

EL SECTOR MINORISTA CÁRNICO OVINO DE JUNÍN DE LOS ANDES: PROBLEMAS Y TRANSVERSALIDADES ENTRE 2015 Y 2021

PECOTICH, J.¹; GONZALEZ, R.²

RESUMEN: El objetivo del presente trabajo fue analizar las características comerciales del sector minorista de carne ovina de la localidad de Junín de los Andes. Este análisis se desarrolló bajo una metodología descriptiva en base a encuestas a carnicerías de la localidad. El sector se caracteriza por la presencia de informalismos en las relaciones comerciales, por ser de subsistencia desde el punto de vista de la producción y por plantearse generalmente como una actividad complementaria. Se realizó una comparación del sector cárnico entre los años 2015 y 2021, determinando la existencia de factores que traccionan positiva y negativamente en el sector. Entre los factores positivos se destacan la experiencia en el rubro y la capacidad de agregado de valor y entre los negativos una ausencia de coordinación en la cadena y la falta de definición de objetivos comunes. Se concluyó que el sector posee un accionar comercial limitado y que existen varios factores que restringen la adquisición de carne ovina. Estos factores están relacionados a los altos costos logísticos, asimetría de la

información en el complejo, y ausencia de valor agregado.

PALABRAS CLAVE: Comercialización minorista, articulaciones comerciales, sector cárnico, lineamientos de mejora.

INTRODUCCIÓN: Los Sistemas Agroalimentarios Agroindustriales (SAA) son analizados con diferentes metodologías, enfocarlos con una mirada holística es la principal forma de abordarlos, desde la producción hasta el consumo (Calisa, 2012). Este marco permite observar la interrelación del sistema bajo estudio con el suprasistema que lo contiene, además conlleva la interacción de perspectivas múltiples acerca de la realidad (Medina Vásquez y Ortegón, 2006).

Los SAA cárnicos son objetos de estudio relevantes para la economía mundial en general y en Argentina en particular; analizar su comportamiento, la caracterización de sus principales actores, sus estrategias y formas de coordinación son los principales desafíos (Iglesias, 2013).

En el SAA argentino se observa que la comercialización de carne ovina está más bien limitada por la oferta que por la demanda. Se ofrece casi exclusivamente un solo producto, el cordero liviano entero, y su máximo de venta es en épocas festivas Faveiro *et al.* (2016). Los autores también señalan que en Argentina no existe una cadena de comercialización estructurada. Las ventas de corderos se efectúan por lo general en mercados locales y no siempre se logran buenos precios, resultando difícil la colocación en frigoríficos cuando el peso supera los 16 kg de

¹ Licenciado en Administración de Negocios Agropecuarios. Facultad de Agronomía, UNLPam. matiaspecotich@gmail.com

² Licenciada en Administración de Negocios Agropecuarios. Facultad de Agronomía, UNLPam. rgonzalez@agro.unlpam.edu.ar

carcasa. Se describe un mercado que en general opera de manera informal y en condiciones bromatológicas precarias (faltan salas de faena Municipales que presten servicios a pequeños y medianos productores y así controlar sanitariamente y formalizar la faena de provisión a carnicerías locales y regionales). Las principales deficiencias del sector se relacionan con la estacionalidad de la producción y la escasa adopción de tecnología. Estas deficiencias determinan bajos índices productivos y reproductivos y una elevada informalidad en la comercialización.

El abastecimiento se realiza de forma directa o a través de intermediarios, proveyendo fundamentalmente a supermercados, carnicerías y distribuidores. La presentación es por pieza entera, media res o cortes trozados con y sin hueso; prácticamente el total del producto es volcado en el mercado interno.

En el sector del consumo se manifiesta un desconocimiento y cautela en este tipo de productos; una de las consecuencias es el hecho de no encontrarlo con frecuencia en los puntos de venta (Salminis *et al.*, 2018). Según Agüero (2020) profundizar el conocimiento de las tendencias en estilos de vida, hábitos de la demanda y la forma en que piensa y actúa el consumidor ayuda a entender por qué se producen ciertos fenómenos de consumo.

Según Bain *et al.* (2020) los consumidores están habituados al consumo de carne ovina y dispuestos a incrementarlo, se encuentran limitados por la disponibilidad y el

precio. El sistema de alimentación es considerado muy importante por los consumidores, donde la carne a pasto se asocia con el sabor, la salud, la calidad, el bienestar animal y el cuidado al ambiente.

Es un desafío diseñar y comunicar sistemas que permitan intensificar la producción, con el aporte eventual de concentrados alimenticios, para mejorar la productividad y aquellos parámetros valorados por los consumidores (Bain *et al.*, 2020).

En el sector agroindustrial ovino las limitaciones más importantes se relacionan con la falta de materia prima y su heterogeneidad, canales de comercialización dificultosos y competencia desleal de los agentes. Se destaca la ausencia o escasez de apoyo estatal a la inversión privada para el desarrollo de infraestructura, y la inexistencia de acciones de promoción (Salminis *et al.*, 2018; Álvarez, 2009; Dutruel y De Caro, 2019).

Las características salientes del complejo agroalimentario agroindustrial (CAA) cárnico ovino se refieren a su alta informalidad, escasa integración, y una oferta estacional de un producto muy heterogéneo, en volúmenes escasos y discontinuos, que tiene bajos niveles de preferencia y/o conocimiento por parte del consumidor (Salminis *et al.*, 2018).

La competitividad del CAA ovino es afectada principalmente por la concentración y el costo logístico (Paturllanne, 2019). Para una mejor competitividad sistémica de la cadena cárnica ovina, es necesario el compromiso de los diferentes actores que se ven involucrados en la

producción y comercialización de la carne ovino-caprina (Fonseca *et al.*, 2019).

Es necesario contar con un plan de reactivación y desarrollo para el área con programas y proyectos específicos, siendo fundamental el trabajo interdisciplinario e interinstitucional para su intervención (Álvarez, 2009).

La provincia de Neuquén cuenta con un stock ovino de 223.876 cabezas y una faena formal de 60.612 (SENASA, 2020). Según FAO (2016) la producción ovina en la provincia de Neuquén se caracteriza por desarrollarse bajo sistemas minifundistas en secano. Debido a las características climáticas y topográficas de la provincia, deben trasladar el ganado durante el año en busca de pasturas tiernas (trashumancia). Siendo actividades muy vulnerables a la oferta de forrajes naturales y otras contingencias climáticas.

DESARROLLO TEMÁTICO: Se realizó un estudio descriptivo que abarcó a todas las carnicerías habilitadas de la localidad de Junín de los Andes, provincia de Neuquén (15 organizaciones).

Para la recolección de datos, se diseñó un cuestionario semi-estructurado que se desarrolló en el primer trimestre del año 2015 y en el primer trimestre del año 2021. De las 15 carnicerías existentes en Junín de los Andes, 13 contestaron el cuestionario en 2015 y 9 en el año 2021. Se definen las variables en relación a: a) rubro al que pertenece (minorista o mayorista), b) venta de

productos ovinos, c) tipo de productos ovinos más demandados, d) forma de pago a proveedores, e) dificultades y estrategias de aprovisionamiento, f) importancia de las problemáticas y relaciones con los proveedores, g) estacionalidad, h) costos, i) lugares de adquisición, j) informalidad de las transacciones, k) atributos demandados por los clientes, l) definiciones de calidad, m) interés por la procedencia y formalidad de los productos, n) perspectivas sobre el sector ovino de la provincia de Neuquén, ñ) aspectos a mejorar de la comercialización y o) desafíos del negocio ovino en Junín de los Andes.

Los factores analizados explican las relaciones y mecanismos de compra y venta de carne ovina. Con la información obtenida se construyeron análisis cuantitativos de frecuencia que, junto a las interpretaciones sobre determinados comportamientos de los sujetos, se construyó un significado sobre la realidad del sector comercial y la complejidad de distribución del producto de referencia.

Los resultados se expresaron en flujogramas y mapas cognitivos que resumen las articulaciones comerciales y las principales características del sector en cada año.

Se observó la existencia de factores que se han mantenido equivalentes en ambos períodos bajo estudio, sobre todo, aquellos que restringen la competitividad del CAA cárnico ovino.

Los antecedentes reflejan gran parte de la realidad del complejo a nivel nacional, la asimetría de información, comportamientos oportunistas, informalidad entre otros

que resulta ser un hábito en el sector analizado.

Desde el 2015 a la actualidad ciertas condiciones se agudizaron y tendieron a una desmejora, consecuente con la crisis del sector. La falta de incentivo al consumo de carne ovina y la escasez en cuanto a la periodicidad de la oferta fueron las causas principales del suceso. Estos resultaron puntos transversales y perdurables a lo largo del período de acuerdo con análisis de los cuestionarios (figura 1).

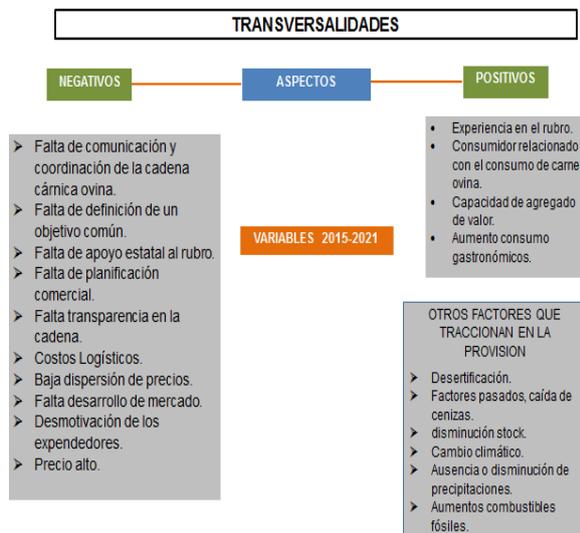


Figura 1: Transversalidades encontradas en los años 2015 y 2021. Fuente: Elaboración propia.

Es relevante la actitud pasiva frente a este tipo de carnes, la capacidad de transformación y de agregado de valor es baja y consecuente con una actitud de desgano por parte de los participantes del estudio. Enfocan sus esfuerzos al agregado de valor de otro tipo de carnes, por ejemplo, milanesas de pollo, hamburguesas de cerdo, los cuales poseen más salidas y rotación, dejando márgenes más inmediatos.

Ninguno ha intentado innovar con la carne ovina.

A lo largo del estudio se observan similitudes entre los resultados y antecedentes analizados.

Existen condiciones de estructura en los diferentes niveles del entramado cárnico ovino. Entre los que se destacan falta de articulación entre agentes del sector, que aporten a mejorar la comercialización, sobre todo en el abastecimiento y la falta de agregado de valor en los productos. En la figura 2 se resume las interrelaciones comerciales detectadas en el estudio.

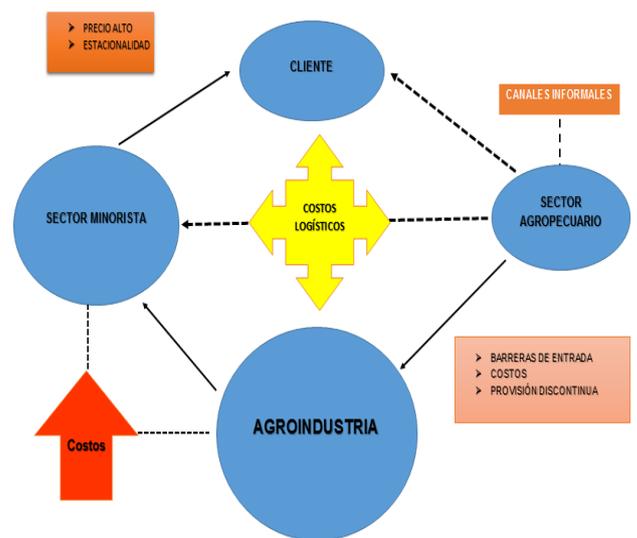


Figura 2: Interrelaciones del sector minorista cárnico ovino de Junín de los Andes. Fuente: Elaboración propia.

Los expendedores venden en su mayoría piezas enteras sin diferenciar en cortes. Esta situación evidencia un sector más condicionado y adaptado a las formas de la oferta que a un accionar producto de un cliente con demandas fuertes y perdurables. Se describe al consumidor como ocasional y no habitual en el consumo de carne ovina.

Se evidencia poca importancia y esfuerzos en los períodos analizados para mejorar la comercialización de carne ovina.

En el sector distribuidor el tratamiento que se le da a este tipo de carne respecto a otras es diferente, cuenta con una menor importancia respecto a su presentación y exhibición respecto a la carne vacuna. Una particularidad que se observó es la diferencia de precios entre productos ahumados y carne fresca. Aquí se encuentra la paradoja, en un extremo se identifica un precio bajo respecto a algunos cortes y por otro lado se obtiene un precio alto en productos transformados de tinte especial de carne ovina.

En ciertos canales de comercialización se observan productos artesanales característicos de una región, principalmente en las góndolas de los supermercados. Quizás esa sea la caracterización de este complejo desde el sector minorista, condiciones dadas para dos extremos. Por un lado, se advierte economías regionales que han sabido dar salida a una carne alternativa, que se presenta en un producto especial, por lo tanto, adquiere un precio de mercado más alto, incorporando un margen comercial importante a considerar, si se lo compara con el que adquiere la carne fresca en la góndola y por otro lado está sin transformación, con sus complicaciones para vender en productos distintos del cordero.

El aumento sostenido de los precios de bienes y servicios hace que los costos de producción aumenten. Esto, en adición con los aumentos de las energías fósiles, ya que es una

economía que depende del transporte automotor para el transporte de alimentos, hace que se genere un punto crítico a la hora de mejorar la capacidad de transformación de los agentes.

La falta de promoción e incentivo que contribuyan a un aumento del consumo de esta carne a través de políticas públicas se determina como otro punto crítico. Dados sus cuellos de botella, desde aquí no se avizora un aumento de su consumo en el futuro.

La inexistencia de acuerdos que obliguen a los agentes y la falta de aprovisionamiento constante en el tiempo, afectan a las carnicerías y desincentiva su incorporación a la oferta habitual y constante de los comercios minoristas. Por otro lado, internamente, se identifica un bajo desarrollo en cuanto a la capacidad de transformación por parte de la agroindustria. Y del canal comercial de distribución del producto fresco.

El costo logístico, debido a la lejanía de los centros de faena, llevan a percibir un precio alto en este tipo de productos; influida aún más por los aumentos de los combustibles y con un costo de adquisición que retrae la demanda potencial que podría adquirir mediante un precio más bajo.

En cuanto a los factores que traccionan de forma positiva, se pueden mencionar, la cultura de consumo de la demanda. Existe una masa de la población juninense que proviene o ha tenido relación con el ámbito rural, por ende, se podría generar una cultura de consumo en la localidad. Luego la capacidad de transformación con la que refieren los

expendedores, ya que la mayoría cuenta con salas de elaboración de productos, lo que les genera capacidad de acción a la hora de pensar acciones a fin de transformar el producto.

REFLEXIONES FINALES: Del presente estudio se concluye que el sector minorista de la localidad de Junín de los Andes (Neuquén), en el período analizado (2015-2021), se caracterizó por recibir un producto cárnico ovino, con precio alto, baja periodicidad y percibir una alta estacionalidad tanto de la oferta como de la demanda.

Los aspectos perdurables en los años analizados, y de mayor relevancia, son aquellos que caracterizan al sector minorista cárnico ovino por expendedores que se encuentran condicionados en su accionar. Donde su punto de vista determinó que esto se debe a la estructura del entramado cárnico ovino, donde la actitud pasiva de estos frente a la oferta, se debe principalmente a su dependencia con la agroindustria. Cuestión que no solo tiende a restringir la adquisición, sino que además genera fenómenos de consumo dispares en cuanto a obtener periodicidad en el suministro a lo largo del tiempo, particularidad que no ayuda a crear un hábito de consumo en el sector consumidor.

Se determinó un escenario, donde prevalecen cuellos de botella que no permiten el correcto desarrollo del negocio a lo largo del periodo. Llevando a “poner las reglas de juego”, pues es este sector, en exclusividad, quien conecta el sector productivo con

el distribuidor. Esto a su vez genera como resultados, la existencia de actitudes oportunistas, informalismo en las transacciones, baja frecuencia de abastecimiento y bajo consumo; por ende, sin demanda en periodos no estacionales.

La informalidad dentro del entramado tendió a naturalizarse más entre expendedores. Por otro lado, la existencia de mecanismos de compra como aquellos que se generan en predios rurales, en desmedro de la adquisición mediante mecanismos formales, son factores que desmotivan el accionar correcto de los agentes, en este caso afectó a los minoristas participantes del estudio ya que deben volcar sus recursos y planificación de sus negocios hacia otro tipo de carnes más tradicionales. Otra caracterización son las transacciones comerciales, donde la baja presencia de acuerdos entre expendedores y sus proveedores, sugiere una escasa planificación respecto a la compra y venta de este tipo de carnes, por tal, no se esfuerzan en conseguir una cierta cantidad de producto en las épocas estacionales.

Estas circunstancias demuestran la importancia de entender el comportamiento de los sectores involucrados en el complejo, conocer cómo interpretan su realidad y cómo la abordan.

Una transformación eminente para plantear es la planificación estratégica del sector analizado e incorporar una mirada prospectiva de este a fin de poder desarrollar a los agentes dentro del entramado, para que el producto cárnico ovino llegue a incorporarse en la dieta de los consumidores.

BIBLIOGRAFÍA:

AGÜERO, D. (2020). Consumo de productos cárnicos en pandemia. Revista Negocios Agroalimentarios. Vol. 5, nº2.

ÁLVAREZ, R. (2009). Situación actual y aportes al desarrollo del sector ganadero ovino-extensivo del Departamento Magallanes- Provincia de Santa Cruz. Trabajo integrador para optar al grado de especialista en Desarrollo Rural. San Julián, Provincia de Santa Cruz.

BAIN, I., CEBALLOS D., VILLA, D. M., ACUÑA, S., VARGAS, P., ANDRADE, M. y INCHAUSTI, C. (2020). Hábitos y preferencias en el consumo de carne ovina en la ciudad de Trelew, Provincia de Chubut. Revista Argentina de Producción animal. Vol. 40 Supl. 1.

CALISA -Cátedra Libre de Soberanía Alimentaria- (2012). Sistema agroalimentario argentino y soberanía alimentaria. Documento de Trabajo N° 1. Programa "Políticas agrarias y alimentarias comparadas". Facultad de Agronomía de la UBA.

DUTRUEL, F. y DE CARO, A. (2019). Producción ovina en la Mesopotamia Argentina: Acciones y políticas desarrolladas para el sector. Agronomía y Ambiente. Revista Facultad de Agronomía UBA. (39)1.

FAVEIRO, I., LAMBOGLIA, M., GALÁN, N., CORREA, S., BRANDI, L. (2016). Plan ganadero ovino 2016-2030, Buenos Aires. Ministerio de agroindustria presidencia de la Nación.

IGLESIAS, D. (2013). Análisis de la cadena de la carne ovina en Argentina. Estudios socioeconómicos de los sistemas agroalimentarios y

agroindustriales. N° 11. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

MEDINA VÁSQUEZ, J. y ORTEGÓN, E. (2006). Manual de prospectiva y visión estratégica: bases teóricas e instrumentos para América Latina y el Caribe. Serie Manuales. Comisión económica para América Latina y el Caribe.

PATURLANNE, J. (2019). Factores sistémicos que afectan la competitividad de los complejos agroalimentarios-agroindustriales cárnicos de la provincia de La Pampa. Universidad Nacional del Sur.

SALMINIS, J., FREIRE, V., PERALTA, M., AGUERO D. y PONCE CRIVELLARO, M. (2018). Análisis de estrategias y resultados técnico-económicos de sistemas ovinos de Córdoba. Asociación Argentina de Economía Agraria.