en una primera instancia las Ferias puedan ser recaudadores, colocar un sello o timbre a los documentos formales para el movimiento animal (Factura-Guía-FMA) y así evitar la duplicidad de cobro en la planta de faena, posteriormente. Así, si el animal no lleva en su documentación

el sello de cobro del aporte a la campaña, al llegar a una planta de faena, se le imputaría en ese momento ese aporte.

El segundo aspecto a considerar en la propuesta de qué agente podría ser recaudador es la capacidad y experiencia del agente en recaudar fondos en nombre de terceros. En este caso, es sabido que la mayoría de las plantas de faena (al menos aquellas que faenan el 60% nacional, asociadas a FAENACAR) y la mayoría de las Ferias ganaderas (al menos aquellas que rematan el 86% del total nacional, asociadas a AFECH), hoy son agentes retenedores, lo que implica que recaudan un 5% asociado al valor del IVA futuro de la carne, de acuerdo a la Ley de la Carne, y además recaudan el pago de los servicios que efectúa el SAG en sus dependencias. En ambos casos, estos recursos son recibidos y posteriormente entregados a la institución u organización que corresponde, funcionando a la fecha muy adecuadamente.

Para determinar lo recaudable se desarrolló un modelo matemático el cual permite ajustar los flujos de animales simulando diferentes escenarios. Cabe señalar que existe información sensible de las empresas a la cual no se puede acceder por lo que en esta etapa se planteó un escenario probable de flujo de animales, pudiendo ajustarse el modelo en la medida que se pueda proveer en el tiempo. Esto llevado a una estimación de lo que se podría recaudar con AFECH y FAENACAR en diferentes escenarios se generan los siguientes volúmenes recaudables:

Cuadro 22. Cabezas sujetas a recaudación

Cabezas Recaudables		
Solo recauda FAENACAR (60% de la Faena)		549.934
Solo recauda AFECH Gordos		333.642
AFECH	A FAENACAR	191.664
	A Otras Faenadoras	141.978
FAENACAR	Del Productor	274.967
	De Otras Ferias	83.303
TOTAL Recaudan FAENACAR + AFECH		691.912

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ODEPA, INE, FAENACAR, y AFECH, considerando datos del 2015

Este cuadro representa un escenario estimado si los recaudadores son AFECH y FAENACAR (Se estima que se podría alcanzar entre el 68% al 74% de lo faenado). Sin embargo, se propone que se pueda cubrir un volumen de cabezas faenadas cercanas al 80% nacional, para lo cual se hace necesario que estas organizaciones sean capaces de convocar a otras Plantas de Faena y otras Ferias, no pertenecientes a las AG respectivas, para que colaboren con la recaudación para llegar a un total aproximado de 740.000 animales.

Si consideramos los diferentes escenarios para la recaudación del millón de dólares (\$653.510.000 pesos chilenos) requerido para financiar la campaña de promoción las cuotas por animal serían las siguientes, *debiendo agregarse a esa cuota los costos de recaudación y administración del modelo.*

Cuadro 23. Cuota por Cabeza faenada a recaudar en diferentes escenarios

QUIEN RECAUDA	N° CABEZAS	VALOR CUOTA (\$/POR CABEZA)
<i>Solo recauda FAENACAR (60% de la Faena)</i>	549.934	1.188
<i>Solo recauda AFECH Gordos</i>	333.642	1.959
<i>Recaudan (FAENACAR + AFECH)</i>	691.912	944
<i>Recaudan (FAENACAR + AFECH) PLUS*</i>	740.000	883

* Considera la incorporación de otras Ferias y Plantas de Faena externas a FAENACAR y AFECH para llegar a recaudar el 80% de la faena nacional de bovinos.

Como se aprecia en el cuadro 23 el valor cuota es muy sensible a la participación de los agentes de la cadena, por lo cual se hace relevante el trabajo que puedan hacer las Asociaciones Gremiales en post de incorporar a agentes externos a sus organizaciones para que participen activamente mediante la recaudación de fondos para la cadena de la carne bovina chilena.

Dado que la cuota es por cabeza de animal faenado, se realizó el análisis para determinar cuál era el impacto de dicha cuota sobre el valor del animal y dimensionar la magnitud de lo que se está proponiendo. En el cuadro 24 se presentan cuanto representa la cuota respecto al valor referencial de un novillo gordo de 475,6 kg y un valor por kilo de \$1.123,3 (valores promedio año 2015 para novillo gordo – Fuente ODEPA).

Cuadro 24. Cuota por Cabeza faenada a recaudar en diferentes escenarios

QUIEN RECAUDA	VALOR CUOTA (\$/POR CABEZA)	VALOR CUOTA/VALOR DEL NOVILLO GORDO (%)	VALOR CUOTA / KILOS NOVILLO GORDO (\$/KG)
<i>Solo recauda FAENACAR (60% de la Faena)</i>	1.188	0,22%	2,5
<i>Solo recauda AFECH Gordos</i>	1.959	0,37%	4,1
<i>Recaudan (FAENACAR + AFECH)</i>	944	0,18%	2,0
<i>Recaudan (FAENACAR + AFECH) PLUS</i>	883	0,17%	1,9

Como se aprecia en el cuadro 24 la incidencia de la cuota de recaudación por cabeza sobre el valor del novillo es muy baja y fluctúa entre un 0,37% en el peor escenario y un 0,17% en el escenario que se recaude el 80% del ganado bovino que se faena a nivel nacional. Si analizamos que significa el valor de la cuota en los diferentes escenarios, sobre el precio del novillo gordo, vemos que fluctúa representa entre \$4,1 y \$1,9 por kilo. Se insiste en el punto que a esta cuota es necesario sumarle los costos de recaudación y administración del modelo, los cuales se determinarán una vez que se defina su forma legal y tributaria.

4.4. Distribución del valor cuota recaudado por animal entre los agentes de la cadena de valor considerados.

Como se ha señalado en puntos anteriores, la cuota a recaudar para la promoción de la carne chilena se le cobra al animal, al momento de la faena, una vez en su vida. Bajo ese escenario y habiendo definido los entes que podrían recaudar dichos fondos, se hace el análisis de, cómo y en cuánto, paga cada uno de los involucrados (productores – ferias – plantas de faena) dicha cuota.

De acuerdo a lo que se ha mostrado en figuras anteriores en la industria de la carne nacional o de origen chileno, los agentes relevantes corresponden en primera instancia a los productores y en segundo lugar las ferias ganaderas y las plantas faenadoras. Esto

considerando el valor de la producción por cada estamento en relación al valor de su producto (animal) o servicio (transacción o faena). El resto de los agentes de la cadena nacional son menores, tales como los fletes, insumos, servicios analíticos, profesionales u otros. En el caso de los productores, estos se reparten en diferentes etapas de la producción, tales como crianza, recría y engorda, los cuales comparten de diferente forma el valor final del animal transado. En el caso de las Ferias de ganado, donde la mayoría de los productores comercializa sus animales, éstas usualmente cobran el 3% de comisión para cada parte de la transacción, es decir un 3% al vendedor y un 3% al comprador de cada animal valorizado. Como en toda industria existen procesos de negociación y descuentos dependiendo de las condiciones comerciales de cada parte y oportunidad de venta. Respecto de las plantas de faena existe un precio o valor determinado para cada servicio dentro de la planta para el bovino, dependiendo de lo que se requiera, que se traduce, por ejemplo, en un costo por kilo de vara fría obtenida, con diferentes matices respecto de la valorización y uso de la mancornu u otros subproductos específicos, que se pueden negociar en cada caso (ver Anexo 6, con detalle por categoría, valores referenciales). Para el cálculo específico del valor de cada segmento en la industria sólo se ha considerado el valor de servicio de las plantas de faena porque en el caso de las plantas de faena que comercializan carne, estarían ejerciendo un rol de mayoristas de la carne, lo cual hemos dejado fuera de la participación en la promoción de la carne, porque como se dijo anteriormente, en ese caso se incluye la carne importada, segmento al cual le es indiferente o más bien no tiene interés particular en participar de esta campaña de promoción de la carne chilena (Ver Anexos 7 al 11, con detalles de respaldo y cálculos en base a cifras oficiales).

Dicho lo anterior, se evaluó la participación de cada uno de los agentes involucrados (Productores – Ferias – Plantas de Faena) desde dos miradas.

La primera fue analizar las ventas totales por cada uno de los sectores, considerando para esto los siguientes supuestos:

- En el caso de los productores se consideraron el total de animales que van a faena por el valor promedio de peso vivo y precio por kilo vivo por cada una de las categorías.
- En el caso de la ferias se consideró el total de animales transados en feria por el 6% de comisión.

- En el caso de las plantas de faena se consideró el servicio de faena para lo cual se cotizó a modo de referencia y determinó el valor por cada una de las categorías por el número de animales por categoría.

En el cuadro 25 se puede apreciar el tamaño de cada uno de los involucrados como sector y lo que representan del total de la cadena involucrada. De esta forma apreciamos que el 88% correspondería al segmento de los productores y el 5% a las ferias y el 7% a las plantas de faena.

Cuadro 25. Distribución porcentual de los agentes respecto al segmento de la cadena que representan asociado a las ventas estimadas totales.

CUADRO RESUMEN VALOR TOTAL (M\$)		
CATEGORIA	TAMAÑO	%
PRODUCTOR	\$ 388.406.942	88,496%
FERIAS	\$ 20.885.098	4,759%
FAENADORAS	\$ 29.604.183	6,745%
	\$ 438.896.222	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos ODEPA, INE, MAFRISUR, y AFECH. Ver Anexo 9

Bajo este escenario si se pretende recaudar un millón de dólares, y se recauda a través de FAENACAR y AFECH, considerando un cobro por animal de \$944,5 pesos chilenos, la forma en cómo cada sector de la cadena aporta al pago, debiera ser el siguiente:

Cuadro 26. Distribución del pago según tamaño total de los agentes.

COBRO POR CABEZA	\$ 944,50	COBRO
PRODUCTOR	88%	\$ 831,2
FERIA	5%	\$ 47,2
FAENADORA	7%	\$ 66,1

Fuente: Elaboración propia.

El segundo análisis se realizó a partir del aporte de cada eslabón en el precio final de la carne, desde el productor hasta el consumidor final.

En este sentido, luego del análisis se determinó que los agentes involucrados contribúan al precio final de la carne de la siguiente manera:

Cuadro 26. Distribución del pago según tamaño total de los agentes.

Eslabón de la cadena de la carne bovina nacional	Contribución al precio final de la carne (%)
Cría	18%
Recría	10%
Engorda	21%
Feria	3%
Faena	3%
Industrial	8%
Minorista	37%

La parte de la cadena involucrada en esta propuesta (productores – ferias – plantas de faena) representa una contribución al valor de la carne del 55%, mientras que el 45% restante corresponde a la contribución de los agentes que se encuentran posterior a la faena hasta el consumidor final.

Al distribuir proporcionalmente, la contribución sobre el precio de la carne de los agentes que operan posterior a la faena, entre los agentes que participan de esta propuesta (Productores – Ferias – Plantas de Faena), se llega a la siguiente participación:

Cuadro 27. Participación según contribución al precio de la carne bovina.

Proporción por agente a participar en campaña	
89%	PRODUCTOR
5%	FERIA
6%	FAENA

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos ODEPA e INE.

De acuerdo a este análisis la distribución del pago de la cuota por cabeza faenada, bajo el escenario de recaudación de FAENACAR + AFECH, debiera ser como se señala en el cuadro 28:

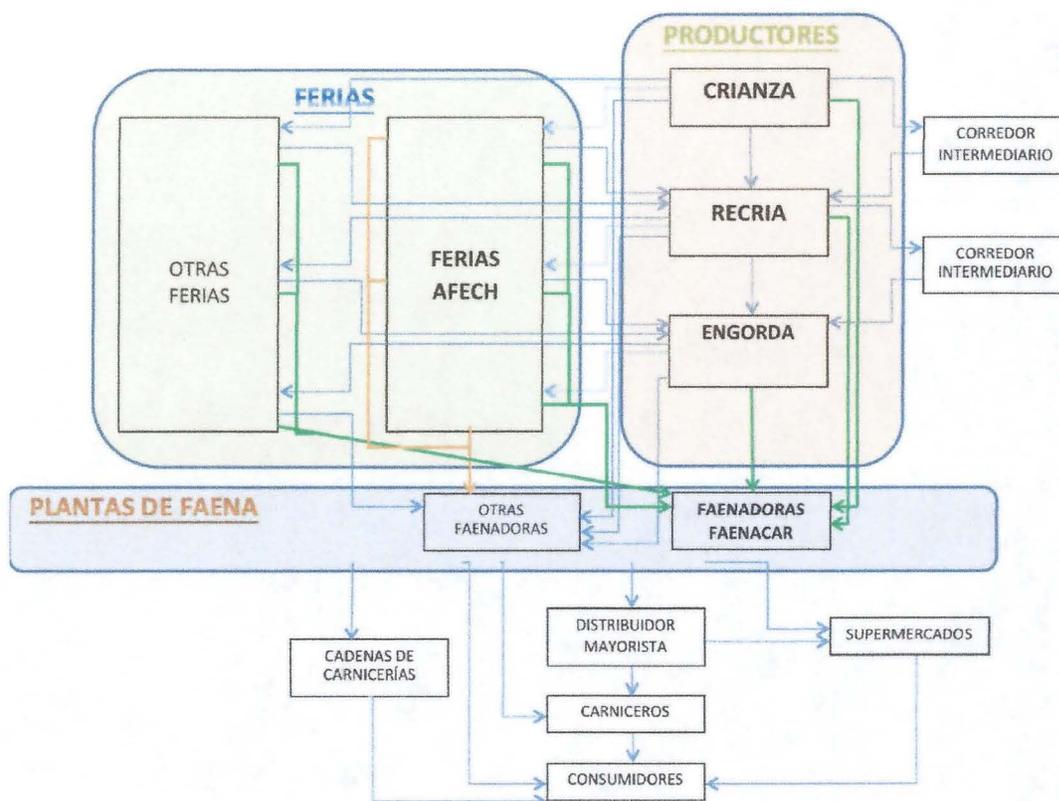
Cuadro 28. Cobro según valor creado

COBRO POR CABEZA	\$	944,5	COBRO
PRODUCTOR			\$ 842,3
FERIA			\$ 50,5
FAENADORA			\$ 52,7

Fuente: Elaboración propia.

Bajo ambos análisis descritos anteriormente, no existe diferencia significativa. Bajo estos escenarios independientemente de cual se considere, se concluye que la mayor contribución la realiza el sector productivo.

Cuadro 29. Esquema de flujos de la cadena de bovina nacional



5. Conclusiones

1.- Se sugiere cobrar o solicitar el aporte hacia atrás en la cadena de valor, es decir como cargo a la oferta del producto, no a la demanda, para no afectar la competitividad de la carne chilena en este momento, y hasta que no se logren los resultados esperados, cuales son la diferenciación y valorización de la carne chilena. Considerando el mercado nacional, y dado que existe un 60% de carne importada, y esto lo comercializan mayoristas, supermercados y carnicerías, no pudiendo diferenciarse claramente o trazarse, y no viendo motivación en estos agentes para aportar a la promoción de la carne chilena de vacuno, es que sólo se consideran como agentes aportantes a esta campaña a los Productores, Ferias y Plantas Faenadoras.

2.- La unidad de recaudación más consistente, práctica, efectiva y simple del aporte a esta campaña, respaldado por el benchmarking nacional e internacional, es el cobro por cabeza animal faenada.

3.- Los agentes sugeridos, como más apropiados y potencialmente más eficientes, para la recaudación de los aportes comprometidos para la campaña serían las Ferias Ganaderas y las Planta de Faena, pues es por ahí por donde pasan todos los animales nacionales para lograr la transformación en carne, con la organización adecuada es posible impedir duplicación en los cobros, y además este tipo de empresas, en general, cuentan con una estructura administrativa y experiencia en el cobro por cuenta de terceros (como la retención del 5% y costos SAG), lo que permite una mayor certeza de recaudación eficiente, ágil, transparente y rápida de implementar.

4.- De acuerdo a lo analizado en los datos estadísticos históricos del rubro y la información de los agentes de la industria de la carne, respecto de sus asociados, es posible suponer que es posible recaudar a lo menos el aporte del 60% de los animales faenados a nivel nacional, correspondiente a los animales faenados por los asociados de FAENACAR A.G. y hasta un 74% de los animales que irían a faena y que pasan por las ferias de Chile, relacionada con la representatividad de la AFECH. Sin perjuicio de lo anterior, es posible sumar a otras plantas de faena y ferias para aumentar la capacidad de recaudación, que cumplirían con las características recomendadas, a pesar de no pertenecer a ninguna de las asociaciones mencionadas. De acuerdo a conversaciones con la industria esto podría ser de un 10% de las cabezas bovinas adicionales, aproximadamente.



5.- De acuerdo a las cifras del año 2015, año en el cual se cuenta con la mayor cantidad de información estadística completa del rubro de la carne es posible estimar, para una campaña de promoción de un millón de dólares (MM\$ 653,5), un valor de \$ 944,5 por cabeza faenada, faltando por adicionar gastos de recaudación y administración de estos fondos. Este valor correspondería a un 0,2% aproximado del valor de un novillo de 475 kg de peso vivo. De acuerdo al valor proporcional de la industria por agente, le corresponderían \$ 842,3 al segmento Productores, \$ 50,5 al segmento Ferias y \$ 52,7 al agente Plantas Faenadoras, de acuerdo a la estimación de recaudación potencial que se puede lograr, con la participación y apoyo de los interesados y agrupados más formalmente.

6. ANEXOS

Anexo 1. Existencia de Ganado Bovino y Vientres a Nivel Nacional

EXISTENCIA DE GANADO BOVINO Y VIENTRES A NIVEL NACIONAL								
CENSO 1997 (INE)			CENSO 2007 (INE)			CENSO 2015 (INE)		
TOTAL BOVINO		4.098.438	TOTAL BOVINO		3.718.532	TOTAL BOVINO		2.735.857
Vacas/Vientres		1.545.989	Vacas/Vientres		1.453.748	Vacas/Vientres		1.080.874
		37,7%			39,1%			39,5%
Vacuna	930.065	60,2%	Vacuna	854.092	58,8%	Vacuna	619.797	57,3%
Lechera	615.924	39,8%	Lechera	599.656	41,2%	Lechera	461.077	42,7%

*Para calcular la proporción (%) del 2007 (Carne y Leche) se promedió 1997 con el 2015

Anexo 2. Beneficio de Ganado Bovino en Chile

Beneficio de ganado bovino en Chile (Número de animales)

AÑO	Novillos	Vacas	Bueyes	Toros / torunos	Vaquillas	Terneros(as)	Total
2004	469.140	171.555	17.986	18.300	132.976	11.272	821.229
2005	466.969	198.125	20.650	19.696	146.201	12.659	864.300
2006	497.447	225.166	20.947	22.065	169.701	15.142	950.468
2007	496.138	233.959	20.716	26.661	172.605	13.638	963.717
2008	475.412	275.894	22.726	23.248	187.676	19.817	1.004.773
2009	407.884	240.168	15.448	20.314	169.757	13.649	867.220
2010	404.973	208.237	25.788	22.985	148.948	8.443	819.374
2011	381.914	174.397	19.728	21.640	121.055	6.096	724.830
2012	409.523	182.283	15.279	24.221	122.779	8.044	762.129
2013	429.093	176.971	13.406	25.310	136.501	9.689	790.970
2014	441.560	216.042	16.048	27.772	167.906	23.421	892.749
2015	420.725	241.699	19.523	29.439	182.740	29.081	923.207
2016	394.086	216.388	17.755	26.857	182.534	26.286	863.906

Fuente: Elaboración propia con datos ODEPA.

Anexo 3. Participación en el Valor Creado

Participación en el Valor Creado				
	\$/KG	\$/ANIMAL	VALOR CREADO	% DEL VALOR CREADO
Cría	933	186.593	186.593	22%
Recría	832	291.142	104.548	12%
Engorda	1.081	486.450	195.308	22%
Feria	6%	515.637	29.187	3%
Faena	2.531	626.505	110.868	13%
Mayorista	7.007	867.075	240.570	28%

*Se estimó un peso en cría de 200 kg, en recría 350 kg, en engorda 450 kg, en faena 247,5 kg y en mayorista 123,75 kg.

*El cuadro representa el promedio de tres ciclos.

*Valores de Ternero (Cría) en Septiembre 2011 / 2012 / 2013

*Valores de Novillo de Engorda (Recría) en Abril 2012 / 2013 / 2014

*Valores de Novillo Gordo (Engorda) en Abril 2013 / 2014 / 2015

*Valores de Kg carne en vara (Faena) en Mayo 2013 / 2014 / 2015

*Valores de producto envasado (Mayoristas) en Junio 2013 / 2014 / 2015

*Valores obtenidos de ODEPA



Anexo 4. Ganado Bovino Beneficiado en Mataderos, Por Categoría, 2015 a Mayo 2017



Anexo 5. Ganado Bovino Rematado En Ferias Por Categoría



Anexo 6. Servicio Valor Faena (referencial real) por Animal



Anexo 7. Análisis de los Agentes de la Industria en A.G



Anexo 8. Flujo Animal



Anexo 9. Análisis de los Agentes de la Industria 2015



Anexo 10. Peso Promedio por Animal 2015



Anexo 11. Representatividad AFECH 2015 (Archivo adjunto)

Ver anexo en Excel Modelo Recaudación Promocarne 3Robles, Hoja AFECH 2015.



Anexo 12. Valor Creado, Ciclos.

Anexo 13. Establecimientos faenadores

**Establecimientos faenadores autorizados para exportación
Con inspección oficial del Servicio Agrícola y Ganadero (delegada del MINSAL)**

Actualizado a octubre 2016

N°	REGIÓN	COMUNA	OFICINA SAG CON JURISDICCIÓN	RAZÓN SOCIAL	NÚMERO OFICIAL	RUP	ESPECIE FAENADA
1	Arica y Parinacota	Arica	ARICA	Agroindustrial Arica S.A.	01-11	15.1.01.0352	Pollos
2	Valparaíso	La Calera	QUILLOTA	SOPRAVAL S.A.	05-09	05.5.02.0051	Pavos
3	Metropolitana	La Cisterna	MAIPO	Industrial Ochagavía Ltda.	13-06	13.1.09.0002	Pollos
4	Metropolitana	El Monte	TALAGANTE	Agroindustrial El Paico Ltda.	13-07	13.6.02.0363	Pollos, Pavos
5	Libertador	Rancagua	RANCAGUA	COMAFRI S.A.	06-01	06.1.01.0006	Porcinos
6	Libertador	Doñihue	RANCAGUA	Faenadora Súper Lo Miranda Ltda.	06-02	06.1.05.0003	Porcinos, Aves
7	Libertador	Rengo	SAN VICENTE	Procesadora de Alimentos del Sur Ltda. - FAENADORA EL ROSARIO	06-06	06.1.15.0007	Porcinos
8	Libertador	San Vicente de Tagua-Tagua	SAN VICENTE	Faenadora San Vicente Ltda.	06-08	06.1.17.0039	Pollos
9	Libertador	Pichidegua	SAN VICENTE	Faenadora Las Pataguas, Comercial MAXAGRO	06-17	06.1.13.0020	Porcinos

	S.A..						
10	Maule	Maule	TALCA	Coexca S.A.	07-03	07.1.05.0075	Porcinos, Jabalíes
11	Biobío	San Pedro de la Paz	CONCEPCION	Agroindustrias Lomas Coloradas Ltda.- AGROLOMAS	08-09	08.1.08.9001	Bovinos
12	Araucanía	Temuco	TEMUCO	Frigorífico Temuco S.A.	09-12	09.1.01.1503	Bovinos
13	Los Ríos	Valdivia	VALDIVIA	Procesadora de carnes del sur Ltda. - FRIVAL	10-31	10.5.01.1031	Bovinos
14	Los Lagos	Osorno	OSORNO	Matadero Frigorífico del Sur S.A.- MAFRISUR	10-15	10.3.01.0912	Bovinos, Ovinos
15	Los Lagos	Osorno	OSORNO	Frigorífico de Osorno S.A.- FRIGOSOR	10-26	10.3.01.0453	Bovinos
16	Aysén	Coyhaique	COYHAIQUE	Faenadora Cisne Austral	11-02	11.1.01.2108	Ovinos, Liebres
17	Magallanes	Punta Arenas	MAGALLANES	Frigorífico Simunovic S.A.	12-01	12.1.01.1201	Bovinos, Ovinos
18	Magallanes	Punta Arenas	MAGALLANES	Soc. Com. José Marín Antonín y Cía. Ltda.- AGROMARIN	12-05	12.1.01.1205	Ovinos, Bovinos
19	Magallanes	Puerto Natales	ULTIMA ESPERANZA	Comercial Mac Lean y Cía. Ltda.	12-08	12.4.01.0151	Ovinos, Liebres, Guanacos

20	Magallanes	Porvenir	TIERRA DEL FUEGO	Frigorífico Patagonia S.A.	12-10	12.3.01.1210	Ovinos
----	------------	----------	------------------	----------------------------	-------	--------------	--------

**Establecimientos faenadores autorizados para consumo nacional
Con o sin inspección oficial del Servicio Agrícola y Ganadero (delegada del MINSAL)**

Actualizado a septiembre 2016

N°	REGIÓN	COMUNA	OFICINA SAG	RAZÓN SOCIAL	NÚMERO OFICIAL	TIPO *	ESPECIE FAENADA
1	Arica y Parinacota	Putre	PARINACOTA	CFA Parinacota	s/n°	CFA	Bovinos, ovinos, caprinos, camélidos
2	Tarapacá	Pozo Almonte	IQUIQUE	Juvenal Luis Esteban Moscoso	s/n°	CFA	Ovino, porcino, caprino, camelidos
3	Tarapacá	Pozo Almonte	IQUIQUE	Eugenio Ticuna Vera CFA LOS ANDES	s/n°	CFA	Ovino, porcino, caprino, camelidos
4	Tarapacá	Huara	IQUIQUE	Ilustre Municipalidad de Huara	s/n°	CFA	Ovino, porcino, camelidos
5	Coquimbo	Coquimbo	ELQUI	Comercial Carnes Danke SA	04-01	Matadero	Bovino Ovino Caprino

6	Coquimbo	Combarbalá	LIMARI	Cilda Fredes Aguilera - CFA La Unión-Combarbalá	04-06	CFA	Bovino, Ovino, Caprino
7	Coquimbo	Illapel	CHOAPA	Sociedad Matadero y Frigorífico la Estancia Ltda.	04-09	Matadero	Bovino Ovino Caprino
8	Coquimbo	Ovalle	LIMARI	Sociedad Agrícola Santa Carmen Ltda.	04-18	Matadero	Pollos
9	Valparaíso	Cartagena	SAN ANTONIO	Alimentos del Litoral Cía. Ltda. - Matadero Cartagena	05-03	Matadero	Bovinos
10	Valparaíso	La Calera	QUILLOTA	Frigorífico la Calera Ltda. (FRIGOCAL)	05-08	Matadero	Bovino, Porcino, Equino
11	Valparaíso	Quilpué	VALPARAISO	Sociedad Calderón Quezada y Cía. Ltda. - Frigorífico Don Pedro	05-20	Matadero	Bovino, Equino, Porcino
12	Metropolitana	San Bernardo	MAIPO	Espinoza Navarro y Cía. Ltda. - CAREN	13-04	Matadero	Bovinos, Ovinos, Caprinos, Porcinos

13	Metropolitana	La Cisterna	MAIPO	Carlos Barros Mujica - CALACAR	13-05	Matadero	Bovinos
14	Metropolitana	Puente Alto	MAIPO	Faenadora y Frigorífico Cordillera S.A.	13-08	Matadero	Bovinos, Ovinos, Caprinos, Porcinos
15	Metropolitana	Paine	MAIPO	Matadero Linderos Ltda.	13-10	Matadero	Bovinos
16	Metropolitana	San Bernardo	MAIPO	Soc. Agrícola y Ganadera Mario Nebiolo y Cía. Ltda. - CAMER	13-11	Matadero	Bovinos, Porcinos
17	Metropolitana	Melipilla	MELIPILLA	Sociedad Inversiones Melipilla - AGROMEL	13-12	Matadero	Bovinos, Porcinos, Equinos
18	Metropolitana	La Pintana	MAIPO	Nazareno Aguayo Quezada - Matadero la Pintana	13-13	Matadero	Bovinos, Ovinos, Caprinos, Porcinos, Equinos
19	Metropolitana	Melipilla	MELIPILLA	Pablo Massoud y Cía. Ltda. - SANTA ROSA	13-27	Matadero	Pollos
20	Metropolitana	Melipilla	MELIPILLA	Max Albert Hans Beilitz Müller - GRANJA SAJONIA	13-28	Matadero	Pollos, Patos

21	Metropolitana	San Bernardo	MAIPO	Agrícola Don Pollo Ltda.	13-29	Matadero	Pollos
22	Metropolitana	San Bernardo	MAIPO	Codipra S.A.	13-30	Matadero	Pollos, Patos
23	O'Higgins	Graneros	RANCAGUA	Sociedad Gonzalez Mañez y Cía.. Ltda.- FAENAGRO	06-05	Matadero	Bovino, Porcinos
24	O'Higgins	Malloa	SAN VICENTE	Matadero Frigorífico Malloa Ltda. - MAFRIMA	06-50	Matadero	Bovinos, Equinos
25	O'Higgins	Rengo	SAN VICENTE	Agrícola Vizcaya Ltda.- PROPAVO	06-51	Matadero	Pavos
26	O'Higgins	Peralillo	SANTA CRUZ	Agrícola y Ganadera Agrocarné Ltda. - Faenadora LIHUEIMO	06-52	Matadero	Bovino, Ovino, Porcino, Equino
27	Maule	Curicó	CURICO	Matadero Frigorífico Guerra e Hijos Ltda.	07-15	Matadero	Bovino, Porcino, Jabalí
28	Maule	Parral	PARRAL	Carnes Andes Sur S.A.	s/n°	Matadero Móvil	Bovino, ovino, porcino
29	Maule	Talca	TALCA	Planta Faenadora Carnes Talca	07-16	Matadero	Bovino

30	Maule	Linares	LINARES	Planta Faenadora Carnes Linares	07-17	Matadero	Bovino
31	Biobío	Chillán	CHILLAN	Faenadora Rio Cato - Michel Veas y Carlos Valencia Ltda.	08-02	Matadero	Bovino, Ovino, Caprino, Equino, Pollos, Pavo, Pato, Conejo, Liebre, Avestruz, Emúes, Jabalí, Ciervos, Guanacos
32	Biobío	Bulnes	BULNES	Faenadora de Carnes Bulnes - Francisco Caro Palavicino	08-06	Matadero	Bovino, Ovino, Caprino, Porcino, Equino
33	Biobío	San Carlos	SAN CARLOS	Matadero San Carlos - Hugo Najle Hayne	08-07	Matadero	Bovino, Ovino, Caprino, Porcino, Equino
34	Biobío	Mulchén	MULCHEN	Frigorífico Biobío - Carlos Standen Herlitz	08-10	Matadero	Bovino, Ovino, Caprino, Porcino, Equino

35	Biobío	Coelemu	SAN CARLOS	Matadero Coelemu - Angel Marzano Crovetto	08-11	Matadero	Bovino, Ovino, Caprino, Porcino, Equino
36	Biobío	Cañete	CAÑETE	Faenadora de Carnes de Cañete	08-16	Matadero	Bovino, Ovino, Caprino, Porcino, Equino
37	Biobío	Yumbel	LOS ANGELES	Faenadora Yumbel	08-17	Matadero	Bovino, Ovino, Caprino, Porcino, Equino
38	Biobío	Ranquil	BULNES	CFA Ranquil	s/n°	CFA	Bovino, Ovino, Equino, Porcino
39	Biobío	Cobquecura	SAN CARLOS	CFA Cobquecura	s/n°	CFA	Bovino, Ovino, Equino, Porcino
40	Biobío	Chillan	CHILLAN	CFA Confluencia	s/n°	CFA	Bovino, Ovino, Equino, Porcino
41	Biobío	Portezuelo	CHILLAN	CFA Portezuelo	s/n°	CFA	Bovino, Ovino, Equino, Porcino

42	Araucanía	Angol	ANGOL	Jun Gerardo Pooley Topali - Faenadora de Carnes Angol	09-01	Matadero	Bovino, Ovino, Caprino, Porcino
43	Araucanía	Victoria	VICTORIA	Faenadora de Carnes Victoria S.A. - Faenadora Victoria	09-05	Matadero	Bovino, Ovino, Caprino, Porcino, Equino, Ciervo
44	Araucanía	Pitrufquén	VILLARRICA	Comercial Frigosur Rio Tolten Ltda. - Matadero Pitrufquén	09-15	Matadero	Bovino, Ovino, Caprino, Porcino
45	Araucanía	Nueva Imperial	IMPERIAL	Soc. Faenadora y Comercializadora de Productos Alimenticios Araneda Ltda. - Frigorífico Imperial Ltda.	09-26	Matadero	Bovino, Ovino, Caprino, Porcino, Equino, Jabalí
46	Araucanía	Cholchol	IMPERIAL	Sociedad Matadero Chol Chol Ltda.	09-29	Matadero	Bovinos, Equinos

47	Araucanía	Lautaro	TEMUCO	Luis Gerardo Soto Crisosto - Matadero Industrial Lautaro	09-30	Matadero	Bovino, Ovino, Caprino, Porcino, Jabalí, Emús
48	Los Ríos	Rio Bueno	RIO BUENO	Frigorífico Balmaceda SPA - FRIGOBAL	10-12	Matadero	Bovino
49	Los Lagos	Puerto Montt	PUERTO MONTT	Soc. Faenadora y Comercializadora de Carnes Abascar Ltda.	10-33	Matadero	Bovino, Ovino, Caprino, Porcino
50	Los Lagos	Llanquihue	PUERTO VARAS	Mödinger Hnos. S.A.	10-38	Matadero	Bovino, Porcinos
51	Los Lagos	Castro	CASTRO	Luis Vidal Vidal - Matadero El Corralillo	10-42	Matadero	Bovinos, Ovinos, Caprino, Porcinos
52	Los Lagos	Castro	CASTRO	Sociedad Comercial e Industrial Mataderos Ltda.- Matadero San Daniel	10-43	Matadero	Bovinos, Ovinos, Caprino, Porcinos
53	Los Lagos	Quellón	CASTRO	Matadero CADESUR	10-44	Matadero	Bovinos Ovinos Porcinos
54	Los Lagos	Futaleufu	PALENA	CFA FUTALEUFU	s/n°	CFA	BOVINOS

55	Los Lagos	Palena	PALENA	CFA PALENA	s/n°	CFA	BOVINOS
56	Los Lagos	Chaiten	PALENA	CFA CHAITEN	s/n°	CFA	BOVINOS
57	Los Lagos	Quinchao	CASTRO	Ilustre Municipalidad de Quinchao	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos, Cerdos
58	Los Lagos	Puqueldon	CASTRO	Carlos Elgueta Mansilla	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos, Cerdos
59	Los Lagos	Queilen	CASTRO	ilustre Municipalidad de Queilen	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos, Cerdos
60	Aysén	Coyhaique	COYHAIQUE	Soc. Comercial Inducar Ltda.	11-01	Matadero	Bovinos Ovinos Porcinos Equino
61	Aysén	Aysén	AYSEN	Matadero Miguel Cortéz Peña EIRL	11-04	Matadero	Bovinos, Ovinos, Porcinos
62	Aysén	Chile Chico	CHILE CHICO	Richard Falcon Wellman - CFA Falcón	11-23	CFA	Bovinos, Ovinos, Porcinos
63	Aysén	Chile Chico	CHILE CHICO	Manuel Rodríguez Barrocal - CFA Charquería	11-24	CFA	Bovinos, Equino

64	Aysén	Cochrane	COCHRANE	I. Municipalidad de Lago Cochrane - CFA Cochrane	11-26	CFA	Bovinos, Ovinos, Porcinos, Equino
65	Aysén	Cisnes	AYSEN	LA JUNTA- Andres Cardenas	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos, Porcinos, Equino
66	Aysén	Lago Verde	AYSEN	LAGO VERDE- Municipal	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos, Porcinos
67	Aysén	Cisnes	AYSEN	RAUL MARIN BALMACEDA	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos, Porcinos
68	Aysén	Cisnes	AYSEN	PUERTO CISNES- Adrian Cardenas	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos, Porcinos
69	Aysén	Cisnes	AYSEN	VILLA AMENGUAL	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos, Porcinos
70	Aysén	Coyhaique	COYHAIQUE	PUERTO IBAÑEZ- municipal	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos, Porcinos
71	Aysén	Aysén	AYSEN	VILLA MAÑIHUALES- Tomas Prado	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos, Porcinos
72	Aysén	Lago Verde	COYHAIQUE	VILLA LA TAPERA- Alejandro Becerra	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos

73	Aysén	Lago Verde	COYHAIQUE	VILLA LA TAPERA-Gloria Montecinos	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos
74	Aysén	Lago Verde	COYHAIQUE	VILLA LA TAPERA-Nadia Faundes	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos
75	Aysén	Coyhaique	COYHAIQUE	VILLA CERRO CASTILLO-Juanita Barrientos	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos, Porcinos, Equino
76	Aysén	Coyhaique	COYHAIQUE	VILLA CERRO CASTILLO-Carlos Medina	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos, Porcinos, Equino
77	Aysén	Coyhaique	COYHAIQUE	VILLA CERRO CASTILLO-Elian Millan	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos, Porcinos, Equino
78	Aysén	Rio Ibañez	CHILE CHICO	BAHIA MURTA-Excequiel Inostroza	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos
79	Aysén	Chile Chico	CHILE CHICO	PUERTO GUADAL- Juan Barria	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos
80	Aysén	Chile Chico	CHILE CHICO	BAHIA MURTA-MAGDALENA HENRIQUEZ	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos

81	Aysén	Chile Chico	CHILE CHICO	PUERTO TRANQUILO- Hector Mardones	s/n°	CFA	Bovinos, Ovinos
82	Magallanes	Punta Arenas	MAGALLANES	Matadero Magallanes	12-03	Matadero	Bovino, Ovino, Equino
83	Magallanes	Primavera	TIERRA DEL FUEGO	Frigorífico Swanhouse S.A.- Matadero Río Side	12-06	Matadero	Bovino, Ovino, Guanaco
84	Magallanes	Porvenir	TIERRA DEL FUEGO	Soc. Koba Ltda.- CFA Koba	12-07	CFA	Bovino, Ovino, Equino
85	Magallanes	Punta Arenas	MAGALLANES	Soc. Com. José Marín Antonín y Cía. Ltda.- AGROMARIN	12-05	Matadero	Bovino

7. Referencias

Thomas, B. (2015). Australian Cattle Industry Projections 2015.

Services, L. (2007). The Red Meat Industry, (October).

Behrendt, K., & Sturt, C. (2017). How are global and Australian sheepmeat producers performing? Global agri benchmark network results 2016, (January).

Finucan, M., Manager, G., & Markets, I. (2015). Global beef and Lamb markets 全球牛羊肉市场.

- Mercados. (2001). Mercado de la Carne Vacuna en Argentina.
- Forte, U. (2017). Estado de situación patrimonial, 2015–2016.
- IPCVA. (2015). Faena y producción de carne vacuna, 2–7.
- Agr, I., & Montes, E. (2011). Poniéndole la lupa a la ganadería vacuna del Uruguay Faena – Stock – Exportaciones – Precios, 34–39.
- Uruguay XXI. (2015). Reporte Sector Agronegocios Junio 2015, 40.
- Trabajo, D. De. (2011). El Comercio Exterior Bilateral Argentina – China Índice, 1–24.
- Up, S. C., & Gardiner, M. (2015). Top 25 Seedstock Operators.
- Jerry, S., Christopher, J., Council, F. B., Vi, R., & li, R. (2016). State & National The Federation of State Beef Councils 2016 Investor Report 2016 Federation Division Board of Directors v.
- Eblex. (2015). *UK Yearbook 2013 - Cattle*.
- House, N. (2008). Levy board reform, (May).
- Attenborough, G. (2015). *Agriculture and Horticulture Development Board Annual Report and Accounts 2015/16*.
- Cid, J. (1999). Características de canal, rendimiento al desposte y fuerza de cizalla del musculo *Longissimus thoracis* en novillitos y vaquillas