

IICA
E71
161

ROCISUR

Papers

EL MERCADO MUNDIAL DE CARNES BOVINAS

*Programa Cooperativo para el Desarrollo Tecnológico Agroalimentario y Agroindustrial del Cono Sur
Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay, Uruguay
Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura*







PROCISUR¹

Papers

El Mercado Mundial de Carnes Bovinas

Por Raúl Green
INRA – LORIA, París

raul.green@noos.fr /
green@ivry.inra.fr

Montevideo, Uruguay

Mayo 2005

Trabajo realizado para el PROCISUR, en el marco de la Plataforma Tecnológica Regional (PTRs) Cadena Carne Bovina 'Hacia el fortalecimiento competitivo de la cadena de carne bovina en la Region del MERCOSUR Ampliado'.



*Programa Cooperativo para el Desarrollo Tecnológico Agroalimentario y Agroindustrial del Cono Sur
Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay, Uruguay;
Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura*



00006410

11CA
E71
161

Green, Raúl

El mercado mundial de carnes bovinas / Raúl Green. – Montevideo : PROCISUR,
2005 - 72 p. ; (Papers)

ISBN 92-9039-685-7

/Mercado mundiales//Carne de res//Consumo//Demanda//Comercio internacional//
/MERCOSUR/ carne bovina

AGRIS E 71

CDD 382.3

*Las ideas y opiniones expuestas son propias de los autores y no necesariamente pueden
reflejar políticas y/o posiciones oficiales del PROCISUR y de las instituciones que lo integran*

PRESENTACIÓN

El Programa Cooperativo para el Desarrollo Tecnológico Agroalimentario y Agroindustrial del Cono Sur- PROCISUR ha priorizado, en su Plan de Mediano Plazo, la cooperación regional en calidad de las cadenas agroalimentarias, iniciando sus actividades sobre la cadena cárnica bovina, a través de distintas acciones enmarcadas en una Plataforma Tecnológica Regional (PTR). En los últimos años, los países del Cono Sur han dado un fuerte impulso al desarrollo de la producción bovina y al mismo tiempo, buscaron insertarse con mayor fuerza en el mercado mundial de las carnes. En ese escenario, la PTR está haciendo contribuciones tanto en estudios especializados como en cursos de capacitación y proyectos de investigación cooperativos estrechamente relacionados con aspectos tecnológicos asociados a los distintos eslabones de esta cadena agroindustrial.

El presente estudio tiene como objetivo contribuir al conocimiento de las principales tendencias que caracterizan el dinámico y complejo mercado de las carnes bovinas. Por su propia complejidad y dinamismo, el estudio sólo busca la complementación con otros trabajos y análisis que se efectúan regularmente en la región por distintas instituciones nacionales.

Sin embargo, se ha hecho un esfuerzo por profundizar en aspectos distintos a los estudios actualmente disponibles, como por ejemplo, examinar en cierto detalle las tendencias del consumo europeo tomando como base los casos de España y Francia, las cadenas de aprovisionamiento y el mercado de las carnes transformadas. Por otra parte, se hace también referencia a la cadena HORECO que ofrece un alto potencial como mercado especializado en Europa y que puede ser de interés para los países de la región.

Asimismo, se contribuye analizando las características y tendencias de los intercambios regionales de carne bovina entre los países del Cono Sur, información que creemos es útil para el perfeccionamiento del intercambio comercial al interior del MERCOSUR.

Esperamos que esta contribución sea de interés para los países y aporte información complementaria en el ámbito regional y global sobre el mercado de las carnes.

Emilio Ruz J.

Secretario Ejecutivo del PROCISUR
Especialista Regional en Tecnología e Innovación IICA

SUMARIO

Introducción

I – LAS TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO MUNDIAL DE CARNES

I.1. LA EVOLUCIÓN DEL CONSUMO MUNDIAL

I.2. LA EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EUROPEO

I.3. PERSPECTIVAS FUTURAS DE LA DEMANDA MUNDIAL DE CARNES

II – LAS GRANDES TENDENCIAS DEL COMERCIO MUNDIAL DE CARNES

III – LAS EXPORTACIONES DE MERCOSUR

III.1. ARGENTINA

III.2. BRASIL

III.3. URUGUAY

III.4. SÍNTESIS MERCOSUR

IV – EL MERCADO EUROPEO DE CARNES

IV.1. El mercado español de carnes

IV.2. El mercado francés de carnes

V – EL DESARROLLO DEL CIRCUITO HORECO EN EUROPA

VI – ALGUNAS CONCLUSIONES PARA EL DEBATE

CONCLUSIONES

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

El mercado mundial de carnes es un mercado de gran importancia económica, de gran complejidad y de una gran diversidad de formas de organización, con tendencias diferentes según el mercado nacional del cual se trate. Un análisis detallado de la totalidad de su evolución representa una tarea sumamente compleja. Para resolver el problema, se ha trabajado aquí en dos niveles. El primero de ellos es el de determinar tendencias generales que den una imagen global de la evolución del mercado, principalmente del lado del **consumo**. Allí se observa algunos hechos que nos parecen particularmente importantes a ser tomados en cuenta, como el potencial de crecimiento del consumo de los países en desarrollo, frente a una cierta estabilización del consumo que se observa en los países desarrollados. Estos elementos siendo presentados en el primer y segundo capítulo del informe.

En el segundo nivel del informe, a partir del tercer capítulo, se estudian algunos puntos que nos parecen particularmente significativos de la evolución del mercado. Comenzamos por un análisis detallado del caso de **Brasil**, que es sin duda alguna el actor más dinámico de la región. Hemos también intentado, siempre en el caso de **MERCOSUR**, de prestar una cierta atención a la evolución de los intercambios regionales, que nos parecen ser de una importancia mayor que la que se le suele prestar.

En el capítulo cuarto, presentamos algunos casos significativos en Europa, buscando a través del análisis del **mercado de carnes de España y de Francia**, mostrar algunos elementos esenciales del funcionamiento del mercado europeo de carnes. Tomamos así en cuenta temas tales como el desarrollo de sistemas de **Indicación Geográfica Protegida – IGP–** en España, o la construcción de cadenas de aprovisionamiento verticalmente organizadas por las centrales de compra en Francia, como es el caso de las *'Filière Qualité'*. Se trata también a partir del análisis de estos mercados, de mostrar otros elementos que nos parecen también significativos, como la tendencia recesiva para las carnes rojas, y el desarrollo del mercado de carnes transformadas.

En el quinto capítulo, tratamos el desarrollo del canal **HORECO (HOTelería, REstauración, COlectividades)**, que nos parece ser un canal de venta de carnes poco conocido, por ser menos tratado en la bibliografía, pero que presenta un importante potencial comercial en Europa. Uno de los problemas principales del trabajo ha sido la falta de homogeneidad de las estadísticas de diferentes fuentes de información. Los datos de fuentes de importancia internacional como la FAO, el USDA, o la UE, son muchas veces diferentes. Esto lleva que en algunos cuadros, donde se presentan tendencias largas, al tratar de ser actualizados al 2004, presen-

tan una combinación de datos de diferentes fuentes, que pueden ser relativamente disímiles. Sin embargo, dado el interés por realizar un análisis de tendencias largas y la imposibilidad de homogeneizar los datos, los presentamos en algunos casos en un mismo cuadro, dado que desde nuestro punto de vista, permite enriquecer el análisis. Es importante señalar, que si bien los datos en algunos casos difieren, suelen ser coherentes en la demostración de tendencias, lo que nos permite afirmar que pese a ciertos problemas de orden metodológico, el análisis de tendencias realizado no debería estar afectado por este problema.

El trabajo termina con una serie de conclusiones, que más que proponer líneas de acción o tendencias futuras de la actividad, buscan fundamentalmente alimentar un debate. Por dos razones, la primera de ellas es que a lo largo del texto se van presentando diferentes conclusiones parciales; la segunda, es que la intencionalidad principal del trabajo es de animar un debate entre los actores del sector.

I - LAS TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO MUNDIAL DE CARNES

I.1. LA EVOLUCIÓN DEL CONSUMO MUNDIAL

El consumo mundial de carnes está principalmente centrado en las carnes porcinas y las aves, que representan alrededor del 70 % del consumo mundial de productos cárnicos.

Las carnes bovinas, que representan un 25 % del consumo mundial, tienen desde hace ya unos años atrás, una tendencia lenta a perder parte de este porcentaje, y parece estar estabilizado a poco menos de 10 Kg./habitante/año (ver cuadro 1). Algunos factores, como la posible disminución del consumo en los Estados Unidos, principal mercado mundial, consecuencia de casos de Encefalopatía Espongiforme Bovina (EEB) en Canadá y en su propio territorio, pueden tener un impacto futuro importante, aunque los datos del 2004 evidencian un buen nivel del consumo de carnes en los Estados Unidos (ver cuadro 1).

Los cambios de volumen del consumo mundial de carnes bovinas han sido importantes en los últimos años (+4,65% entre 2002/2001, -0,76% entre 2003/2002 y +0,69 % entre 2004/2003) y con comportamiento diferente en el mercado de otras carnes. Esto ha llevado a que se pase de una evolución del mercado mundial de carnes de +3,4% entre 2002/2001, +3,7% entre 2003/2002 y 1,9% entre 2004/2003 (ver cuadro 1). Es muy probable que estas variaciones continúen, dado los problemas de orden sanitario en

grandes mercados como los Estados Unidos y Canadá, y sus consecuencias en términos de comercio internacional para mercados de gran importancia como Rusia, Corea del Sur y Japón¹. Estos problemas sanitarios principalmente en las carnes bovinas, deben tener en cuenta el impacto negativo de la EEB, resultado del descubrimiento de un caso en Canadá en mayo 2003, y de otro en los EEUU en diciembre 2003. En el caso de las aves, el impacto sanitario parece haber tenido menor importancia en lo que hace a su consumo.

Según los mercados, otros factores a tener en cuenta son la caída de los ingresos de los consumidores y el aumento de los precios de las carnes, o la evolución de las cuotas en Rusia.

¹ La Sagpya (2004) estimaba, en mayo del 2004, para el año 2004 una caída global del 10% de las importaciones mundiales, respecto de los volúmenes del 2003. Japón disminuía sus importaciones del -36% y Corea del Sur de -55%, mientras Rusia, por el contrario, las aumentaba del

Cuadro 1 - Consumo de carne en el mundo (1 000 toneladas equivalente carcasa TLC)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	% 2002-03
Bovinos	59.238	58.263	59.167	61.921	61.450	61.873	0,7
Ovinos	11.100	11.400	11.500	11.800	12.300	12.600	2,4
Porcinos	89.900	89.900	89.300	91.500	98.600	100.900	2,3
Aves	65.427	69.213	71.951	74.612	76.394	78.225	2,4
Total	225.665	228.776	231.918	239.833	248.744	253.598	2
Consumo relativo de carne en el mundo (en %)							
Bovinos	26,3	25,5	25,5	25,8	24,7	24,4	-0,3
Ovinos	4,9	5	5	4,9	4,9	5	0
Porcinos	39,8	39,3	38,5	38,2	39,7	39,8	0,1
Aves	29	30,2	31	31,1	30,7	30,8	0,1
Consumo per capita de carne en el mundo (Kg./hab/año)							
Bovinos	9,9	9,6	9,6	9,9	9,8	9,7	-0,6
Ovinos	1,9	1,9	1,9	1,9	2	2	1,2
Porcinos	15	14,8	14,5	14,7	15,7	15,8	1,1
Aves	10,9	11,4	11,7	12	12	12,3	1,1
Total	37,7	37,7	37,7	38,5	39,5	39,8	0,7
Consumo per capita de 4 carnes en los principales mercados (Kg./hab/año)							
Estados Unidos	124	122,8	122,6	126,4	125	127,3	1,9
Australia	103,6	104	101,5	106,5	107,3	106,7	-0,6
UE	90	87,9	88	89,8	90	86,5	-1,3*
Argentina	99,3	99,6	99,5	90,7	92,4	98,8	6,9
Brasil	77,4	80,8	80,5	82,4	78,6	77,6	-1,3
Méjico	52,8	53,8	55,1	57,9	57,6	57,4	-0,3
Corea del sur	53,5	53,6	69,9	71	72,2	61,1	-15,4
China	47,5	48,7	49,5	51,1	52,9	54,1	2,3
Rusia	45,4	41,9	45,5	51	51,6	52,3	1,4
Japón	44,4	47,1	45,8	46,1	45	44,6	-0,9
MO África Norte	23	22,9	22,3	22,5	22,9	23,3	1,5
África del sur	42,6	43,1	43,2	41	43,7	43,9	0,3
India	4	3,3	3,1	3,1	3,1	3	-2,3
Consumo total de 4 carnes en los principales mercados (1000 tec)							
China	60.304	62.046	63.648	66.125	68.465	70.181	2,5
Estados Unidos	34.486	34.524	34.790	36.249	36.242	37.258	2,8
UE	33.985	33.299	33.493	34.129	34.414	39.650	-0,9*
Brasil	12.789	13.508	13.681	14.402	13.914	14.278	2,8
MO África Norte	8.348	9.063	9.230	9.146	9.553	9.819	2,9
Rusia	6.615	6.296	6.813	7.416	7.285	7.260	-0,3
Méjico	5.177	5.756	5.946	6.322	6.311	6.579	4,2
Japón	5.590	5.670	5.521	5.561	5.614	5.465	-2,7
India	2.512	2.512	2.592	2.526	2.544	2.560	0,6
Argentina	3.631	3.428	3.316	2.918	3.019	3.306	9,5
Corea del sur	1.070	1.357	1.310	1.421	1.475	1.277	-13,4
Australia	1.375	1.329	1.348	1.394	1.484	1.457	-1,8
África del sur	1.700	1.689	1.740	1.765	1.839	1.888	2,2

* UE a 15 en 2003 y UE a 25 en 2004. Evolución de la configuración geográfica constante
Fuente: OFIVAL (2004 y 2005)

El consumo de porcinos y de aves, es uno de los consumos más difundidos en el ámbito mundial. En algunos mercados, principalmente los asiáticos, poseen una fuerte predominancia.

En algunos mercados europeos, como Alemania, Italia o Francia, la carne de porcino tiene también una fuerte participación en el consumo total de carnes.

Por el contrario, el consumo mundial de carnes vacunas, al igual que su producción, está concentrado en un número limitado de países. Los doce primeros mercados consumidores de carne bovina, representan tres cuartas partes del consumo mundial. Los cuatro principales mercados: Estados Unidos, UE-15, Brasil y China, representan 56,7% del consumo mundial de carnes vacunas. Argentina, Brasil y Uruguay consumían en el 2002, el 15% mundial de carnes vacunas, contra 21 % para los Estados Unidos y 12 % para la UE-15 (Ver cuadro 2).

En general, los principales países productores son también los principales consumidores. Dos excepciones a esta regla son Australia y Nueva Zelanda debido principalmente a su baja población. Por el contrario, pequeños productores como Corea del Sur y Japón, resultado de una fuerte población y de altos ingresos son impor-

tantes consumidores.

El consumo mundial de carnes vacunas tiene una tendencia larga al crecimiento. La misma es relativamente importante entre 1991 y 1999 (+7,7%), y se estabiliza a partir de esa fecha en +2,9 entre 1999 y el 2002 (Ver cuadro 2), creciendo a un ritmo inferior al crecimiento de la población mundial.

En el interior de esta tendencia global, hay diferencias importantes, según de que país o región se trate, hay tres casos a señalar:

- El primero de ellos es el caso de Rusia, con un consumo total de 8.871.000 tec (toneladas equivalente carcasa) de carnes vacunas en 1991, el consumo cae a 4.918.000 tec en 1995 y a un promedio de 2.315.000 tec entre 1999 y 2002 (Ver cuadro 2). Con ciertas diferencias, se observa una evolución similar en otros países que salieron de la economía planificada para ingresar con graves dificultades en la economía de mercado. El consumo total de carnes vacunas de los países de Europa del Este bajó más de la mitad entre 1991 y el 2002.

- Un segundo caso a señalar es la evolución del consumo de carnes vacunas en los países de la UE-15. En esta zona, que

1996 y en el 2001, se observa que, pese al ingreso de tres nuevos países miembros en 1995, se vive una casi-estabilización en el consumo de carnes vacunas.

La observación realizada para la UE-15 es generalizable para la mayor parte de los países desarrollados. En efecto, Japón dis-

entre 1995 y el 2002, Canadá mantiene un nivel de consumo estable, aun los Estados Unidos presenta una cierta estabilidad entre 1999 y el 2002. Solo Corea del Sur aumenta fuertemente su consumo de 229.000 tec en el decenio 1991 – 2002 (Ver cuadro 2).

Cuadro 2 - Consumo mundial de carnes vacunas (1.000 TEC)

	1991	1995	1999	2000	2001	2002
EE.UU.	11.042	11.726	12.327	12.503	12.259	12.705
UE-15	7.531	7.480	7.605	7.245	6.694	7.365
Brasil	4.165	5.903	5.861	6.102	6.191	6.378
China	1.313	4.062	5.012	5.291	5.558	5.570
Argentina	2.195	2.080	2.498	2.540	2.475	2.368
Méjico	1.696	1.890	2.250	2.309	2.341	2.362
Rusia	8.871	4.918	2.529	2.145	2.245	2.353
MO-África Norte	1.805	1.802	2.261	2.311	2.165	2.304
India	825	960	1.403	1.400	1.395	1.410
Japón	1.246	1.518	1.475	1.534	1.381	1.300
Canadá	973	971	951	992	961	969
Europa del Este	2.086	1.287	1.000	979	978	968
Australia	663	650	722	660	645	690
África del Sur	706	606	605	671	676	680
Corea del Sur	303	416	510	545	479	532
Uruguay	198	201	276	251	226	204
Mundo	55.015	55.793	59.238	59.703	59.336	61.000

Fuente: Chatelier et al., 2003.

- Un tercer caso, es el de los países en desarrollo, donde el consumo de carnes bovinas tiende a aumentar. Es el caso de Brasil, donde entre 1991 y el 2002 hay un aumento de 53% en el volumen total consumido.

En diez años, Brasil conoció un aumento total del consumo de carne bovina de 2.213.000 tec, lo que es prácticamente un volumen comparable al total del consumo de carnes bovinas de Argentina.

Pero sin duda el caso más significativo es el del mercado chino, que aumento en diez años 4.257.000 tec, dado principalmente por un incremento muy importante entre 1991 y 1995. Luego, entre 1999 y el 2002, el crecimiento del mercado chino (+ 558.000 tec) es comparable al aumento de volumen consumido por el Brasil (+ 517.000 tec) (Ver cuadro 2).

Otros numerosos factores juegan en la importancia del consumo de carnes bovinas. De ellos resulta una gran diferencia en los niveles de consumo *per cápita* de todos tipos de carne y de la carne bovina (Ver cuadro 3).

Cuadro 3 - Consumo per cápita de carnes 2002 (en Kg.)

	Total de carnes	Carnes vacunas
Argentina	81,7	65
Brasil	81,1	35,8
Uruguay	--	60,5
EE.UU.	124,5	45,7
Australia	98,6	37
África del Sur	41,9	14,3
UE-15	90	19,4
Europa del este	48,7	8,1
Medio Oriente	23,1	5,8
Corea del Sur	58,5	11,2
Japón	43,5	10,8
China	51,7	4,3
India	3,7	1,5

Fuente: Chatellier et al , 2003.

I.2. La evolución del consumo Europeo

El consumo de carnes vacunas de la UE-15 conoce dos fenómenos mayores. El primero es una tendencia larga a su disminución, proceso claramente evidente desde

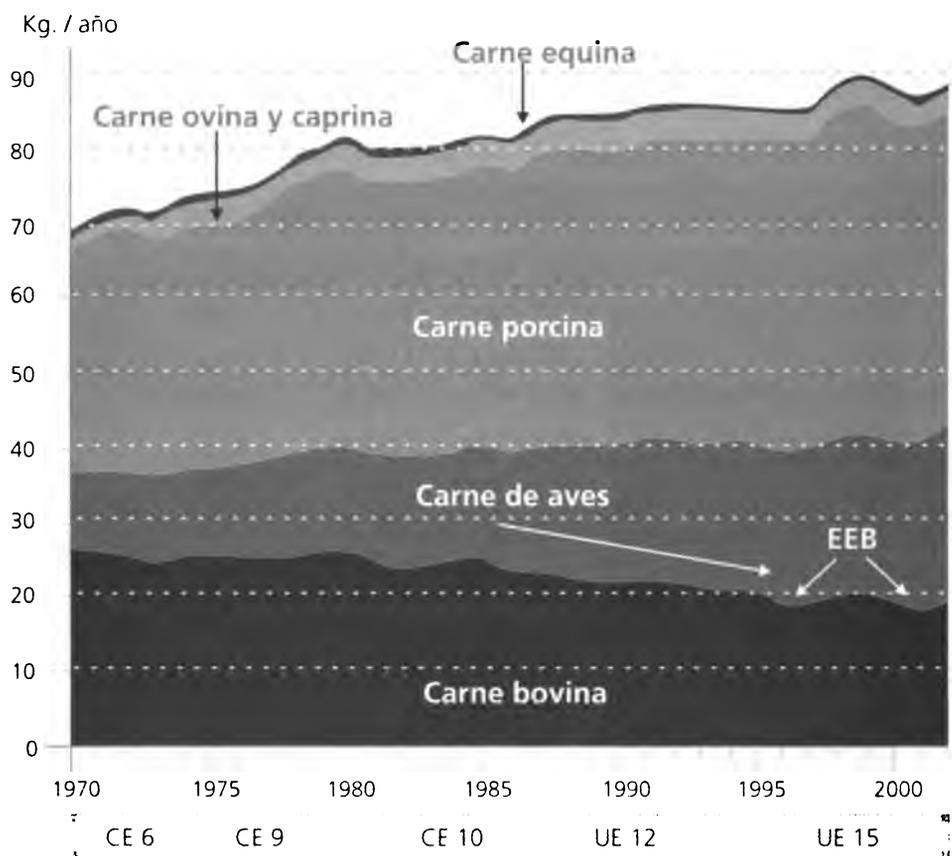
1985. El segundo elemento esencial fue la caída del consumo que se produjo con motivo de las dos crisis de EEB, en 1996 cayó un 25% y en el 2001 un 40%. Sin embargo, si bien poco tiempo después de ambas crisis se retomaron los niveles de consumo anteriores, fue tan abrupta que

no permitieron revertir, más bien favorecieron, la tendencia largoplacista a la disminución del consumo.

En buena medida, la disminución del con-

sumo de carne bovina es, a nivel europeo, remplazado por un aumento también de largo plazo, al consumo de carnes porcinas y aviares (ver grafico 1).

Gráfico 1- Evolución del consumo de carnes en la UE



Fuente: Chatelier et al., 2003, a partir de datos OFIVAL.

El consumo medio europeo de carnes bovinas paso de una media de cuatro años, de 7.400.000 tec en 1991-1994 a una media de 6.800.000 tec en 1999-2002, lo que representa una disminución del 7%. Si consideramos el crecimiento de la población europea durante ese mismo periodo, calculado en 3%, se estima una caí-

da del consumo medio per cápita de 10 % para las carnes bovinas, mientras el consumo total de carnes pasó de 84,5 Kg. per cápita a 88,4 Kg. Dentro de este consumo, las carnes porcinas ocupan el primero lugar (43,3 Kg.), seguidas por la carne de aves (22,5 kg.), siendo el tercer lugar el de la carne bovina (que se estabilizó a un ni-

vel de 19,1 Kg. – Chatellier et al, 2003).

El traslado en el consumo de las carnes bovinas hacia carnes porcinas y de aves suscitado en las últimas dos décadas, resulta del efecto precios relativos favorable a las carnes blancas y de la pérdida de imagen de la carne bovina respecto de sus sustitutos.

El consumo de carnes vacunas es muy desigual en el seno de la UE-15. Los países con mayor consumo per cápita son Francia, Italia y Reino Unido, con una media superior a la de la UE-15. Otros países, en especial Alemania, España y Dinamarca, son por el

contrario países de fuerte consumo de carnes porcinas. En Alemania el volumen consumido de carnes porcinas es cinco veces superior al de las carnes bovinas, y en España cuatro veces. En Irlanda y Portugal, países de bajo nivel relativo de ingreso en la UE-15, el consumo de carnes de aves es muy elevado, duplicando el consumo de carnes vacunas. En estos dos países, las carnes porcinas y de aves, representan en promedio el 74 % y el 79,3 % del total de consumo de carnes, respectivamente (ver cuadro 4). Algunos países como Grecia y el Reino Unido, poseen un consumo relativamente equilibrado entre diferentes tipos de carnes.

Cuadro 4 - Consumo de distintos tipos de carne en la UE-15 2002 (Kg/habitante/año)

	Bovina	Ovina	Porcina	Aves	Total	Bovina/total
Alemania	11,9	1,1	51,2	18,4	82,6	14%
Dinamarca	26,5	1,2	64,2	23,4	115,4	23%
España	15,1	6,1	66,8	27,3	115,3	13%
Francia	27,8	4,3	37,1	26,4	95,6	29%
Grecia	19,9	14,1	31,6	17	82,6	24%
Irlanda	18,5	7,4	38	35,3	99,3	19%
Italia	25,1	1,6	36,2	19,5	82,4	30%
Países Bajos	20,9	1,5	39,5	24,5	86,4	24%
Portugal	16,6	3,5	45	31,8	96,9	17%
Reino Unido	20,1	5,7	23,7	28,3	77,8	26%
Benelux	21,9	2,2	42,2	16,8	83,1	26%
Austria	19	1,2	59,9	17,6	97,7	19%
Finlandia	16,9	0,4	36	15,6	68,9	25%
Suecia	21,2	1	32,7	14,7	69,6	30%
UE-15	19,6	3,4	42,1	23,2	88,3	22%

Fuente: OFIVAL a partir de datos Eurostat, citado por Chatellier et al., 2003.

Más allá de la repartición del tipo de carnes consumidas, y de la importancia relativa del mercado, parece necesario analizar la evolución del consumo de carnes bovinas. El caso de Alemania es sin duda uno de los más significativos. De 1.691.000 tec consumidas en 1991, se pasa a un consumo 845.000 tec en el 2001 (año marcado por un serio incidente de vaca loca) y de 995.000 tec en el 2002, pudiéndose considerar que esta caída brutal del consumo va más allá de una respuesta al problema de la EEB. En efecto, ya en 1995, es decir, antes de la primera crisis de EEB, el consumo había bajado a 1.358.000 tec (ver cuadro 6).

Por el contrario, otros mercados como el español, han aumentado su consumo de 511.000 tec en 1991 a 601.000 tec en el

2002. Esto, es sin duda, resultado del acelerado proceso de desarrollo de este país a lo largo de esa década (ver cuadro 6).

Los tres principales mercados: Francia (1.657.000 tec en el 2002, lo que representa el 22,2% del consumo de la UE-15), Italia (1.430.000 tec) y el Reino Unido (1.170.000 tec), conocen por el contrario una cierta estabilización de su consumo (ver cuadro 6).

El consumo en Francia manifestó un importante aumento a partir de los años sesenta, pasando de un promedio de consumo total de carnes de 60 Kg., a 95,6 Kg. Esta evolución fue particularmente favorable a las carnes de ave, y en muy inferior medida a la porcina y vacuna (ver cuadro 5).

Cuadro 5 - Evolución del consumo de carnes en Francia (Kg./habitante/año)

	1960	2002	Evolución 2002/1960
Carne vacuna	23	27,8	+ 20,90 %
Carne porcina	28	37,1	+ 32,5 %
Carne de ave	11	26,4	+ 140,0 %

Fuente: OFIVAL, 2004.

Italia es el segundo mercado europeo para las carnes bovinas, representando el 19,2% del total del consumo europeo. En los años sesenta, el consumo total de carnes per

cápita era de 30 Kg, de los cuales 14 Kg. eran de carne bovina. El consumo total en el 2002 pasó a 82,4 Kg., de los cuales 25,1 son carnes bovinas. Italia vivió dramática-

mente las crisis de la EEB, cayendo su consumo en un 60% en marzo del 2001 (ver cuadros 4 y 6).

El Reino Unido es el tercer gran mercado (15,7% del total del mercado europeo de carne bovina), fuertemente afectado por la gravísima crisis de la EEB que conoció ese país, como así también por el problema no menos grave de fiebre aftosa. Pese a esa difícil situación, el consumo de carne retomó un buen nivel, situándose actualmente en 25,1 Kg. (ver cuadros 4 y 6).

El mercado alemán se posiciona en cuarto lugar, cercano al millón de tec. Tradicionalmente consumidor de carne porcina, hay una tendencia muy fuerte a la disminución del consumo de carne bovina, que disminuyó un 34% en los últimos diez años. Sumamente sensibles al problema de seguridad de los alimentos, la crisis de la EEB resultó en un impacto mayor respecto de los otros grandes consumidores: Reino Unido, Italia y Francia.

Las caídas de consumo por crisis sanitarias no han sido rápidamente absorbidas, por el contrario, parecen haber agravado la tendencia de los consumidores a alejarse de las carnes bovinas.

El quinto mercado es España, su consumo tuvo un increíble crecimiento, pasando de 20 Kg. en 1960 a 115,3 Kg. per cápita en el 2002, valores que –junto a Dinamarca– representan los niveles más altos de Europa. Dentro de este incremento, las carnes bovinas han aumentado, si bien a una TASS menos favorable que otras carnes, en especial las porcinas, que significan más de la mitad del total consumido (ver cuadros 4 y 6).

Los restantes 10 mercados europeos representan el 21,5 % del consumo de carnes bovinas, participación menor que Francia y comparable a Italia. Un lugar especial es ocupado por Irlanda, fuertemente especializado en la producción de carnes bovinas para exportación. Si bien es el decimoquinto consumidor de carnes (68.000 tec en 2002, 17 Kg. de consumo per cápita), es el cuarto país productor. En los otros países, la evolución del consumo, de una importancia relativa baja, es en general regresiva (ver cuadros 4 y 6).

Cuadro 6 - Consumo de carne bovina en la UE-15 (1.000 TEC)

	1991	1995	1999	2000	2001	2002
Alemania	1.691	1.358	1.243	1.184	845	995
Dinamarca	100	92	138	119	120	142
España	511	491	642	576	534	601
Francia	1.708	1.625	1.631	1.561	1.530	1.657
Grecia	200	205	202	196	197	214
Irlanda	60	52	64	62	64	68
Italia	1.498	1.480	1.467	1.418	1.315	1.430
países Bajos	328	306	296	261	309	335
Portugal	163	174	168	173	152	168
Reino Unido	1.107	1.026	1.018	1.025	1.113	1.170
Benelux	204	223	205	201	214	235
Austria	s/d	157	156	159	149	155
Finlandia	s/d	97	98	98	64	88
Suecia	s/d	160	184	192	183	190
UE-15	s/d	7.446	7.512	7.224	6.788	7.448

Fuente: OFIVAL a partir de datos Eurostat, citado por Chatellier et al., 2003.

Otra característica importante a destacar en la evolución del mercado europeo, es el camino seguido hacia la **autosuficiencia**.

El país que posee el principal nivel de excedentes es Irlanda, con un autoaprovisionamiento record de 1.057%.

En el 2002, el consumo interno de la UE-15 superó la producción en cinco países (ver cuadro 7):

En otros países, el nivel de autoaprovisionamiento ha bajado:

- Reino Unido, tiene un nivel de autoabastecimiento de 57%;
- Italia, con un nivel de autoaprovisionamiento de 65%;
- Grecia, con un nivel de autoaprovisionamiento de 24%;
- Portugal, con un nivel de autoaprovisionamiento de 61%;
- Suecia, con un nivel de autoaprovisionamiento de 83%.

- en Dinamarca, pasó de de 213% en el 2001 a 109% en el 2002;
- en los países Bajos, bajó de 173% en 1991 a 111% en el 2002;
- en Bélgica, bajó de 178% en 1991 a 140% en el 2002.

Cuadro 7 - Tasa de autoaprovisionamiento de carne bovina UE-15

	1991	1995	1999	2000	2001	2002
Alemania	137	113	116	116	166	145
Dinamarca	213	200	115	131	128	109
España	95	101	100	105	116	103
Francia	119	116	113	113	117	114
Grecia	32	31	25	23	25	24
Irlanda	977	1100	1119	1035	1031	1057
Italia	62	66	62	63	71	65
países Bajos	173	174	160	168	112	111
Portugal	75	57	57	57	62	61
Reino Unido	91	97	66	68	57	57
Benelux	178	169	149	155	143	140
Austria	s/d	133	140	135	142	135
Finlandia	s/d	99	93	94	142	103
Suecia	s/d	91	79	79	85	83
UE-15	s/d	110	103	104	110	104

Fuente: OFIVAL a partir de datos Eurostat, citado por Chatellier et al., 2003.

En síntesis, la evolución del mercado europeo tiene ciertas tendencias

bastantes claras:

- una tendencia global a la disminución lenta pero progresiva del consumo de carnes bovinas;
- una tendencia al reemplazo de la carne bovina por las carnes blancas;

- una fuerte desigualdad en el comportamiento de los mercados analizados en forma individual;
- un nivel de producción que resta inferior al consumo interno en cinco países: Reino Unido, Italia, Grecia, Portugal y Suecia.

1.3. Perspectivas futuras de la demanda mundial de carnes

Resulta siempre difícil determinar con certeza perspectivas de evolución futura. La realidad suele siempre demostrar, *ex post*,

el por qué no se han cumplido. Sin embargo, es intelectualmente estimulante referirse a algunos de los principales tra-

bajos que han intentado delinear tendencias de evolución futura de la demanda mundial de carnes.

Al horizonte 2010, el consumo de carnes bovinas debería aumentar. Según estimaciones realizadas en el 2002, la demanda mundial debería evolucionar a tasas medias anuales del orden del 1%, para estimaciones de la OCDE¹, y del 1.7% para el FAPRI².

Si bien los datos sobre crecimientos medios anuales de la demanda, en términos de volumen, tienen un notorio grado de incertidumbre, los distintos trabajos prospectivos muestran una fuerte coincidencia en cuáles son y serán los mercados más dinámicos. En efecto, diversos estudios (Delgado et al, 1999; Chatellier et al, 2003; Guesdon et al, 2001) coinciden en que los mercados de países en desarrollo, en particular en regiones como Medio Oriente – África del Norte, China y Brasil –, mostrarán una dinámica diferencial.

La tendencia en el consumo de carnes bovinas de los países en desarrollo muestra señales más positivas que la de los países desarrollados. En estos últimos, se observa un cierto grado de estancamiento en los volúmenes totales consumidos y una tendencia a la sustitución de las carnes rojas por las carnes blancas y pescado.

La persistencia del problema de la EEB y su reciente aparición en países como Estados Unidos y Canadá, sumado a la reacción negativa de mercados como el de Japón frente a este problema, probablemente reafirmen esta tendencia sustitutiva.

Según las estimaciones realizadas por el IFPRI³ y la FAO (Delgado, 1999) al horizonte 2015 y 2030, el 80 % del crecimiento de la demanda mundial de alimentos debería provenir de países en vías de desarrollo.

Si bien el consumo por habitante sigue siendo mayor en los países desarrollados, la importancia demográfica de los países en desarrollo compensa ampliamente esa diferencia individual, dando a estos mercados un potencial de demanda substancialmente mayor.

Sin embargo, el mayor aumento de la demanda en ambos mercados, se orientaría hacia la carne de aves. El incremento de la demanda mundial de carnes total, previsto **entre 1993 y el 2020**, se estima en 18.000.000 tec en los países desarrollados y en 100.000.000 tec en los países en desarrollo. **Para el caso específico de las carnes bovinas**, Delgado et al. (1999), **estimaron un aumento de 4.000.000 tec en los países desarrollados y de 25.000.000 tec, en los países en desarrollo** (ver cuadro 8).

Este crecimiento no se estima homogéneo a nivel mundial. Los analistas concuerdan en señalar a Brasil y China, como países en los cuales el incremento tendrá mayor importancia, con una fuerte dependencia de la evolución que tengan los ingresos y la población en ambas economías. Estos dos mercados podrían, muy probablemente satisfacer el crecimiento de su demanda, principalmente, por un aumento de la pro-

ducción nacional. En otros grandes países, como Rusia, la evolución es sin duda más incierta, pero debería tener una tendencia positiva, a reflejarse, fundamentalmente, en la evolución de sus importaciones.

1 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

2 Food and Agricultural Policy Research Institute.

3 International Food Policy Research Institute.

Cuadro 8 - Proyección del consumo mundial de carnes

	% Crecimiento Consumo 1993-2000	Total Consumo (1.000.000 tec)		Consumo anual (kg. per capita)	
		1993	2020	1993	2020
		países Desarrollados			
Bovina	0,4	32	36	25	26
Porcina	0,3	36	41	28	29
Aves	1	26	34	20	25
Total carnes	0,6	97	115	76	83
países en Desarrollo					
Bovina	2,8	22	47	5	7
Porcina	2,8	38	81	9	13
Aves	3,1	21	49	5	8
Total carnes	2,8	88	188	21	30

Fuente: Delgado y al, 1999.

El mercado de los EEUU, según la estimación del USDA¹, debería ser un gran importador, desde nuestro punto de vista. Sin embargo, debe ser analizado nuevamente luego de que se observen las posi-

bles consecuencias de los casos de EEB sobre el consumo de carnes.

1 Departamento de Agricultura de los Estados Unidos.

Cuadro 9 - Previsión de importaciones netas de carnes bovinas en 2009 (en 1.000 TEC)

	2001		2009		Variaciones de flujos	
	USDA	FAPRI	USDA	FAPRI	USDA	FAPRI
Rusia	600	592	904	798	304	176
Japón	940	940	1.132	1.082	192	142
Corea del sur	230	230	417	349	187	119
Filipinas	70	70	187	148	117	78
EE.UU.	381	440	34	239	415	679
Méjico	430	422	730	545	300	124
Rusia	600	592	904	798	304	176

Fuente: USDA, FAPRI, citado por Chatellier et al, 2003.

Respecto del mercado ruso, es muy probable que las importaciones continúen aumentando, dada la caída continua de la producción nacional. En buena medida, esta evolución estará determinada por la disponibilidad de importación de carnes a precios bajos.

Los países desarrollados que actualmente representan menos del 15 % del total de la población mundial, consumen alrededor del 38 % de las carnes (86 Kg. por habitante, contra 23 Kg. para los países en desarrollo). Sin embargo, la saturación del nivel de consumo sumado a la baja tasa de crecimiento demográfico desplazaría el aumento de la demanda hacia los países en desarrollo.

Los países en desarrollo cuentan con un número de importantes variables que muestran la tendencia al aumento del consumo de carnes:

- Tasa de crecimiento de la población mayor.
- El aumento de ingresos *per cápita* se orienta –en primer lugar– al mayor consumo de alimentos, y no a los servicios como sucede en los países desarrollados.
- El aumento de la urbanización, sobretodo en los países en desarrollo del Asia, acompañado de un cambio en los hábitos alimentarios y aumento del ingreso, favorece el consumo de carnes.
- La tendencia a la uniformización de los modos de vida, en el ámbito internacional, es favorable a una dieta intensiva en carnes.

La Comisión Europea trabaja con una hipótesis de proyección de consumo de car-

nes por habitante que debería estabilizarse en 2004 y 2005, y luego descender a una tasa anual muy lenta de -0,03 Kg. por año. Otros estudios son un poco más pesimistas, pero dependiendo, en muy buena medida, de la aparición de nuevas crisis sanitarias en el sector de carnes bovinas (Chatellier et al., 2003).

El consumo de carnes bovinas de los mayores países que acaban de integrarse a la UE es relativamente bajo, 733.000 tec en el 2002, que corresponde a un consumo *per cápita* de 9,8 Kg., contra 19,4 para la UE-15, y ha disminuido muy fuertemente en los últimos años por razones económicas y por el desplazamiento hacia el consumo de carnes blancas –mucho más competitivas en precio (ver cuadros 2 y 3).

Si bien la situación de esos mercados es heterogénea (8,9 kg. de consumo de carne bovina *per cápita* en Polonia en el 2002, contra 11,3 en la República Checa), la evaluación de la Comisión Europea sobre su evolución futura es pesimista, previendo una caída para el conjunto de estos países de 2% al horizonte 2009, situándose en un volumen total que es inferior a 15.000 tec.

Para concluir este punto, podemos señalar que si bien el consumo *per cápita* de carnes bovinas en la UE-15 es muy infe-

rior al de otros grandes países consumidores, como Argentina, Australia, Brasil y los Estados Unidos, la importancia demográfica y económica de su mercado, lo sitúa en el segundo consumidor mundial, con volúmenes de 7.365.000 tec en el 2002 (ver cuadro 2), a pesar de las dificultades que presenta para mantener su nivel de consumo frente a otras carnes alternativas. También es el segundo mercado mundial de consumo de carnes en general, representando el 15,6% (ver cuadro 1).

Por otra parte, ante poblaciones que envejecen y donde se promueve la lucha contra la obesidad, en los últimos años se han modificando los hábitos de consumo ante recomendaciones médicas poco favorables a la ingesta de elevados volúmenes de carne bovina por sus posibles consecuencias de índole cardiovasculares.

Dada esta importancia, es relevante observar la tendencia marcada a la disminución del consumo de carnes bovinas en este mercado (-7% en la UE-15 entre 1991-1994 y 1999-2002), con una fuerte caída en algunos mercados específicos como el de Alemania (-34% entre 1991-1994 y 1999-2002; Chatellier et al., 2003).

Finalmente, en futuras negociaciones internacionales –para facilitar el acceso de las carnes vacunas latinoamericanas al

mercado europeo, de competitividad calidad-costo-, deberían tenerse en cuenta **las exigencias de etiquetado de la reglamentación europea, así como numerosas normas de empresas de certificación privada, cada vez más importantes y numerosas.** En especial las normas de tipo EurepGap, o las de las centrales de compra de las empresas de distribución y de las empresas de restauración colectiva. Su utilización será determinante para poder acceder a los mercados de países desarrollados.

La aplicación sistemática de sistemas de trazabilidad de carnes, es un elemento a tener en cuenta de manera constante, tanto para responder a la reglamentación pública, como para exigencias de las empresas privadas.

El fundamento para el desarrollo de estos sistemas está basado en el cambio de la reglamentación europea, que ha pasado de estar fundada en la defensa de la producción a la defensa de los consumidores, modificando así, el paradigma a nivel de política alimentaria. Si bien este argumento puede ser sometido a discusiones en ámbitos internacionales, es necesario considerar que ha sido integrado en la política marketing de las grandes empresas de distribución y de restauración.

De esta manera, más allá de los resultados de las discusiones internacionales, parece necesario tener en cuenta que **las barreras de acceso al mercado, son tanto públicas, como privadas.** Si las primeras pueden ser discutidas en el ámbito mundial, las segundas son decisión soberana de las empresas que las aplican. Otro elemento esencial a tener en cuenta es el problema de la innovación de producto. Las carnes rojas, en todo lo que hace a la innovación producto, se posicionan en condiciones sumamente desventajosas frente a las carnes blancas y el pescado. En un sistema de consumo donde se comen cada vez más productos pre-preparados –cocinados y congelados– las carnes rojas deberían avanzar en términos de variedad de la gama ofertada, para posicionarse mejor en el mercado.

Comercio bilateral Brasil-Rusia

Un mercado particularmente complejo, es **el mercado ruso,** fuertemente reglamentado en sus importaciones y cuya decisión sobre la división de cuotas está sometido a altas presiones internacionales que dan lugar a importantes negociaciones. Mientras la Unión Europea presiona para evitar la aplicación de medidas desfavorables a su presencia en ese mercado, otros países como Brasil, negocian importantes acuerdos de intercambio tratando

de aumentar sus exportaciones de carne.

En una visita oficial reciente a Brasil del presidente ruso, Vladimir Putin, se acordó ampliar las exportaciones de carnes y otros productos a Rusia, así como tecnología para el sector aeroespacial y energético, como contraparte del apoyo brasilero al ingreso de Rusia a la Organización Mundial del Comercio (OMC) y a la importación de sus aviones militares Sukhoi. La pretensión de ambas partes es triplicar el comercio bilateral en los próximos tres años, elevándolo de los 2.055 millones de dólares de 2003 a 6.000 millones anuales a fines de 2006. Brasil importa actualmente sólo fertilizantes de Rusia y sus ventas a ese país se concentran en azúcar, carnes y tabaco. Los demás productos son aún irrelevantes en el flujo comercial entre las dos naciones, que es también muy desequilibrado, con un superávit a favor de Brasil que el año pasado fue de 945 millones de dólares.

La expansión de las exportaciones brasileñas, estuvo comprometida este año, dado que Rusia embargó el 20 de septiembre de 2004 la importación de carnes brasileñas, a causa de un brote de fiebre aftosa en el interior de la Amazonia. Como muestra de buena voluntad, Moscú ya liberó la importación de carnes del estado de Santa Catarina, el mayor pro-

ductor y exportador de carne porcina del país. Sin embargo, los brasileños argumentan que la restricción sobre otras partes del país discrepa de las reglas internacionales ya aceptadas por más de un centenar de países importadores de carnes y por la Organización Internacional de Epizootias, que divide Brasil en varias regiones para efectos sanitarios. Brasil considera pertinente la revisión de los criterios sanitarios rusos y de las cuotas de importación de carnes que utiliza.

Rusia destinó en el 2004 la mayor parte de las cuotas a Estados Unidos y a la Unión Europea, que pueden ser decisivos en la aprobación del ingreso de ese país en la OMC, restando poco saldo para otros mercados¹.

¹ Brasil considera que Rusia debería eliminar el actual sistema de cuotas, y sustituirlo por aranceles, cambio que no es esperable para el corto plazo.

II – Las grandes tendencias del comercio Mundial de carnes

El análisis de las exportaciones mundiales de carnes, tiene dos momentos claramente diferentes. El primero que se cierra en el 2003, está caracterizado por la evolución de la demanda europea y de Rusia; el segundo se abre a partir de la reciente crisis de EEB en Canadá y en los Estados Unidos.

Unión Europea

En las tendencias largas observadas hasta el 2002, se destaca en primer lugar la pér-

didada de importancia de las exportaciones mundiales de carne bovina procedentes de Europa. Las mismas, que representaban el 47% de las exportaciones mundiales en volumen y el 50,5 % en valor en 1985, pasan a representar 38,8 % en volumen y el 46,4 % en valor en 1995, para caer a una media de 27,7% en volumen y de 30,8 % en valor en 2001 y 2002 (ver cuadro 10). Numerosos factores explican esta pérdida, la evolución de la política agrícola europea, los problemas de orden sanitario, así como la evolución del consumo interno.

Cuadro 10 - Exportaciones mundiales de carne bovina

	1985	1990	1995	2000	2001	2002
	En toneladas métricas					
UE-15	2.142.516	2.394.338	2.637.271	2.202.713	1.869.844	2.130.977
EEUU	141.982	432.570	760.035	1.165.207	1.010.640	1.071.868
Brasil	355.383	158.135	177.809	410.780	645.045	757.924
Argentina	201.832	368.952	435.639	301.837	134.556	296.498
Uruguay	110.566	166.676	115.833	223.574	141.022	204.845
Australia	545.580	865.086	1.043.246	1.208.058	1.265.526	1.236.017
Mundo	4.513.156	5.594.910	6.797.284	7.315.365	6.842.123	7.597.236
	En miles de dólares					
UE-15	3.804.754	7.687.926	8.051.740	5.083.844	3.809.879	5.049.792
EEUU	474.433	1.589.496	2.661.338	3.252.355	2.696.347	2.644.364
Brasil	544.834	246.917	492.800	783.189	1.008.676	1.089.924
Argentina	306.931	754.440	1.071.549	661.549	248.568	474.821
Uruguay	113.375	258.946	242.007	375.538	228.541	272.360
Australia	861.769	1.849.722	2.141.453	2.111.438	2.344.042	2.273.788
Mundo	7.531.834	14.584.062	17.365.357	15.398.030	13.631.228	15.111.118

Fuente: sitio Web FAO

La situación interna del sector en la UE-15 evoluciona de manera regresiva. Así, la

encuesta realizada en junio de 2003 sobre el stock ganadero de la UE-15, mues-

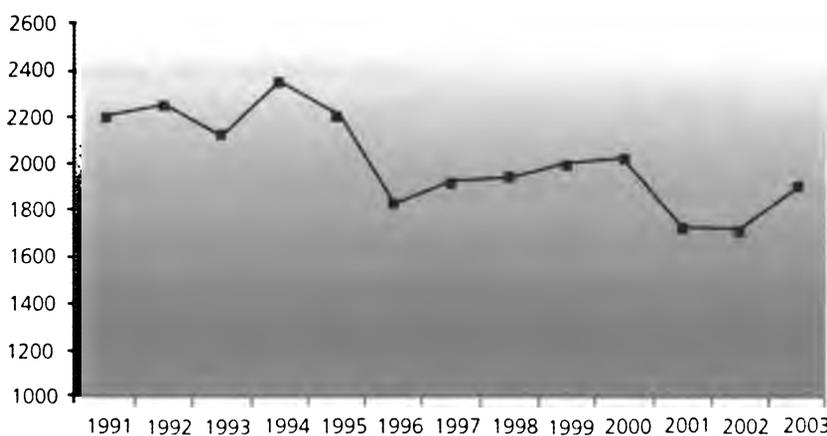
tra que el mismo se sitúa debajo de los 80 millones de cabeza, con una caída de 1,8% respecto al año anterior, lo que representa cerca de 1,5 millones de cabezas. Esta situación continúa una evolución similar del año anterior, donde el stock ganadero bajó de 1,7 millones de cabezas. El stock en el 2003 es un 4% inferior al de mayo de 2000 (OFIVAL 2004).

Todos los países miembros de la UE-15, salvo el Reino Unido que luego de la epidemia de fiebre aftosa reconstituyó su stock, registran una tendencia a la disminución en el 2003. Esta disminución responde en buena medida a una contracción de la demanda de animales destina-

das al consumo. Sin tener en cuenta los animales que han sido eliminados por diferentes razones sanitarias (201.000 tec en 2003 en el Reino Unido), la producción de bovinos destinados al consumo, disminuyó 2,1% en el 2003 respecto del año anterior, y es inferior al 5,5% respecto de su nivel de 1999 (Ofival, 2003).

El problema de la EEB y de la fiebre aftosa produjo un fuerte impacto tanto en la evolución del consumo como en el comercio intracomunitario. Las crisis de 1996 y 2001 produjeron una fuerte tendencia al autoaprovechamiento, que se observa en una caída importante de los intercambios intracomunitarios de carnes.

Gráfico 2 - Evolución de los intercambios intracomunitarios de carne



Fuente: OFIVAL, 2004

Las crisis de EEB de la UE-15 no modificaron la evolución de las importaciones eu-

ropeas, el aprovisionamiento tendió a nacionalizarse y **no se recurrió a las im-**

portaciones como sustitución de una oferta nacional fuertemente cuestionada, el mercado se orientó a una caída del consumo interno.

Respecto al comercio de exportación de carnes europeas la tendencia de largo plazo es regresiva. Las exportaciones de la UE-15, en el período 2000-2002, fueron inferiores en un 42% en valor a las exportaciones del período 1990 – 1992, con un déficit en su balanza comercial de carnes vacunas de 780 millones de dólares, contra un superávit de 311 en el período 1990-1992 (ver cuadro 11).

Las exportaciones en volumen tienden a bajar más rápidamente que las importaciones. Mientras las exportaciones caen un

26,6% entre los períodos analizados¹, las importaciones lo hacen en un 10,4%² (ver cuadro 11).

En valores, se pasó de una UE-12 que dejaba saldos importantes de exportación (+311 millones de dólares entre 1990 y 1992), a una UE-15 que posee un déficit de cierta importancia, a partir de 1998.

1 Un total de 8.455.945 MT de carnes exportadas entre 1990 y 1992, contra 6.203.534 MT entre el 2000 y el 2002.

2 Un total de 6.343.821 MT de carnes importadas entre 1990 y 1992, contra 5.686.454 MT entre el 2002 y el 2002.

1 Un total de 8.455.945 MT de carnes exportadas entre 1990 y 1992, contra 6.203.534 MT entre el 2000 y el 2002.

2 Un total de 6.343.821 MT de carnes importadas entre 1990 y 1992, contra 5.686.454 MT entre el 2002 y el 2002.

Cuadro 11 - Comercio de carnes vacunas de la UE-15

														Importaciones (1.000 MT)			
1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
1 751	1 780	1 834	1 816	1 912	1 933	2 153	2 257	2 062	2 162	1 947	1 744	1 747	1 795	2 047	1 967	1 683	2 036
														Importaciones en valor (1.000.000 \$)			
3 809	4 854	6 055	6 361	6 818	7 587	7 940	8 818	7 442	7 767	7 650	6 006	5 650	6 040	6 228	5 391	3 992	5 337
														Exportaciones (1.000 MT)			
2 142	2 591	2 377	2 254	2 544	2 394	3 026	3 034	2 829	2 887	2 637	2 331	2 430	2 140	2 553	2 202	1 869	2 130
														Exportaciones en valor (1.000.000 \$)			
3 804	5 125	6 157	6 544	7 078	7 687	8 107	8 861	7 755	8 088	8 051	6 283	6 024	5 903	6 294	5 083	3 809	5 049

Fuente: sitio Web FAO

Estados Unidos y Canadá

El comercio de carnes vacunas de los Estados Unidos tiene una tendencia expansiva,

tanto del lado de las importaciones, como de las exportaciones, siendo más impor-

tante en estas últimas.

Los valores de importación crecen un 40% desde 1985-1988 a 1999-2002, pasando de una media de 936 toneladas anuales de carne a 1.314 toneladas.

Las exportaciones, por su parte, crecieron un 370% durante el mismo período, pasando de un promedio de 226 toneladas

a 1.061 toneladas. Por lo tanto, el déficit anual medio pasa de 710 toneladas a 253 toneladas, con una fuerte tendencia a largo plazo al autoaprovisionamiento (ver cuadro 12).

Los Estados Unidos se posicionan como exportadores mundiales de carne vacuna desde la segunda mitad de los años noventa.

Cuadro 12 - de carnes vacunas de los Estados Unidos

																	Importaciones 1.000 MT						
1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002						
870	894	969	1 010	911	993	1 012	1 069	1 005	977	776	879	999	1 128	1 227	1 308	1 352	1 370						
																	Importaciones en valor 1.000.000 \$						
1 446	1 448	1 770	1 891	1 832	2 071	2 152	2 139	2 082	1 904	1 394	1 460	1 739	1 974	2 271	2 551	2 840	2 746						
																	Exportaciones 1.000 MT						
141	218	258	286	488	432	505	561	541	676	760	777	883	909	999	1 165	1 010	1 071						
																	Exportaciones en valor 1.000.000 \$						
474	626	775	1 116	1 430	1 589	1 769	2 050	2 005	2 314	2 661	2 445	2 514	2 341	2 698	3 252	2 696	2 644						

Fuente: sitio Web FAO

Los casos de EEB descubiertos en Canadá y en los Estados Unidos, cambian radicalmente esta tendencia del mercado estadounidense. Las consecuencias principales de la enfermedad se observan sobre los mercados de exportación de los Estados Unidos a Méjico, Japón y Corea del Sur, así como en el comercio Canadá – Estados Unidos.

Según datos estimados por la SAGPyA1 (2004), las exportaciones de carnes de los Estados Unidos deberían caer 83% en el 2004 respecto del 2003, pasando de 1.144.000 tec a 195.000 tec, para las cifras

de la USDA (CyberAgropolis, 9 de julio 2004).

Por lo tanto, la tendencia del mercado observada en los últimos años, debería cambiar a partir de 2004. Resulta difícil estimar cual será el impacto de los casos de EEB en la evolución del consumo de carnes en los Estados Unidos, fundamentalmente porque se desconoce la importancia y la evolución futura de esta enfermedad en ese país que podría afectar sustancialmente el flujo comercial.

Resulta interesante estudiar el comporta-

miento futuro del mercado interno de los Estados Unidos para prever si su evolución será similar a la europea, es decir, una disminución del consumo seguida de una rápida recuperación y una baja sustitución de la oferta nacional por la importada. La

dinámica exportadora de los Estados Unidos, de ser diferente a la contracción europea, permitirá recuperar mercados para otros oferentes.

¹ Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la República Argentina.

Australia

Australia es uno de los principales exportadores mundiales de carnes vacunas que ha logrado mantener a lo largo de los últimos años una posición relativamente estable, a pesar de la grave sequía que enfrentó y que produjo un daño importante a la actividad del sector. Con la normalización de las condiciones climáticas, el país estaría en condiciones de recuperar su stock ganadero y aprovechar las oportunidades que brinda el mercado internacional con el retiro de los Estados Unidos de algunos mercados asiáticos, principalmente en países como Japón.

Sin embargo, algunos especialistas consideran que Australia no podrá aprovechar

rápidamente estas condiciones favorables, lo que parece confirmarse cuando miramos la caída de 7,7% en las exportaciones de carnes en el 2003 respecto del año anterior, y su recuperación estimada del 2004 a niveles inferiores que los del 2000 al 2002 (ver cuadro 13).

En este sentido, el bajo dinamismo exportador actual de Australia deja la puerta abierta a otros exportadores, principalmente al Brasil.

¹ La Sagpya (2004) estimaba las exportaciones de carnes de Australia a 1.261.000 tec en el 2003 y de 1.300.000 tec en el 2004, inferiores a su cifras de exportación promedio del periodo 2000 - 2002, que fueron de 1.367.000 tec.

Cuadro 13 - Comercio de carnes vacunas de Australia

Exportaciones 1.000 MT																	
1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
545	634	751	843	710	865	970	1.011	1.058	1.053	1.043	954	1.103	1.191	1.182	1.208	1.265	1.236
Exportaciones en valor 1.000.000 \$																	
861	951	1.196	1.518	1.484	1.849	2.082	2.151	2.117	2.235	2.141	1.647	1.872	1.822	1.976	2.111	2.344	2.273

Fuente: FAO, 2004.

III – LAS EXPORTACIONES DE MERCOSUR

Los principales países exportadores de carne de MERCOSUR, tienen una importante tendencia al crecimiento de sus exportaciones

y a la mejora de su posicionamiento en el mercado mundial (ver cuadro 14).

Cuadro 14 - Exportaciones de carne vacuna de los países del MERCOSUR

	1985	1990	1995	2000	2001	2002	2003**	2004**
En 1000 toneladas métricas								
Brasil	355	158	177	410	645	757	1.175	1.350
Argentina	201	368	435	301	134	296	384	565
Uruguay	110	166	115	223	141	204	314	330
Total Mercosur*	666	692	616	934	920	1.257	1.873	2.245
Total Mundo	4.513	5.594	6.797	7.315	6.842	7.597	6.429	5.880
% Mercosur/Mundo	14,80%	12,40%	9,10%	12,80%	13,50%	16,60%	29,10%	38,20%
En millones de dólares								
Brasil	544	246	492	783	1.008	1.089		
Argentina	306	754	1.071	661	248	474		
Uruguay	113	258	242	375	228	272		
Total Mercosur	963	1.258	1.805	1.819	1.484	1.835		
Total Mundo	7.531	14.584	17.365	15.398	13.631	15.111		
% Mercosur/Mundo	12,80%	8,60%	10,40%	11,80%	10,90%	12,10%		

* Se consideran solo los tres primeros países exportadores
Fuente: a partir de datos FAO + **SAGPyA 2004

III.1. ARGENTINA

Es un país de fuerte tradición de producción y de consumo, que cuenta con una histórica presencia exportadora y que debe enfrentar importantes desafíos para mejorar su posición en el comercio mundial de carnes.

Luego de la grave crisis de fines de 2001, el país fue recuperando el volumen de sus exportaciones, facilitado en buena medida por una disminución de su valor unitario de exportación (ver cuadro 15).

Cuadro 15 - Exportaciones de carne bovina de Argentina

	Volumen (Tec)	Valor (u\$s)	Precio FOB (u\$s tec)
1990	474 078 000	729 555 000	
1991	407 333 000	730 394 000	
1992	297 118 000	578 518 000	
1993	281 133 000	556 443 000	
1994	376 776 000	727 176 000	
1995	520 062 000	1 004 618 000	
1996	476 640 000	850 877 000	
1997	437 852 000	815 173 000	
1998	295 710 000	653 337 000	
1999	347 599 000	661 026 000	1 904
2000	342 092 000	617 874 000	1 808
2001	152 599 000	215 733 000	1 414
2002 (prov.)	351 201 000	441 860 000	1 289
2003 (prov.)	393 424 000	575 972 000	1 464
2004 (8 meses)	390 854 000	609 101 000	1 554

Fuente: SENASA

III.2. BRASIL

Es sin duda alguna el más dinámico exportador de la región de MERCOSUR, incrementando de manera sustancial tanto su consumo interno como sus exportaciones.

Posee el mayor stock ganadero mundial, y pese a un consumo *per cápita* relativamente bajo –comparado con los otros países de la región–, constituye el tercer mercado mundial y el más importante de la región.

Brasil conoce, desde fines de los años noventa, una acelerada expansión de sus exportaciones, principalmente de carnes '*in natura*'. Pasó de exportar un promedio de 287.000 tec año entre 1995 y 1998, a 459.000 tec promedio en 1999 y 2000, 683.000 tec en 2001 y 2002, para llegar a un volumen superior al millón de tec en el 2003. Los resultados esperados para el 2004 y 2005 mantienen esta tendencia (ver cuadro 16 y 17).

Cuadro 16 - Conselho Nacional da Pecuaria de Corte
Balanzo da Pecuaria Bovidea de Corte 1994 a 2003**

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002*	2003**
Población -1.000.000	153,7	155,8	157,1	159,2	161,4	163,6	169,8	172	174,3	176,5
Rodeo Bovino (millones)	158,2	157	153	155	157	160,7	163,2	165,7	168,2	170,7
Tasa de faena	16,40%	17,20%	20,20%	18,70%	19,20%	19,50%	19,90%	20,20%	20,50%	20,80%
Faena (millones)	26,0	27,0	31,0	29,1	30,2	31,3	32,5	33,5	34,5	35,5
Producción/Carne (mil tec.)	5.200	5.400	6.045	5.820	6.040	6.270	6.650	6.900	7.150	7.400
Consumo per cápita (Kg. eq. carc.)	32,6	34,5	38,0	35,9	35,9	35,4	36,3	35,4	35,8	36,3
Consumo interno (mil tec.)	5.017	5.376	5.962	5.709	5.797	5.793	6.158	6.091	6.244	6.400
Exportación (mil tec.)	378	285	278	286	377	559	591	858	1.006	1.100
Importación (mil tec.)	195	261	195	176	135	83	99	49	100	100
Exportación (US\$ millones)	573	490	440	436	588	784	786	1.02	1.107	1.200
Importación (US\$ millones)	230	311	237	272	220	98	128	64	84	85

Fuente de datos basados: SRF/ME, SECEX/MDIC, M.A., EMBRAPA, CNPC, Forum Nacional Permanente da Pecuaria de Corte, IBGE, Sec. Estadísticas de Agricultura. Is. **Preliminar, **Prevision. 1 En mil toneladas en equivalente carcasa. Ver el sitio Web abiec.com.br: Rebano - 1994 e 1996 - IBGE; 1998 - Sec. Estadísticas de Agr.; 1995, 1997 e 1999 a 2003 - Estimación

Cuadro 17 - Volumen de exportaciones de carne bovina (ASOCIADOS DA ABIEC)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Industrializada (mil ton eq.carc.) "In Natura"	149	252	320	290	270	275	209	204	234	292	245	177	204	235
(mil ton eq.carc.)	100	74	124	102	88	44	52	70	109	170	210	460	529	819
Total (mil ton eq.carc.)	249	326	444	392	358	269	261	274	343	462	455	632	733	1,054
Industrializada (millones US\$)	141	260	353	291	296	287	233	224	279	304	218	145	160	182
"In Natura"	93	138	218	225	226	166	159	196	277	366	405	674	704	1.118
Total (millones US\$)	234	398	634	516	522	445	392	420	556	670	623	819	864	1.300
Precio medio	0,94	1,22	1,42	1,32	1,46	1,65	1,50	1,53	1,62	1,45	1,37	1,3	1,18	1,23

Fuente: sitio Web ABIEC

El precio medio unitario de las carnes exportadas brasileñas ha bajado, tornándolo competitivo con los precios de Argentina, y posicionando a Brasil entre los países con menor costo de producción a nivel mundial. Esta disminución de los costos es el resultado del denominado 'Boi verde', bovino alimentado a pasto, que

representa alrededor del 90% de la crianza brasileña, con niveles de seguridad de sus alimentos adaptados a las exigencias sanitarias necesarias para acceder a mercados tan diferentes como el de Reino Unido, Chile y Estados Unidos (ver cuadro 18).

Cuadro 18 - Exportación de carnes de Brasil en dolares (2003)

Mercado de destino:	Total	NCM 0201.30.00		
		Enfriadas	NCM 0202.30.00 Congeladas	NCM 1602.50.00 Preparadas
Reino Unido	181.525.670	53.849.935	20.625.496	91.755.455
Chile	159.605.127	136.487.203	22.364.604	500.730
Holanda	157.741.871	82.351.443	61.901.122	11.887.642
EEUU	149.492.919	---	---	146.621.553
Rusia	101.464.804	221.988	100.121.962	---
Egipto	94.973.820	538.138	92.221.565	2.179.977
Italia	89.973.503	15.266.976	60.908.582	12.900.192
Arabia Saudita	67.047.277	10.924.558	53.643.907	1.952.212
Alemania	63.781.223	36.054.375	17.172.969	8.016.192
Hong Kong	62.208.356	63.976	30.234.961	329.659
España	54.950.214	16.775.953	37.242.935	428.203
Irán	48.349.622	---	48.349.622	---
Israel	31.642.801	154.894	28.003.934	942.649
Filipinas	23.548.442	---	21.910.604	---
Suecia	21.645.104	13.172.944	6.424.310	1.917.347
Suiza	20.523.943	11.431.800	7.501.772	---
Libano	18.227.686	15.518.451	1.205.203	1.504.032
Singapur	17.289.087	---	16.722.292	---
Emiratos A. Unidos	13.171.392	3.153.298	8.009.445	1.785.532
Francia	12.962.217	3.891.324	2.643.773	5.797.117
Argelia	12.954.071	147.606	12.808.923	---
Portugal	12.670.660	7.277.400	5.011.317	27.349
Irlanda	11.241.057	4.544.502	5.357.805	1.290.777
Angola	9.573.909	357.687	4.597.952	2.843.314
Bulgaria	9.194.303	30.511	4.597.952	---
Noruega	8.264.822	310.683	7.440.323	63.967
Bélgica	8.194.611	2.494.016	1.870.885	3.717.581
TOTAL	1.547.572.726	427.896.675	726.034.642	338.340.325

Fuente: sitio Web ABIEC

Brasil, desde 1994 viene desarrollando una campaña masiva de vacunación para la erradicación de la fiebre aftosa, lo que le ha permitido mejorar su imagen sanitaria en el mercado mundial.

Los focos de fiebre aftosa detectados en el 2004, se encontraron en los estados de Paraná y Amazonas, lejos de las más importantes zonas de producción destinadas a la exportación. El Programa Nacional de Erradicación de la Fiebre Aftosa (**PNEFA**), tiene como objetivo al horizonte 2005 erradicar el mal de todo el territorio nacional. Hacia fines del 2003, 90% del rodeo nacional estaba localizado en regiones consideradas libres de aftosa con vacunación.

Asimismo, se desarrolla en Brasil el **SISBOV**, Sistema Brasileiro de Identificación y Certificación de Origen Bovino, cuyo objetivo es, siempre al horizonte 2005, trazar todos los bovinos del territorio nacional. Actualmente ya se logró que todos los animales faenados destinados a la exportación estén trazados, cumpliendo de esta manera con las normas exigidas por la Unión Europea. Si bien el sistema encuentra dificultades para ser generalizado a todo el territorio y a todo el stock ganadero, las actividades orientadas a la exportación están garantizadas de manera suficiente como para ser aceptados por los

países importadores más exigentes.

La estrategia sanitaria y el desarrollo de sistemas de trazabilidad fueron acompañados de numerosas campañas de promoción de las carnes brasileras en los mercados destino, bajo el slogan '*Brazilian Beef*', basadas en su calidad garantida por la crianza a pasto, el respeto de las condiciones sanitarias, y la aplicación de sistemas de trazabilidad. Dentro de esta estrategia la carne más favorecida fue la carne '*in natura*', que modificó el tradicional perfil exportador de carne industrializada del país.

Entre 1996 y el 2003, la carne exportada '*in natura*' aumento de 1.229%, contra solo 83% de aumento de las exportaciones de carne industrializada (www.fnp.com.br). En el 2003, las carnes preparadas representaban solo el 21,8 % del valor total exportado, distribuyéndose el resto entre carnes enfriadas y congeladas.

Asimismo, el sostenido crecimiento de las exportaciones brasileras se ha debido, también, a la conquista de nuevos mercados (ver cuadro 19).

Cuadro 19 - Evolución de las exportaciones de carnes de Brasil (en dólares)

	2000	2001	2002	2003	2004 (enero-septiembre)
Reino Unido	141.466.784	147.266.172	151.387.852	181.525.670	190.475.081
Chile	54.454.078	95.356.555	112.497.590	159.605.127	156.194.496
Holanda	112.405.153	105.201.594	123.191.002	157.741.871	181.454.558
EEUU	82.170.942	87.541.321	119.428.414	149.492.919	144.879.656
Rusia	---	1.869.098	46.150.356	101.464.804	171.149.007
Egipto	5.863.407	72.752.226	61.930.450	94.973.820	133.758.510
Italia	72.269.719	71.345.784	75.299.256	89.973.503	113.953.178
Arabia Saudita	6.149.612	42.566.850	65.576.797	67.047.277	58.494.924
Alemania	51.668.897	58.847.433	48.623.550	63.781.223	73.786.653
Hong Kong	41.146.737	40.513.389	38.841.774	62.208.356	59.421.666
España	55.513.446	35.713.555	39.868.960	54.950.214	53.974.574
Irán	2.518.518	43.600.642	11.078.704	48.349.622	69.090.824
Israel	23.466.191	67.291.043	31.430.889	31.642.801	39.693.654
Filipinas	2.925.176	8.088.756	7.660.715	23.548.442	29.802.067
Suecia	7.391.451	9.867.304	12.620.807	21.645.104	26.386.259
Suiza	22.458.680	13.855.185	16.240.528	20.523.943	21.531.389
Libano	12.761.660	7.448.702	11.527.904	18.227.686	20.013.181
Singapur	10.263.369	11.154.875	13.562.994	17.289.087	14.514.188
Emiratos A.U.	2.681.422	5.354.279	7.620.267	13.171.392	11.877.935
Francia	17.306.642	13.624.103	13.414.871	12.962.217	15.514.202
Argelia	31.410	---	---	12.954.071	36.724.673
Portugal	9.496.272	9.126.890	8.836.138	12.670.660	14.307.866
Irlanda	3.342.560	6.182.819	7.889.453	11.241.057	16.326.406
Angola	2.386.465	4.993.237	6.265.918	9.573.909	5.158.102
Bulgaria	2.117.877	10.456.775	3.162.295	9.194.303	15.601.247
Noruega	1.825.352	891.147	2.194.862	8.264.822	8.383.421
Bélgica	4.950.174	4.887.443	5.653.783	8.194.611	7.331.757
TOTAL	805.883.216	1.032.966.331	1.111.285.573	1.547.572.726	1.823.963.834

Fuente: sitio Web ABIEC

En 1996 Brasil exportaba carne a cuarenta mercados, a partir de 2003 y como resultado de una agresiva política de conquista de mercados, el número de países se incrementó a 122 países, ochenta de los cuales reciben carne *'in natura'*. El objetivo del país es lograr estar presente en 140 mercados.

Los cuatro principales mercados para Brasil –en los últimos años– han sido el Reino Unido, Chile, Holanda y Estados Unidos, exportando en el 2000 un valor de 390

millones de dólares, que suben a 506 millones en el 2002, y a 673 millones en los nueve primeros meses del 2004.

Rusia y Egipto se suman recientemente como dos grandes nuevos mercados de importancia para el Brasil. El primero de ellos, sumamente complejo, se transformó en el 2004 en el tercer mercado del país. Alemania, Italia, España, Arabia Saudita, Hong Kong e Irán constituyen también mercados sumamente importantes. Es interesante observar, que el país ha logra-

do posicionarse en mercados con grandes diferencias culturales y económicas, y localizados en diferentes regiones del mundo.

Las proyecciones realizadas para las exportaciones brasileras de carne son sumamente optimistas, mostrando la voluntad de expandir su presencia en el mercado mun-

dial, dependiendo de innumerables factores. Es interesante observar, que la evolución de las exportaciones en el 2004, aunque con cifras provisorias, muestra valores superiores a las cifras estimadas por FNP Consultora de 1.700.000.000 tec / 2.300.000.000 US\$ (ver cuadro 20).

Cuadro 20 - Proyecciones de las exportaciones brasileras de carne bovina

	Volúmenes (1.000.000 tec)	Valor (1.000.000 \$)
2004	1.400	2.000
2005	1.550	2.250
2006	1.650	2.400
2007	1.830	2.700
2008	1.900	2.850
2009	2.050	3.125
2010	2.250	3.485
2011	2.400	3.780
2012	2.500	4.000
2013	2.700	4.500

Fuente: FNP Consultora (www.fnp.com.br)

Para poder concretar estos objetivos, el país debería superar algunas trabas estructurales al desarrollo del sector.

Uno de ellos es la estructura de la industria frigorífica, donde se observa una fuerte diferencia entre la eficiencia y la organización de frigoríficos exportadores (que trabajan también para el mercado interno) y los frigoríficos que trabajan solo para el mercado interno. Los cinco princi-

pales frigoríficos del país: Grupo Bertin, Grupo Fibol, Grupo Frigorífico Margem, Grupo Frigorífico Quatro Marcos y Grupo Independencia Alimentos, concentran solo el 14,27 % del volumen faenado en el país y los primeros 10 frigoríficos el 19,66 % de la faena nacional.

Otro factor es la dispersión de las fuentes de materia prima, la producción ganadera se orienta hacia la búsqueda de tierras de menor costo, en un territorio nacional

donde el problema del costo de las tierras es muy desigual.

Asimismo, existe un serio problema de informalidad del sector, que dificulta la difusión de sistemas de trazabilidad y de control sanitario.

Existe también una cierta dificultad para financiar la expansión del sector, sobre todo en los frigoríficos más pequeños.

Finalmente, el sector de las carnes no ha logrado una diferenciación de producto suficiente, como para enfrentar demandas de mercados más sofisticados.

Para el futuro del sector, se debería resolver, en primer lugar, el problema de la dispersión de la actividad¹. Un proceso de concentración permitiría el desarrollo de marcas de empresa, facilitaría la creación de nuevos productos, resolvería el problema del financiamiento y daría mayor control a la informalidad del sector.

Esta evolución debería hacerse sin aumentar los costos con el propósito de no perder la competitividad de precios de la car-

ne brasilera. En este sentido es interesante comparar la evolución de los precios de Argentina y Brasil. Si bien, Argentina bajo fuertemente sus precios en el 2002 –resultado de la devaluación del peso– los mismos aumentaron al año siguiente un 40,4% y aunque aun se mantienen a un nivel menor que el precio brasilero, resulta interesante ver la evolución que han tenido los precios en ambos países.

Por otra parte, si comparamos los precios de Argentina y Brasil respecto de los otros tres grandes exportadores, Australia, Estados Unidos y la UE-15, éstos son sumamente competitivos (ver cuadro 21).

¹ La estructura de frigoríficos que operan en carnes vacunas se diferencia a la de los que operan en aves, donde las cinco principales industrias, Sadia, Perdigao, Bertin, Seara y Frangosul representaban –a mediados de 2004– el 87% de la actividad del sector.

El año 2004 ha sido, sin duda, un año sumamente favorable a las exportaciones agroalimentarias brasileras. Durante el período enero a diciembre superaron en

Cuadro 21 - Consumo de carne en el mundo (1.000 toneladas equivalente carcasa TEC)

	1999	2000	2001	2002	2003	2003/2002
Argentina	1.463	1.582	1.400	855	1.200	40,40%
Brasil	1.230	1.480	1.250	1.110	1.250	12,60%
Australia	1.460	1.532	1.638	1.580	2.115	33,90%
UE	2.555	2.269	1.873	2.086	2.449	17,40%
EEUU	2.622	2.764	2.896	2.680	3.407	27,10%

Fuente: OFIVAL con datos GIRA

29,2% las registradas para el mismo período el año anterior, siendo las más importantes históricamente (en valor superaron los 30.639 millones de dólares). Este fuerte crecimiento resulta de un incremento del 27,3% en las exportaciones de soja, 48% en los lácteos, 40% en el azúcar y alcohol. Por su parte, la carne presentó el

mayor índice de crecimiento, con un aumento del 52% respecto del año anterior. **Las exportaciones de carne bovina pasaron de 1,3 millones de toneladas y 1.500 millones de dólares, a 1,7 millones de toneladas y alrededor de 2.300 millones de dólares** (Agriberia, 10 diciembre 2004).

III.3. Uruguay

El Uruguay sufrió, al igual que otros países de la región, de fuertes diferencias en su paridad cambiaria, tanto a nivel internacional como regional. Ya superado este

problema, el país relanzó en buena medida sus exportaciones, siendo las carnes uno de los productos favorecidos por las nuevas condiciones cambiarias (ver cuadro 22).

Cuadro 22 - Exportación de carne Bovina de Uruguay(RN TON)

AÑOS	REFRIGERADA			ELABORAD A Y	
	con hueso	sin hueso	TOTAL	SALADA	TOTAL
1981	106.000	59.000	165.000	8.000	173.000
1982	55.000	107.000	162.000	7.000	169.000
1983	58.000	164.000	222.000	10.000	232.000
1984	31.000	100.000	131.000	12.000	143.000
1985	49.000	71.000	120.000	13.000	133.000
1986	74.000	86.000	161.000	24.000	185.000
1987	9.000	69.000	78.000	14.000	92.000
1988	8.000	108.000	116.000	15.000	131.000
1989	25.000	131.000	156.000	21.000	177.000
1990	65.000	100.000	165.000	27.000	192.000
1991	14.000	76.000	90.000	27.000	117.000
1992	7.000	86.000	93.000	30.000	123.000
1993	3.000	81.000	85.000	21.000	105.000
1994	18.000	113.000	131.000	21.000	152.000
1995	20.000	103.000	122.000	20.000	143.000
1996	42.000	146.000	187.000	22.000	210.000
1997	64.000	182.000	246.000	22.000	268.000
1998	61.000	173.000	234.000	23.000	257.000
1999	29.000	195.000	224.000	19.000	244.000
2000	32.000	223.000	255.000	17.000	272.000
2001	17.000	133.000	150.000	19.000	169.000
2002	4.000	232.000	236.000	23.000	259.000
2003	9.000	282.000	291.000	27.000	318.000
2004	330.000*

Fuente: www.inac.gub.uy, y *SAGPyA (prevision)

El Uruguay posee una estructura de exportaciones relativamente concentrada, dado que las 5 principales industrias exportadoras realizan el 47,4 % de las ex-

portaciones de carnes bovinas, y los 10 principales concentran el 76,1%. Un total de 20 empresas concentran el 93,33% exportado (INAC, ver cuadro 23).

Cuadro 23 - Empresas exportadoras de carne de Uruguay (01.01.2004-30.09.2004)

	Valor exportaciones	% total exportado
Frigorífico Las Piedras SA	51.393.809 u\$s	10,14%
Establecimiento Colonia SA	49.635.721 u\$s	9,79%
Frigorífico San Jacinto - Nirea SA	49.226.245 u\$s	9,71%
Frigorífico Matadero Carrasco SA	45.239.890 u\$s	8,92%
Frigorífico Tacuarembó SA	44.910.333 u\$s	8,86%

Fuente: www.inac.gub.uy

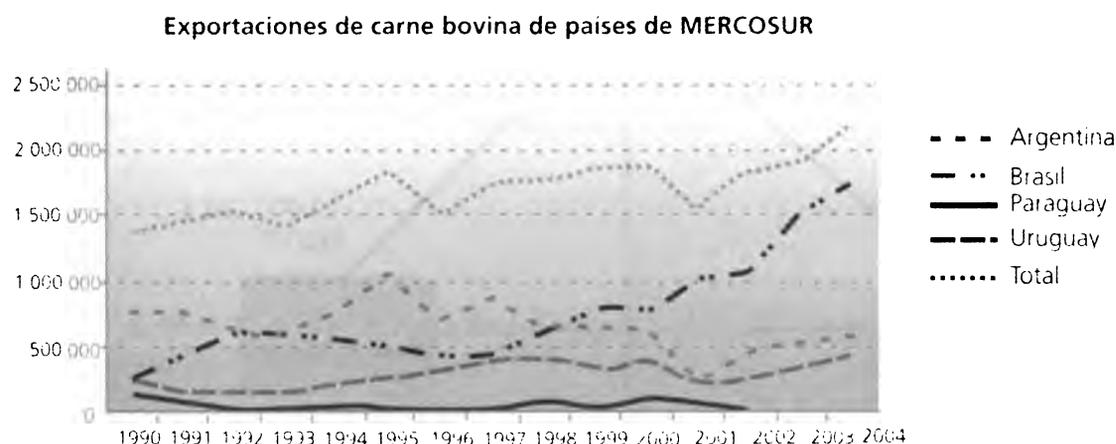
III.4. MERCOSUR

Respecto a la situación de MERCOSUR, nos parece interesante retener algunos temas para la reflexión.

El primero de ellos, es el problema de la posible competencia **entre la evolución de la demanda interna y el volumen disponible para exportación**. Para Argentina este parece ser un tema esencial, dado que los precios en el mercado interno parecen jugar en la disponibilidad de volúmenes para ser exportados. En el caso de Brasil, el tema merece una opinión diferente, ya que existe una demanda importante para la carne de pollo y un fuerte potencial de producción para este tipo de carnes, sin dejar de lado la importante conciencia exportadora de los operadores del sector.

Un segundo tema, es la situación de **competencia o de complementariedad en las exportaciones de carne de Argentina y Brasil**. El gráfico 3 muestra el efecto 'tijera' en la evolución de las exportaciones de ambos países, manifiesto durante el período 1997 - 2001. Sin embargo, a partir del 2002, sin duda como resultado de la devaluación del peso argentino, los dos países, tienden a aumentar sus exportaciones a ritmos diferentes, lo que permitiría asumir complementariedad más que competencia entre ambos países. Esta misma observación es posible de realizar en lo que hace a las exportaciones de carnes de Brasil y del Uruguay.

Gráfico 3 Exportaciones de carne bovina de los países del MERCOSUR



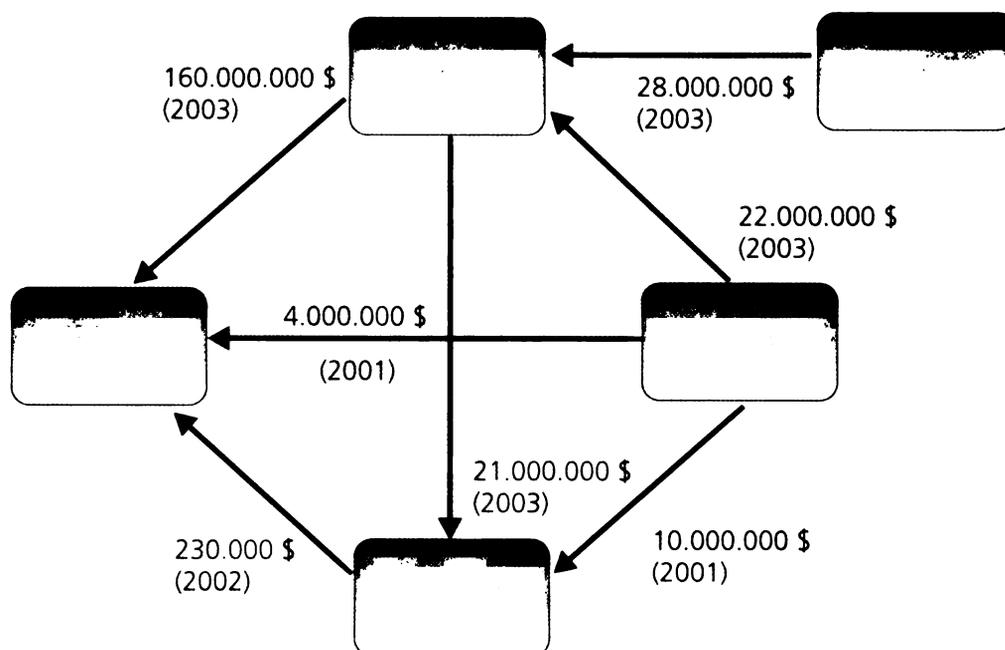
Fuente: www.fao.org + datos fuentes nacionales. Para Argentina 2004 solo 8 primeros meses y para Brasil y Uruguay, primeros 9 meses de 2004.

Los tres principales países exportadores de la región muestran desde el 2002, una tendencia paralela al crecimiento de las exportaciones de carnes que se mantienen hasta el 2004. Esto permite afirmar que cuando las condiciones de paridad monetarias dejan de ser desfavorables, los países de la región pueden avanzar conjuntamente a la conquista de mercados.

Esta situación no se repite en el ámbito del comercio intra-regional, Chile, tradicional mercado de exportación para las carnes argentinas, fue remplazado por Brasil. Los valores de intercambio regional de carnes muestran cifras importantes, con un valor total cercano a los 250.000.000 dólares. En este mercado, Brasil se presenta nuevamente como un actor esencial, exportando hacia Chile 160 millones de dólares (en

el 2003) e importando carnes de Paraguay, Uruguay y Argentina, por un valor total de 71 millones de dólares (ver gráfico 4).

Gráfico 4 - Intercambios regionales de carnes vacunas



Fuente: datos fuentes nacionales INAC, SENASA, ABIEC.

Para el caso de Uruguay, se observa que el comercio regional representa una parte significativa de sus exportaciones totales. Entre 1991 y el 2001, Argentina, Brasil y Chile

fueron destino del 22,83% del total de carnes bovinas exportados por Uruguay. (ver cuadro 24).

Cuadro 24 - Exportaciones de carne bovina de Uruguay (1.000 US\$)

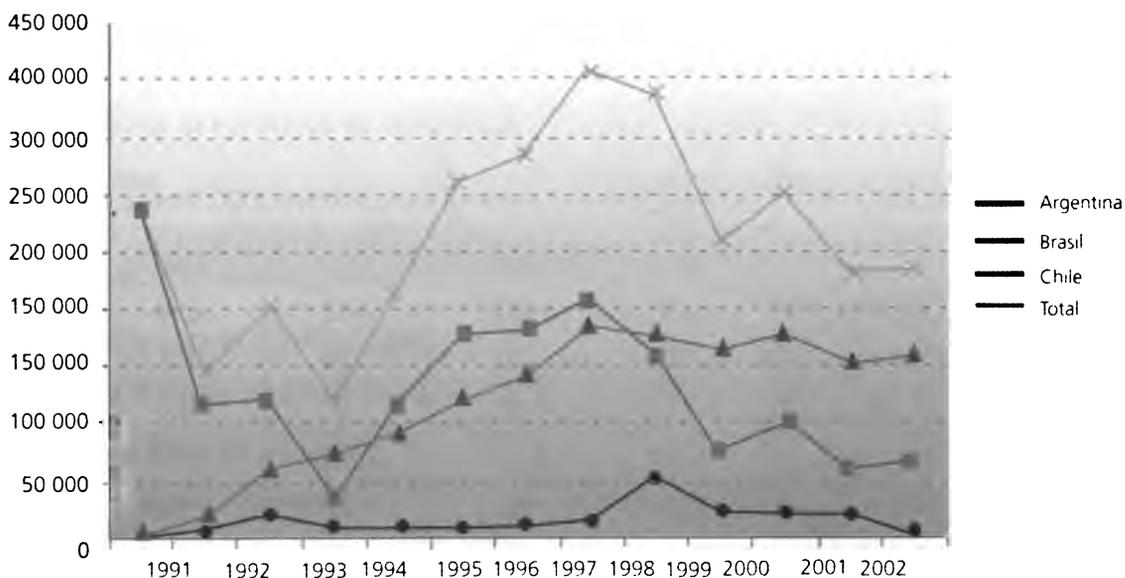
	Total Exportado	Israel	Brasil	EEUU	Chile	Canadá	Argentina
1997	384 000	60 101	91 572	41 923	20 293	13 598	10 992
1998	411 000	69 373	74 596	37 282	38 495	2 541	44 287
1999	342 000	60 619	28 059	47 823	14 845	26 442	14 569
2000	369 000	56 452	36 583	46 815	11 080	40 380	12 710
2001	217 000	39 431	21 869	28 294	4 068	39 772	10 464
Total 1991-2001	2 990 000	526 723	399 900	317 011	164 480	125 352	120 428
% 1991-2001	100,00%	17,60%	13,30%	10,60%	5,50%	4,19%	4,03%

Fuente: www.inac.gub.uy

Es importante tener en cuenta que la evolución de la demanda de carnes de los países de la región ha disminuido de manera significativa desde 1997, fundamentalmente por una tendencia de Brasil a

auto-provisionarse, y a una estabilización del comercio de importación de Chile, que es desde 1998, el principal mercado de importación de la región (ver gráfico 5).

Gráfico 5 - Importaciones de carne bovina de Brasil, Argentina y Chile



Fuente: realizado a partir de datos de la FAO www.fao.org

IV – EL MERCADO EUROPEO DE CARNES

Como ya vimos (ver I.2.), el consumo europeo de carnes es sumamente disímil según los países, tanto en lo que hace a los niveles de consumo como al tipo de carnes consumida.

manifiesta diferencias, como veremos más adelante, entre consumo en el hogar o fuera del hogar. Este hecho nos impulsa al análisis de la evolución del consumo de alimentos "fuera de casa".

Asimismo, el lugar de consumo también

IV.1. El mercado español de carnes

Según las informaciones del MAPA (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación) de España, la **producción española de carnes** representó, en el 2002, un valor de 9.888.000.000 euros, equivalentes a 27,7% de la producción agraria total. Esta cifra, sin embargo, disminuyó respecto del año anterior, dado principalmente a una caída del precio de la carne, en particular la de porcinos y aves, de alrededor del 10%.

La carne porcina, representa la producción más importante con casi 60% del total, seguida por la carne de aves (20%) y en tercer lugar la producción de carnes vacunas con el 12,8% (ver cuadro 25).

Cuadro 25- Producción española de las principales carnes (1.000 toneladas)

	1999	2000	2001	2002
Vacuno	678	631	642	656
Ovino	221	232	236	236
Caprino	17	19	17	17
Porcino	2.892	2.912	2.993	3.061
Aves	1.002	987	1.031	1.038
Conejos	136	152	115	122
Otras carnes	7	8	7	7
Total	4.953	4.941	5.041	5.137

Fuente: MERCASA 'Alimentación 2003', 2004.

El crecimiento de la producción de carnes vacunas española de los dos últimos años, está basado tanto en el incremento de la demanda interna como de las exportaciones. La máxima producción alcanzada fue en 1999, con 678.000 toneladas, cayendo en el 2000 como consecuencia del proble-

ma de la EEB, y recuperando en buena medida del terreno perdido en el 2002.

La **estructura de producción** se concentra en toros (incluyendo los añejos), que representan 53,5 % de la producción y 48,8% de la faena, los novillos significan

el 27,8% y 29,7%, las vacas el 13,4% y 12,7% y las terneras el 5,3% y 8,8%, respectivamente.

El consumo de las carnes frescas es de 66,1 kilos por año y por persona, siendo consumidos principalmente en los hogares (81,2%). El consumo fuera de domicilio es estimado en 15,4% en el circuito hostelería y restauración y en 3,4% en los sitios de consumo institucional.

En lo que hace al consumo de diferentes tipos de carne:

- 26,7% corresponde a carne de pollo;
- 23,7% a carnes transformadas;
- 21,7% a carne de cerdo fresca;
- 12% a carne de vacuno;
- 5,4% a carne de ovino;
- 2,7% a carne de conejo;
- 1,6% a despojos cárnicos;
- 4,1% a otras carnes frescas; y
- 2,1% a carnes congeladas.

El consumo de pescado en España constituye un gran competidor para las carnes. El consumo de productos de la pesca (incluyendo pesca en alta mar -82%- y acuicultura -18%-) es estimado en 35,3 kilos por año y por persona, es decir, más de dos veces superior al consumo de carnes vacunas, y a más de la mitad del consumo total de carnes.

Los consumos más elevados de carnes se ubican en Castilla y León, seguidos por Navarra y La Rioja. En el extremo opuesto se encuentra Andalucía, que tiene un consumo importante de productos de la pesca.

Los núcleos de población intermedio son los que menos carnes consumen, aumentando esas cantidades en los núcleos más pequeños. Las familias más numerosas, son también las que consumen menor cantidad de carnes, siendo las familias con niños menores de seis años, los que poseen el menor nivel de consumo. Por el contrario, las mujeres que no trabajan fuera de casa, y las de edades entre 50 y 64 años, son las que consumen mayor cantidad de carnes.

La **estructura empresarial** del sector cárnico es relativamente compleja, con una base muy atomizada, compuesta por numerosos pequeños operadores tradicionales. Sin embargo, en los últimos años se observa una tendencia importante a la concentración y verticalización de las cadenas productivas, encabezadas por algunos grandes grupos –sea mataderos en su origen o provenientes de la alimentación animal u originarios de la distribución (ver cuadro 26).

Cuadro 26- Principales empresas del sector cárnico en España (2001)

Empresas	Ventas en euros
Grupo Campofrío Alimentación	1.512.650.000
Corporación Alimentaria Guissina SA	503.960.000
Elpozo Alimentación SA	371.800.000
Casa Tarradellas SA	256.800.000
Cooperativa Ganadera Valle de los Pedroches	156.770.000
Industrias Cárnicas Loriente Piqueras SA	160.910.000
SA T. Frinbin, Industrias Cárnicas	154.000.000
Cooperativa COPAGA	150.880.000
Frigolouro SA (Industrias Frigoríficas Louro)	147.620.000
Hermanos Macías García SA (HERMAGASA)	140.400.000

Fuente: MERCASA 'Alimentación 2003', 2004.

En el sector vacuno, la estructura productiva está representada por un número algo menor a 75.000 ganaderos, principalmente tradicionales y con tendencia a la baja en cantidad, pero con incrementos en el volumen unitario de producción (80 empresas ganaderas superan los 1.000 animales en producción). Un hecho significativo es la tendencia que han mostrado algunas empresas lecheras para orientarse hacia la producción cárnica.

El principal matadero bovino tiene una producción superior a las 28.000 toneladas, mientras que el segundo ronda las 22.000 toneladas, el tercero alcanza las 21.500 toneladas y el cuarto 21.000. Otras 12 empresas representan

volúmenes de producción entre las 10.000 y 20.000 toneladas. Casi un 22% de los mataderos están situados en

Cataluña, y un 16% en Castilla y León, seguidas por Galicia (12,5%) y Madrid (9%). Los 10 mayores mataderos representan una cuota conjunta de 30% del total, mientras que los 30 primeros superan el 50% de la producción cárnica española.

Considerando todos tipos de carnes, hay en España 4.600 industrias cárnicas, además de 1.500 mataderos –de los cuales solo 600 se encuentran homologados–, 1.610 almacenes frigoríficos y 1.650 salas de despiece (MERCASA, 2004).

El aumento de los **controles** sanitarios, la vigilancia para asegurar una correcta alimentación animal, la promoción de marcas, la presión de las centrales de compra del comercio moderno y la aplicación rigurosa de sistemas de trazabilidad, parecen orientar el sector hacia una mayor concentración, los productores menos eficientes y los mataderos informales tendiendo a desaparecer, favoreciéndose así el proceso de concentración del sector.

Una tendencia importante del sector, es la difusión de **Indicaciones Geográficas Protegidas** (IGP). Para el sector de las carnes vacunas hay seis IGP, que representan una producción conjunta de 16.600 toneladas, la primera de ellas, representando un 60% de ese volumen.

Entre las IGP se encuentran la 'Carne de Ávila', la 'Carne de Morucha de Salamanca', la 'Carne de la Sierra de Guadarrama', la IGP 'Terneras de Extremadura', la IGP Ternera de Navarra' y la IGP 'Ternera Gallega'. En la IGP 'Carne de Ávila', están inscriptas 272 ganaderías, con 16.000 cabezas de ganado, 107 explotaciones de cebo y 26 industrias cárnicas. Anualmente se sacrifican unos 2.500 animales y se comercializan unos 680.000 kilos de carnes. La IGP 'Carne de Morucha de Salamanca', tiene un Consejo Regula-

dor donde están inscriptos 125 ganaderías, con 9.500 cabezas de ganado, 120 cebaderos, 3 mataderos y 4 industrias cárnicas. La comercialización de carnes protegidas asciende a unos 250.000 kilos. La IGP 'Carnes de la Sierra de Guadarrama', posee 254 explotaciones inscriptas, con 7.700 animales. La más grande IGP es 'Ternera Gallega', que registra 6.400 explotaciones con 148.000 reproductoras, 395 cebaderos, 43 mataderos y 22 salas de despiece. Comercializa alrededor de 10 millones de kilos de carnes (Mercasa, 2004)

El **comercio exterior** de carnes representa un valor total de 2.900.000.000 euros, de los cuales el 58,62% es de valor exportado y el 41,38% es del valor de las importaciones.

En el 2002, se exportaron 970.000 toneladas entre animales vivos (computados por su peso estimado), carnes y preparados cárnicos. El 87% de las exportaciones eran realizadas hacia los mercados de la Unión Europea a quince miembros. Ese mismo año se importaron cerca de 500.000 toneladas de animales vivos, carnes y preparados cárnicos, el 84% siendo procedente de la UE-15.

En el caso de los animales vivos, casi todo el tráfico es intracomunitario. Respecto de las importaciones, los terneros vivos pro-

ceden de Francia y de Holanda, en algunos casos, son reexportados luego de haber sido cebados, ya listo para ser faenados, esto como resultado de problemas medioambientales en Francia y sobre todo en Holanda.

Las carnes de aves importadas son a 70% originarias de la UE-15. Las carnes de ovino, son procedentes en la mayor parte de Nueva Zelanda, la carne de conejo es procedente en general de Francia.

Respecto de las carnes vacunas, las exportaciones españolas fueron muy afectadas por el problema de la 'vaca loca'. Las ex-

portaciones se realizan a 74% en carnes fresca y en 26% en forma de carnes congeladas. El principal mercado es Portugal (30%), seguido de Rusia (29%), Francia (15%) e Italia (14%). En lo que hace a las importaciones, las carnes frescas representan el 63,5% del total importado, las congeladas el 36,5% restante. El principal proveedor europeo de carnes es Alemania (15,7%), seguido de Holanda (14,4%), Francia (11,1%) y Bélgica (3,3%). El 55,5% es repartido en numerosos proveedores con porcentajes relativamente reducidos (Mercasa 'Alimentación 2003', 2004) (ver cuadro 27).

Cuadro 27- Comercio Exterior Español de animales vivos y carnes (1.000 toneladas)

Exportaciones				
	1999	2000	2001	2002
Vacuno vivo	46	48	50	29
Carnes vacunas	147	133	110	123
Porcino vivo	103	131	107	120
Carnes porcinas	314	321	364	385
Carnes ovinas	18	17	21	23
Carnes de aves	40	47	50	44
Importaciones				
Vacuno vivo	115	98	68	100
Carnes vacunas	89	71	57	84
Porcino vivo	43	43	40	47
Carnes porcinas	87	80	70	66
Carnes ovinas	12	11	9	11
Carnes de aves	86	92	62	59

Fuente, Mercasa 'Alimentación 2003', 2004.

IV.2. El mercado francés de carnes

El mercado de carnes vacunas de Francia, principal mercado europeo y país que posee el mayor nivel de **consumo de carnes vacunas** por habitante, se caracteriza por una tendencia lenta pero prolongada a la disminución de su consumo. Numerosos factores parecen jugar en el mercado francés para alimentar esta tendencia.

El primero de ellos es sin duda un problema de **precios**, fundamentalmente cuando son comparados a los precios de las carnes blancas y el pescado. Muchas veces la evolución de los precios de las carnes rojas es superior al de los alimentos en general, y sobretodo, al de otras carnes (ver cuadro 28).

Cuadro 28 - Francia. evolución de los precios (enero - abril 2004)

	Evolución sobre 3 meses
Evolución general de los precios	2,10%
Evolución del precio de los alimentos	1,40%
Evolución del precio de las carnes vacunas	3,70%
Evolución del precio de carnes porcinas	0,50%
Evolución del precio de los productos lácteos	1,20%
Evolución del precio de los quesos	0,70%

Fuente: Ofival, 2004.

Un segundo elemento, son los **cambios en los modos de vida** y en los hábitos de consumo. Hay una contradicción entre la tendencia a disminuir el tiempo de preparación de las comidas, y la imagen de las carnes vacunas, como un producto tradicional, para consumir luego de ser preparado con formas de cocción prolongadas. En realidad, el hecho más significativo es la competencia con otros productos cárneos, que han sabido acompañar esta tendencia a la preparación de comidas

rápidas, sea con productos adaptados al horno a micro-ondas, u otras formas de preparación rápida.

Las carnes rojas tienen también una **imagen dietética** negativa. Si bien siguen siendo consideradas como muy nutritivas, posee una imagen más bien negativa respecto de posibles implicaciones sobre el nivel de colesterol, como con respecto a los problemas de obesidad. Más que 'desaparecer' de los menús familiares, lo que

suele producirse es un consumo de unidades de consumo más pequeñas, así que una frecuencia de consumo más alternado. Las recomendaciones dietéticas actuales en Francia, tendiendo a privilegiar el consumo alternado de diferentes tipos de carnes y de pescado, el consumo de carnes vacunas tiende así a situarse en fuerte competencia con otras carnes, sobretodo si se integran también factores ya citados como el precio o la disminución del tiempo dedica-

do a la preparación de las comidas.

Esta tendencia larga a la competencia 'desfavorable' de las carnes rojas respecto del pescado y las carnes blancas, se vieron fuertemente confirmadas por las crisis sanitarias de los últimos años, que no hicieron sino confirmar la tendencia al reemplazo de carnes rojas por carnes blancas y pescado (ver cuadro 29).

Cuadro 29 - Evolución del consumo en Francia de productos elaborados y no elaborados (en %)

	1960	1980	2001
Productos brutos tradicionales	23,10%	12,60%	9,50%
Azúcares brutos	2,00%	1,20%	0,60%
Grasas brutas	4,30%	3,80%	2,50%
Carnes rojas	11,20%	11,20%	6,60%
Carnes porcinas	2,80%	3,20%	2,50%
Carnes blancas	12,30%	11,50%	10,20%
Productos del mar	1,70%	2,50%	4,20%
Productos lácteos	7,40%	10,80%	13,00%
Productos 'salud'	1,70%	2,80%	5,50%
Frutas y legumbres	16,80%	15,20%	15,60%
Carnes preparadas	5,90%	8,30%	11,70%
Dulces, golosinas, bebidas azucaradas	8,80%	13,00%	14,10%

Fuente: INSEE, Cuentas Nacionales, diversos años, base 1995

Estas tendencias se acompañan por una fuerte preocupación de los consumidores concerniente el origen de las carnes. El origen de la carne, se ha transformado, de alguna manera, es un elemento más,

claramente subjetivo, de la noción de 'calidad'. Esta imagen de calidad relacionada con el origen, entro en vigencia desde el problema de la 'vaca loca', cuando se busco identificar la imagen de 'carne con-

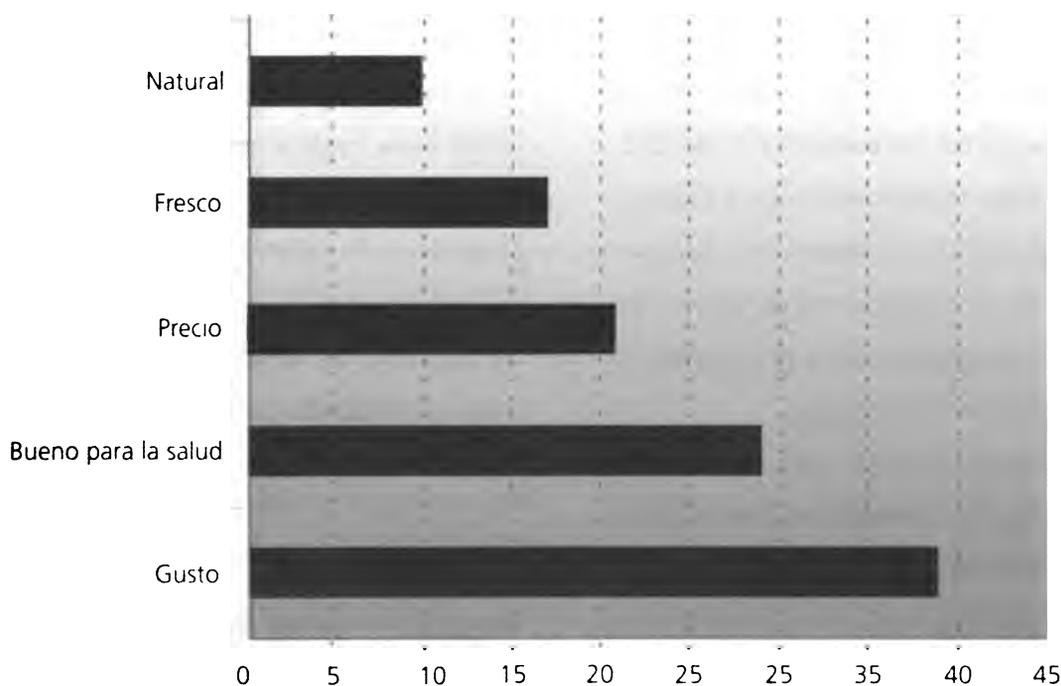
taminada', con la 'carne británica'. El consumidor, ayudado por fuertes campañas promocionales, tendió a identificar 'cercanía' y 'seguridad + calidad'. La implementación de cadenas trazadas, donde la información principal transmitida era el origen de las carnes, confirmó esta imagen de cercanía = seguridad + calidad.

A esta imagen desdibujada, pero siempre presente, de origen y seguridad + calidad,

se suman en forma creciente una exigencia de calidad intrínseca de tipo gustativa.

Según una encuesta realizada por el CREDOC, en abril del 2002, cinco grandes temas son muy presentes en la noción de calidad de los productos. El primero de ellos es el gusto, seguido por que el producto sea bueno para la salud y finalmente los precios (ver gráfico 6).

Gráfico 6 - Criterios de calidad de los alimentos de los consumidores franceses (en % respuestas)



Fuente: Le Journal de Carrefour 'La conception d'un produit Carrefour', n° 91, Paris, febrero 2003.

La distribución moderna se alinea rápidamente sobre este tipo de exigencias de los consumidores, fundamentalmente a través la creación de *'Filières Qualité'*, que logran, a través una forma muy organizada de coordinación vertical, construir cadenas de aprovisionamiento que son a la vez bien controladas en términos sanitarios y poseen exigencias de tipo gustativa, derivadas del control del sistema de producción, sumamente exigentes (Sans, 1998; Le Bail, 2000).

La organización de esta cadena de aprovisionamiento organizada verticalmente desde las centrales de compra, se organiza alrededor de una serie programada de actividades:

- Redacción de un primer cuaderno técnico de producción, que define claramente las condiciones de producción, comercialización y entrega,
- Selección de proveedores y discusión sobre las condiciones de aplicación del cuaderno técnico preparado por la central de compras,
- Realización de paneles de consulta y degustación externos, incluyendo asociaciones de consumidores,
- Certificación de los sitios de producción, comercialización y entrega,

Gracias a la organización de este sistema, que en el caso de las carnes vacunas suele estar organizado con productores nacio-

nales, el comercio moderno busca garantizar a sus clientes un producto con garantías de seguridad y calidad gustativa, que respete también el criterio de cercanía que suelen exigir los consumidores en el caso de las carnes vacunas.

Este sistema, sumamente organizado en el caso de las carnes, suele ser acompañado por la constitución de un Club, como es el caso del *'Club Filière Qualité Carrefour'*, donde se reúnen los productores, responsables de gestión de góndola y responsables de la central de compras, para intercambiar informaciones y para discutir juntos sobre la evolución de las ventas y determinar, eventualmente, operaciones comunes de promoción. Se organizan allí *'jornadas a tema'*, en las cuales los productores se acercan a los puntos de venta para explicar a los clientes la forma en que trabajan y cuidan la calidad de sus productos. El origen de las carnes estando siempre presentado como una imagen de garantía de la seguridad y de la calidad, garantizada por el control de la enseña de distribución (Monzie, 2004).

Nos encontramos así, con una cadena de carnes que se organiza alrededor de dos grandes tipos de exigencias productivas y sanitarias. Las que fijan las reglamentaciones europeas y nacionales, las que fijan los cuadernos de producción del comercio moderno.

Así, a exigencias como la prohibición de productos anabolizantes, decidía por la Unión Europea en 1989, el comercio moderno agrega una tendencia a privilegiar, de manera informal, cadenas de aprovisionamiento nacional para las carnes bovinas.

Los contratos que se establecen entre productores (o agrupamientos de productores), mataderos, transportistas, laboratorios de control de calidad, entes de certificación y centrales de compra, respecto de una cadena de aprovisionamiento verti-

calmente coordinada, integran la totalidad de exigencias nacionales y comunitarias, y agregan exigencias propias de cada enseña. Si estas exigencias tienen una cierta base común, suelen ser diferentes según de que central de compras se trata, tanto por razones de tipo técnico, que de marketing o de organización comercial y logística de cada enseña de distribución.

La estrategia del comercio moderno es importante en Francia, dado que el sector representa una parte significativa del total de venta de carnes vacunas.

Cuadro 30 - Lugares de venta de las carnes en Francia (2003)

	Comercio	Carnicerías	Mercados callejeros	Venta directa	Otros canales
Total carnes	80,00%	13,10%	3,30%	1,30%	2,30%
Carne vacuna	78,70%	16,70%	2,00%	0,80%	1,70%
Carne ovina	74,20%	20,50%	3,20%	0,20%	1,90%
Carne porcina	82,80%	11,80%	2,40%	0,80%	2,20%
Carne caballo	48,60%	27,80%	22,60%	0,20%	0,90%

Fuente: Datos OFIVAL, a partir de información SECODIP

Si bien el comercio moderno es de una gran importancia, un **25 % de las carnes vacunas** consumidas en Francia, no pasan por ese canal, sino por el **consumo fuera del hogar**. En efecto, tanto la restauración institucional (cantinas escolares, restaurantes de empresas, cantinas

institucionales), así que el circuito de restaurantes, representan una parte significativa del consumo de carnes, las mismas pasando por canales de distribución alternativos al comercio moderno.

Este tipo de canales es muy importante de

tener en cuenta, dado que tienen una lógica de funcionamiento y una forma de organización totalmente distinta de la del comercio moderno.

Entre los factores que nos parece importante señalar en el circuito de carnes de tipo HORECO (Hoteles, Restaurantes, Colectividades), es de señalar que la preocupación principal pasa por los precios; el origen de las carnes no posee de ninguna manera la misma lógica que la del comercio moderno. En efecto, los restaurantes, si bien suelen tener una preocupación en el respeto de las normativas legales, no

están sometidos por los consumidores a los criterios de calidad que rigen cuando el consumidor esta en situación de compra en un punto de venta del comercio moderno.

Si los actores del circuito HORECO están obligados a operar con criterios tales como el respeto riguroso de la trazabilidad, el origen de las carnes no suele estar evidenciado sino en casos sumamente raros, como es el de la empresa McDonald's, que se abastece exclusivamente de carnes producidas en el país donde opera.

V – EL DESARROLLO DEL CIRCUITO HORECO EN EUROPA

Uno de los grandes cambios que enfrentan desde hace ya casi una década los operadores del mercado, en prácticamente todos los países de Europa, es el desarrollo acelerado de los restaurantes y cafés, así que de la restauración colectiva. Ellos son uno de los clientes actuales más dinámicos del mercado. Es el sector que posee el mayor crecimiento previsible para los próximos años.

La restauración fuera de domicilio se compone de dos grandes ramas: la restauración colectiva y la restauración comercial. Esta última pudiéndose dividir también en dos grandes ramas: la restauración tradicional y la funcional (ver gráfico 7).

Gráfico 7



Fuente: Baros y Van Themsche, 2003.

España es uno de los países de Europa que ha conocido una de las mayores evoluciones en la restauración comercial. La misma se expresa en el crecimiento del número de restaurantes, que paso de un total de 27.381 en 1980 a 56.669 en el 2001¹. Una evolución aun más espectacular es la de los Cafés – Bares, que entre 1970 y el 2001, vio el nacimiento de más de 135.000 nuevos establecimientos, llegando en toda España a un total de mas de 240.000, en el 2001. Estas dos actividades, representan un valor de ventas muy importante: 15.340 millones de euros en el 2001 para los restaurantes, y 42.340 millones de euros, ese mismo año, para las cafeterías, cafés y bares (Martín Cerdeño, 2003).

El circuito HORECO, tiene bastante importancia para las carnes. Más del 21% de las

carnes vacunas consumidas en España, pasan por este circuito. Es tambien un circuito que se caracteriza por un sistema de intermediación 'tradicional', donde los distribuidores y mayoristas posee una parte dominante: 74 % del mercado (ver cuadro 31).

¹ La capacidad total, en términos de número de cubiertos, de los restaurantes es aun más significativa. Se paso de un total de 1.001.000 cubiertos en 1975 a 3.502.000 cubiertos en el 2001. Algunos de estos restaurantes están organizados en empresas tales como: McDonalds, Telepizza, Areas, Sigla, Burger King, El Corte Ingles, Zena Pizza o Pans&Company (Martín Cerdeño, 2003).

Es así necesario tener en cuenta que, pese a la acelerada modernización de la cadena alimentaria española y a los grandes cambios que ella ha conocido, desde la etapa de la producción hasta los cambios

Cuadro 31- Distribucion y Consumo de Carnes en España (2001)

	Hogares (en %)	Fuera del Hogar (en %)	Total
Total de carnes	81,21%	18,79%	66,1 kg.
Carnes vacunas	78,14%	21,86%	7,9 kg.
Carnes transformadas	78,45%	21,55%	15,7 kg.
Distribución de carnes por formas de comercialización (% valor de las ventas)			
Consumo en hogares		HORECO	
Supermercados	37,20%	Distribuidores	51,90%
Hipermercados	14,86%	Mayoristas	21,91%
Tiendas tradicionales	39,04%	Tiendas tradicionales	15,07%
Otros canales	8,90%	Otros canales	11,12%

Fuente: Mercasa 'Alimentación 2003 ...', 2004,

en el comportamiento de los consumidores -que se expresa tanto en la frecuentación de puntos de venta del comercio moderno, así que en el aumento de sus gastos alimentarios fuera del hogar-, los operadores mayoristas siguen ocupando un espacio de gran importancia.

Esta importancia se confirma cuando se observa la evolución del empleo en la acti-

vidad comercial en España. Las actividades mayoristas representan alrededor de una tercera parte de los asalariados del sector comercial. La evolución del empleo en este sector, entre 1998 y 2002, si bien es inferior que la del comercio minorista, muestra entre esas dos fechas una tasa de incremento de los asalariados cercano al 20 % (ver cuadro 32).

Cuadro 32 - Evolución del empleo en las actividades mayoristas

	1998		2002		Evolución del total 2002/1998	
	Total	Asalariados	Total	Asalariados	Total	Asalariados
Mayoristas	541 700	421 400	618 500	504 000	14,23%	19,71%
Minoristas	1 435 100	803 000	1 585 900	1 035 000	10,45%	28,89%
Total de empleo en el comercio	1 976 800	1 224 400	2 204 400	1 539 000	11,54%	25,74%

Fuente: Empresa Nacional MERCASA, 2003.

El mantenimiento de esta actividad, pese a la importancia de los cambios del conjunto de la cadena, muestra su capacidad a crear utilidad y valor en el seno de la cadena alimentaria, que se expresa claramente con la presencia de un número estimado de 165.000 empresas.

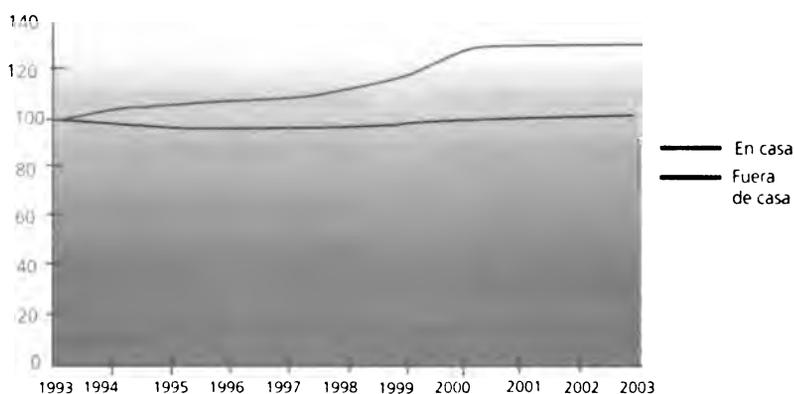
El mercado **italiano** de comidas fuera del hogar es también muy dinámico. En el 2001, siete millones de italianos almorzaban diariamente fuera de su casa y 4,5 millones cenaban también diariamente

fuera de casa. Frecuentando uno de los 131.613 bares y algunos de los 74.749 restaurantes con los que cuenta el país Al igual que en otros países de Europa, en Italia, la parte del gasto dedicada a los alimentos fuera de casa aumento en los últimos años, pasando del 26% en 1993 al 31 % en el 2003. Es importante señalar que mientras entre 1993 y el 2003, el consumo en el hogar aumento de solo 2%, luego de haber caído de -3% en 1996 y 1997, el consumo fuera de casa aumento de 31%, en ese mismo periodo. Es decir, que mien-

tras los italianos han estabilizado su consumo en el hogar, aumentan regularmente el gasto alimentario fuera de casa.

te el gasto alimentario fuera de casa.

Gráfico 8 - Evolución del consumo en Italia, en casa y fuera de casa

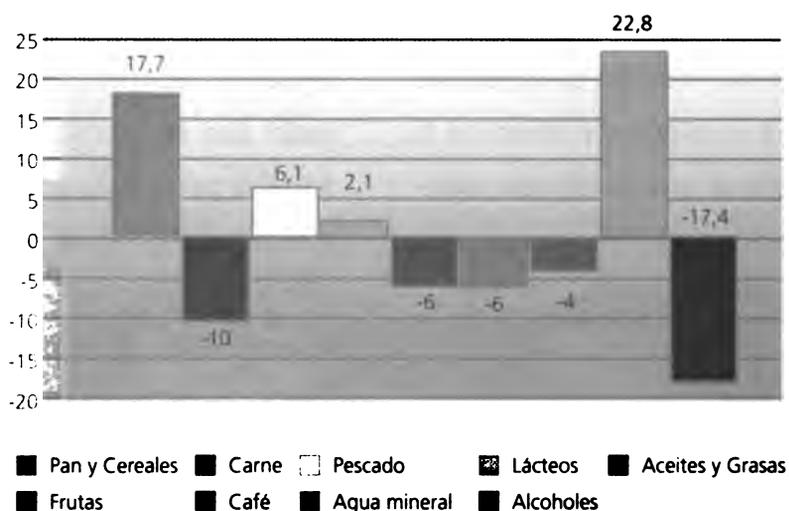


Fuente: FIPE - Confcomercio, 2003

En el interior de esa evolución, los productos consumidos también varían. Si algunos productos han 'explorado' en sus ventas, como el agua mineral, otros, como las bebidas al-

cohólicas, las carnes, los productos grasos, y aun las frutas –con una buena imagen de salud- han disminuido significativamente en el periodo 1993 – 2003.

Gráfico 9 - Evolución del consumo en Italia 1993 - 2003 (en %)

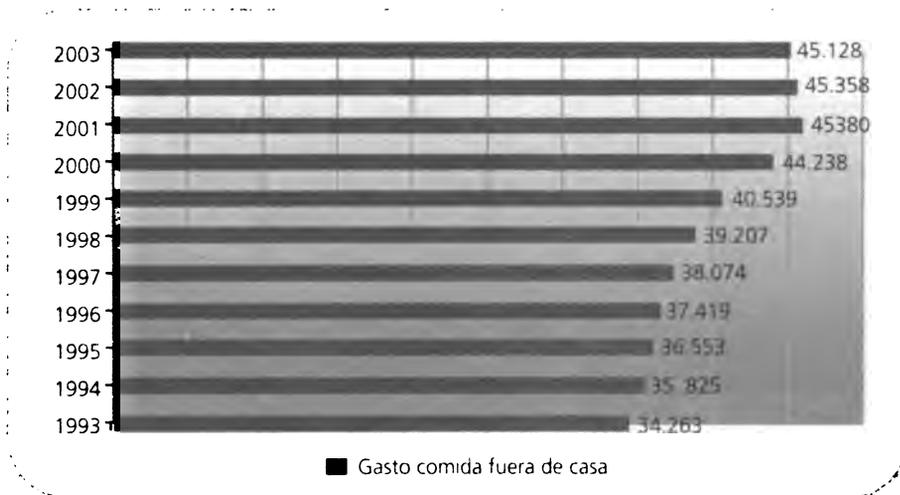


Fuente: FIPE - Confcomercio, 2003

Es decir, que el cambio del lugar de consumo se acompaña de un cambio en los

tipos de productos consumidos.

Gráfico 10 - Gasto comida fuera de casa en Italia (en millones de euros)



Fuente: FIPE - Confcomercio, 2003

El valor de las ventas de alimentos consumidos fuera de casa es sumamente importante en Italia, siendo en el 2003 de 45.218.000.000 euros. Esta cifra representa los gastos realizados en la totalidad de los 74.749 restaurantes, pero no incluye los gastos realizados en algunos de los 131.613 cafés, ni los de la restauración institucional.

La evolución del circuito HORECO en **Francia** es similar a la de España e Italia. En 1960, en Francia, solo 5 % de las comidas estaban realizadas fuera del domicilio. En el 2000, este porcentaje aumenta al 13%. Para el 2020, las comidas fuera de casa representaran el 18% del total (Baros y Van Themsche, 2003). La importancia del circuito HORECO francés se expresa en el

hecho de que, en el 2003, se servían en Francia un total de 24.000.000 de prestaciones alimentarias diarias, incluyendo 16.580.000 comidas servidas fuera de casa, 60% de las cuales eran realizadas en restauración colectiva y 40% en restauración comercial (Néorestauración, 2004).

La restauración colectiva se compone en Francia en cuatro grandes mercados: comedores escolares (40% del mercado), restauración hospitalaria y social (25% del mercado), comedores de empresas (20%) y otras colectividades (15%) (Baros y Van Themsche, 2003).

En el segmento de restauración comercial, existen en Francia, en el 2003, un total de 76.906 restaurantes y 46.676 cafés, a los

que se le debe sumar 18.235 hoteles con servicios de restaurante, así que 680 empresas especializadas en la restauración institucional. El circuito HORECO en Fran-

cia se compone de un total de 188.173 empresas, que ocupan 843.523 personas, con un volumen de ventas de 56.537 millones de euros (ver cuadro 33).

Cuadro 33 - Circuito HORECO en Francia en el 2003

	Nº de empresas	Personas ocupadas	Ventas (en €)
Hoteles con restaurantes	18.235	146.474	11.814.600.000
Otros Hoteles	21.075	73.447	6.460.000.000
Restauración tradicional	76.906	342.200	20.412.800.000
Restauración rápida	22.715	98.418	5.927.100.000
Cafés	46.676	86.042	5.371.600.000
Restaurantes de empresas	473	30.706	1.961.000.000
Comedores bajo contrato	207	51.500	3.256.700.000
Traiteurs y recepciones	2.486	14.736	1.332.200.000
Total	188.173	843.523	56.537.000.000

Fuente: Neorestauracion, 2004.

En lo que hace a las ventas, el sector más importante es el de la restauración comercial, con ventas que superan los 20.000 millones de euros. La restauración rápida es también importante, así que el circuito de restauración institucional (restaurantes de empresas + comedores bajo contrato), ambos suman ventas superiores a los 10.000 millones de euros.

Hay que diferenciar en el análisis del sector, en toda Europa, los dos grandes sectores que lo componen: la **restauración comercial**, de la **restauración colectiva**.

Los dos sectores tienen una lógica

económica bien diferente, una forma de organización distinta y suelen realizar sus compras de manera disímil.

En el seno de la **restauración comercial**, hay también diferencias significativas entre los restaurantes tradicionales operando en forma independiente, de los restaurantes organizados para prestar servicios de comida rápida (fast foods, tipo McDonald's), o comidas 'a tema' (tipo TexMex o Pizza Hut). La **restauración comercial tradicional**, de tipo independiente, suele aprovisionarse en Mercados mayoristas, o por medio de distribuidores especializados, que brindan diferentes ti-

pos de servicios. La lógica de compra de este sector, carnes incluidas, esta fuertemente dirigida por el problema de los costos de los productos, así que, evidentemente, el respeto de la normativa sanitaria y diferentes niveles de calidad, según sea la categoría del restaurante. El 'menú' del restaurante siendo una referencia que puede ser evolutiva y cambiante. En general, los circuitos tradicionales de restauración comercial representan una demanda muy exigente para los mercados en términos de relación calidad-precio de los productos y de servicios.

La **restauración comercial tipo fast food**, como la 'restauración a temas', suelen operar en forma más programada, con sistemas de compras sumamente organizados, planificados a largo plazo. Este tipo de restaurantes suele organizarse alrededor de grupos, que operan en muchos casos con sistemas de franquicias. Sus proveedores suelen ser fijos y contractualizados, como los prestadores de servicios de entrega. El modelo de referencia aquí es **McDonald's**, que tiene un fuerte marketing basado en la defensa de valores medioambientales, como en el aprovisionamiento de alimentos en fuentes principalmente nacionales. La carne de McDonalds es, siempre que sea posible, realizadas en el país donde esta localizado. En Francia, MdDonald's poseia 1.009 puntos

de venta en el 2003, que realizan ventas por un valor de 2.179.000.000 euros, lo que representa un 31,7% de las ventas en restauración rápida y un 4,3% de las ventas de alimentos del circuito HORECO.

En la **restauración colectiva** europea la evolución en la última década ha sido muy rápida y muy segmentada. Se observa un hecho nuevo que es la emergencia de grandes empresas de restauración colectiva como la británica Compass (300.000 asalariados, presente en 74 países, marcas EUREST, SHRM y SFR) y la francesa, Sodexho Alliance¹, que realizaron en el 2002-2003 una facturación mundial de 14.000 y 11.690 millones de euros, respectivamente. Es importante seguir aquí cual será la estrategia futura de estas grandes empresas, afín de poder adecuar la oferta de servicios a sus exigencias.

1 Fue fundada en Marsella en 1966, emplea actualmente 308.000 personas y esta localizada en 76 países, donde opera 23.900 sitios comerciales. La restauración colectiva representa el 97,8 % de su facturación para Sodexho Alliance, que es la primera empresa mundial de la restauración colectiva.

1 Fue fundada en Marsella en 1966, emplea actualmente 308.000 personas y esta localizada en 76 países, donde opera 23.900 sitios comerciales. La restauración colectiva representa el 97,8 % de su facturación para Sodexho Alliance, que es la primera empresa mundial de la restauración colectiva.

Cuadro 34 - Principales empresas operando de Restauración Colectiva en Europa

Grupo	País de origen	Nº países europeos donde esta implantado	Ventas en Europa -2003
Compass Group	Gran Bretaña	20 (Italia, Francia, UK, España, ...)	7.512.000.000 €
Sodexho Alliance	Francia	20 (Italia, Francia, UK, España, ...)	5.038.000.000 €
Elior	Francia	7 (Italia, Francia, UK, España, ...)	1.797.000.000 €
Aramark	Estados Unidos	7 (Alemania, España, UK, ...)	953.000.000 €
Group Dussmann	Alemania	5 (Alemania, Belgica, Italia, ...)	400.000.000 €
SV-Service	Suiza	4 (Italia, Alemania, ...)	338.000.000 €
Amica	Finlandia	3 (Finlandia, Dinamarca, Suecia)	337.000.000 €
Apetito	Alemania	4 (Alemania, Francia, UK, Holanda)	215.000.000 €
Albron	Holanda	1 (Holanda)	206.000.000 €
RC Accor	Italia	1 (Italia)	200.000.000 €

Fuente: Néorestauración, 2004.

Según los países, se observa que los mercados son compartidos por grupos diferentes de restauración colectiva. En general se observa la presencia de las grandes multinacionales del sector, como Compass, Sodexho, Elior y Aramark, acompañado de otros grupos, de capitales nacionales, no internacionalizados, pero con una fuerte implantación en su país de origen: Score en Francia et Onama en Italia.

El punto común a todos estos grupos, es su nivel de organización y la programación de sus menús, con variación diaria.

Estos menús, preparados por nutricionistas, prestan una gran atención al precio del aprovisionamiento, a la diversidad del menú, a la adaptación a los gustos nacionales, así que a la facilidad de preparación de las comidas. En el caso de las carnes, no suelen prestar atención al origen de las mismas. Hay que tener en cuenta que el precio unitario pagado por los que frecuentan este tipo de restauración, suele ser muy bajo, aunque en algunos casos suelen ser comidas con subvención empresarial

Cuadro 35 - Principales empresas líderes en Restauración Colectiva (2003)

	Francia (mercado global 15.500.000.000 €)	Alemania (mercado global 14.300.000.000 €)	Gran Bretaña (mercado global 12.800.000.000 €)	Italia mercado global 6.400.000.000 €			
	Ventas €	Ventas €	Ventas €	Ventas €			
Sodexho	1.564.846.000	Compass	574.300.000	Compass	2.956.100.000	Sodexho	402.200.000
Elior	1.206.496.000	Dussmann	305.700.000	Sodexho	1.453.000.000	Onama	330.000.000
Compass	1.010.224.000	Aramark	288.000.000	Aramark	414.700.000	Gemeaz	200.000.000
Score	108.575.000	Sodexho	153.600.000	Elior	241.400.000	Camst	179.600.000
Api	104.824.000	Apetito	97.800.000	ICS	135.800.000	Elior	148.100.000

Fuente: Néorestauración, 2004

Del análisis de los circuitos HORECO de España, Italia y Francia, como de lo observado con respecto a las empresas de restauración colectiva, parece importante retener algunas conclusiones importantes.

La primera de ellas concierne el circuito de restauración tradicional. El mismo, sumamente dinámico, tiene una importancia mayor, recuperando una buena parte de las ventas de carne fuera de domicilio, que como vimos, representan más del 21% del consumo de carnes vacunas en España y alrededor del 25% del consumo en Francia. Es esencial retener el hecho de que en estos circuitos, el origen de las carnes suele tener una importancia muy inferior a la que posee en el circuito de venta controlado por las grandes enseñas de distribución.

Una segunda conclusión mayor, siempre en este circuito, concierne el mantenimiento de sistemas de aprovisionamiento 'tradicionales' para este tipo de empresas. Aquí es importante observar el papel que juegan los mayoristas operando en los mercados pertenecientes a la red de Mercasa en España, o la red de Mercados de Interés Nacional en Francia. Asimismo los mayoristas de distribución, son también importantes de ser tenidos en cuenta, dada su importancia para este segmento del mercado.

Una tercera conclusión concierne el circuito de restauración colectiva. Aquí, el funcionamiento es en parte similar al de las centrales de compra del comercio moderno. Organización centralizada de la programación de menús y previa habilitación de proveedores, organización de pedidos con un programa de trabajo que puede ser de largo plazo. Una fuerte preocupación por una organización logística eficaz.

En ambos circuitos, la preocupación central es la relación calidad – precio, el origen de las carnes teniendo una importancia muy inferior a la del comercio moderno, siendo remplazada por el problema de la facilidad de preparación, para hacer funcionar las cocinas colectivas y de los restaurantes, en el menor tiempo y al menor costo.

Estos circuitos, con niveles de escala comercial diferente, permiten una apertura a la importación de carnes, dada la necesidad de operar con carnes mas baratas que las que se suelen producir en el seno de la UE-15.

VI - Algunas conclusiones para el debate

Numerosos temas han sido abiertos a lo largo del documento. Retomaremos aquí solo algunos, afín de abrir una discusión

sobre temas que nos parecen esenciales para el futuro de las exportaciones de los países Mercosur.

VI.1. Algunos temas claves

¿Que evolución de mercado en los países desarrollados?

Uno de los primeros problemas a conocer, que deriva de la constatación del **potencial de mercado de los países en desarrollo**, podría presentarse en torno a las siguientes preguntas:

1 -¿ Que diferencia de exigencias comerciales y cualitativas hay entre los mercados de los países desarrollados y los países en desarrollo?

2 - ¿ Sobre que nivel de exigencias comerciales y cualitativas se debe alinear el sistema de exportación ?

3 -¿ Hay un fenómeno de 'imitación' de exigencias comerciales de los países en desarrollo respecto de las exigencias de los países desarrollados ?

La apertura de mercados

Un segundo grupo de preguntas, concierne

ne más bien a los **elementos que jugar, en la apertura de mercados:**

1 -¿ Cual es la importancia de los costos para los diferentes mercados potenciales en los países en desarrollo?

2 -¿ Que importancia real tienen el canal HORECO en los países desarrollados?

3 -¿ Cual es la real exigencia de calidad – precio en los países desarrollados?

4 -¿ Que importancia poseen las exigencias de tipo 'seguridad' (trazabilidad) en los diferentes mercados?

5 -¿Cuál es la importancia de las normas privadas (tipo EurepGap) para penetrar mercados?

6 -¿Qué importancia tienen la promoción y la identificación comercial del origen?

Los productos exportados

Un tercer grupo de preguntas, concierne

fundamentalmente los **productos exportados**:

1 -¿Que tipo de productos son más demandados por los diferentes mercados?

2 -¿Que potencial de demanda hay para los productos transformados?

3 -¿Cómo diversificar las exportaciones hacia otro tipo de carnes?

VI.2. Temas para una agenda

Las normas de comercio internacional

Sin buscar orientar el debate, nos parece importante señalar algunos hechos importantes, como ha sido por ejemplo el caso de que Chile alinee sus normas de importación sobre las exigencias sanitarias de los Estados Unidos. Algo similar ha sido realizado por Marruecos, que en ciertos casos alinea sus exigencias comerciales sobre la normativa Europea.

Así, si las exigencias sanitarias y comerciales suelen ser diversas según los mercados, puede haber una tendencia o posibilidad de comportamientos comerciales donde las exigencias comerciales pueden tender a alinearse sobre la normativa de los países desarrollados, aun para mercados de países en vía de desarrollo.

Los canales de venta

Concerniente a los canales de venta, nos parece necesario profundizar el debate sobre el potencial que presenta el desarrollo de canales de mayoreo tradicionales para aprovisionar los restaurantes tradicionales, así que la emergencia de importantes empresas de restauración comercial, con un potencial de crecimiento futuro significativo.

Este tipo de canales puede presentar exigencias de productos muy diferenciados, más transformados en origen, así que abrir la importación de diferentes tipos de carnes.

¿Que tipo de carnes?

Para terminar, el crecimiento de las carnes blanca, abre sin duda el desafío de enfrentar la posibilidad de exportación de otros tipos de carnes hacia esos mercados. El caso de Brasil siendo también aquí, un caso a observar con mayor detalle.

De la respuesta que se de a estos problemas, más todos los desafíos que implica la modernización, un funcionamiento transparente de la cadena y un aumento generalizado de la eficiencia en el ámbito de la producción, faena y comercialización, depende sin duda el poder aprovechar de manera más importante las posibilidades que abre actualmente el mercado internacional.

BIBLIOGRAFÍA:

Baros, C. y Van Themsche, C. **'La restauration collective. Un marché en face de maturité'**, Infos-Ctifl, Paris, octubre, 2003.

Cahiers de l'OFIVAL **'Les viandes en restauration. Etude réalisée par l'AND, pour l'OFIVAL'**, Paris, enero 2000.

Chatellier, V. ; Guyomard, H y Le Bris, K. **'La consommation de viande bovine dans le monde et dans l'Union européenne : évolutions récentes et perspectives'**, INRA Production Animale, n°16, Paris, 2003.

Clements, R. y Babcock, B. **'Why Can't U.S. Beef Compete in the European Union?'**, Matric Briefing Paper 02-MBP 4, noviembre 2002, Midwest Agroibusiness Trade Research and Information Center, Iowa State University, 2002.

Delgado, C., Rosengrat, M., Steinfeld, H., Ehui, S. y Courbois, C. **'Livestock to 2020. The Next Food Revolution'**, IFPRI – FAO – ILRI, mayo 1999.

FIPE – Federazione Italiana Pubblici Esercizi **'I Pubblici Esercizi in Italia 2003'**, Roma, julio 2004.

FNP – Consultaría & Comercio, sitio web.

Guesdon, J-C., Chatellier, V., Bontron, J.C., Bourgeois, L., Perrot, C. y You, G. **'Elevage bovin dans l'Union Européen : prospective 2020'**, Institut de l'Elevage, Paris, 2001.

Han, Y. y Hezrtel, T. **'The Puzzling State of China's Meat Trade'**, sitio web: choisesmagazine.org, junio 2003.

La Bail, M. **'Les accords de filière entre producteurs agricoles et distributeurs'**, Mémoire – Institut National Agronomique Paris-Grignon / INRA-Loria, Paris, 2000.

Lettre de Veille Internationale Bétail et candes – ME/UBIFRANCE, Paris, diferentes numeros 2003 y 2004.

Les Cahiers de l'Ofival **'Les viandes en restauration'**, Paris, enero 2000.

Market Information Service **'South America – Brazil'**, Meat Livestock Australia, junio 2004.

Martín Cerdeño, V. J. **'El sector de la restauración en España. Situación y factores explicativos'**, Distribución y Consumo, n° 69, Madrid, mayo – junio, 2003.

Mercasa **'Empresa Nacional Mercasa - Informe Anual 2002'**, Empresa Nacional Mercasa – Distribución y Consumo, Madrid, 2003.

Mercasa **'Alimentacion en España 2003 – Producción, Industria, Distribución y Consumo'**, Empresa Nacional Mercasa – Distribución y Consumo, Madrid, 2003.

Monzie, S. **'FQC: Comment Carrefour remonte la filière'**, Lineaires, n° 193, Paris, junio 2004.

Néorestauración **'Guide du visiteur RHD – SIAL The Global Food Marketplace 2004. Vistor's Guide for Food Service and Catering'**, Paris-Nord Villepinte, 17-21 octubre 2004.

Sagpya (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos) – Mercados Ganaderos – Dirección de Mercados Agroalimentarios **'Noticias en los mercados de la carne vacuna'**, 1ra quincena de mayo 2004.

Sans, P. **'Relations client – fournisseur dans un canal de distribution alimentaire: le cas de la viande de gros bovins'**, Revue Médecine Vétérinaire, n° 149, Toulouse, 1998.

OFIVAL **'Le marché des produits carnés et avicoles – 2003'**, Paris, enero 2004.

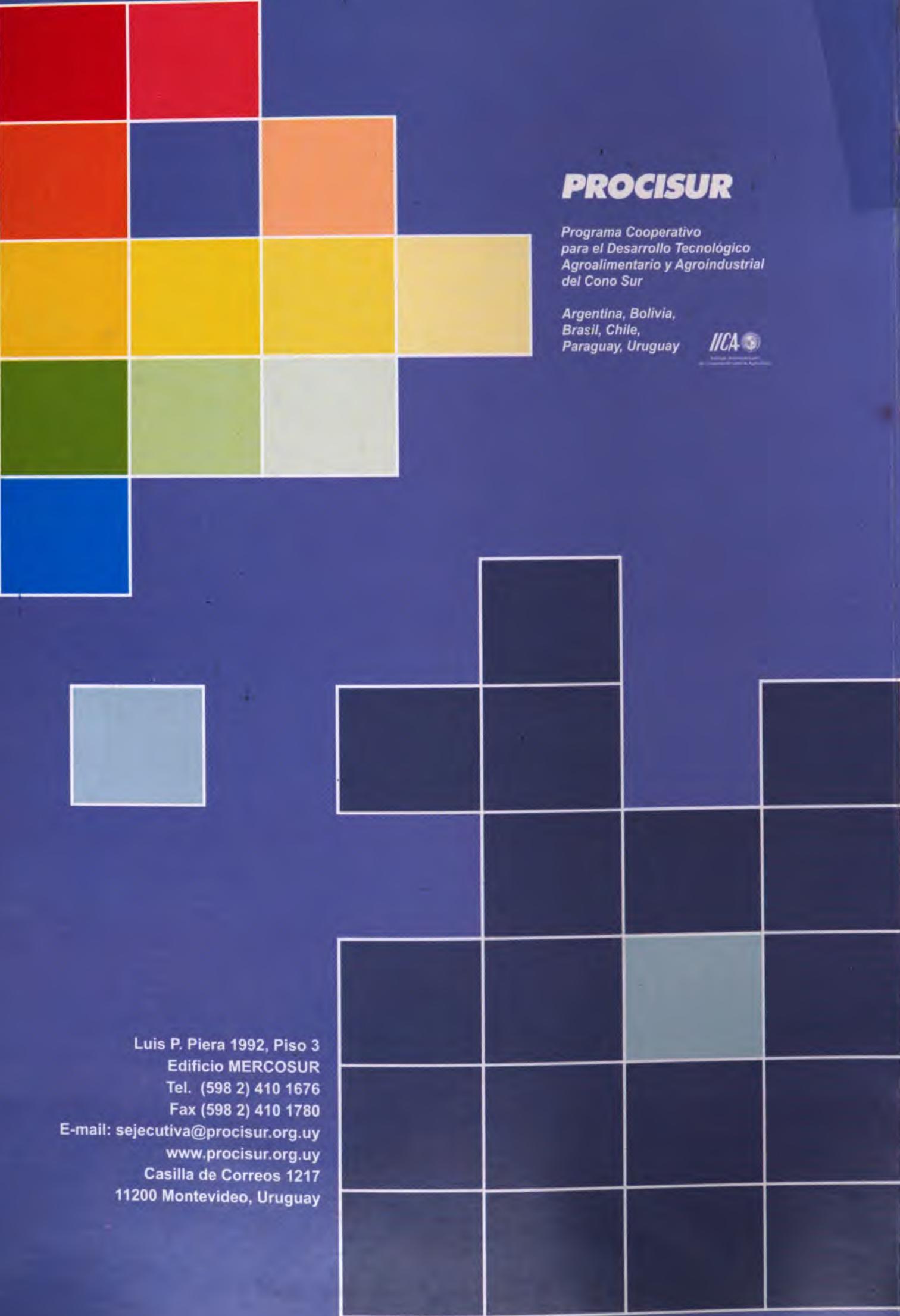
Rabobank **'Brazil – How real is the threat'**, Rabobank Australia.

USDA Foreign Agricultural Service **'European Union Beef Imports under the Hilton Quota'**, Gain Report, Washington, 19 mars 2004.









PROCISUR

*Programa Cooperativo
para el Desarrollo Tecnológico
Agroalimentario y Agroindustrial
del Cono Sur*

*Argentina, Bolivia,
Brasil, Chile,
Paraguay, Uruguay*



Luis P. Piera 1992, Piso 3

Edificio MERCOSUR

Tel. (598 2) 410 1676

Fax (598 2) 410 1780

E-mail: sejecutiva@procisur.org.uy

www.procisur.org.uy

Casilla de Correos 1217

11200 Montevideo, Uruguay