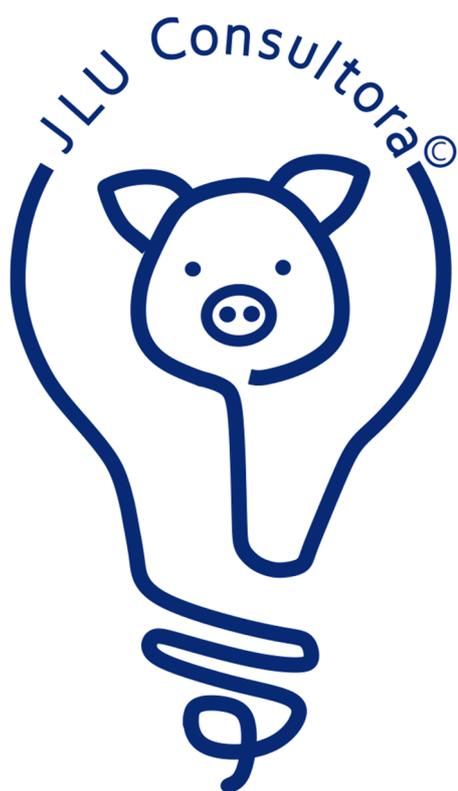


Oportunidad de crecimiento del sector porcino, para productores de cereales

ISP N28A3



*Ideas y soluciones para el
Sector Porcino*

Abstract

Analizamos las posibilidades de crecimiento del sector y la nueva oportunidad de actores de la agricultura de sumarse al sector, dándole valor agregado a su producto base y generando mayor facturación con la misma superficie del campo

We analyze the growth possibilities of the sector and the new opportunity for agricultural players to join the sector, giving added value to their base product and generating higher turnover with the same area of the field

Introducción

Entre los años 2010 y 2015 se produjo un fuerte crecimiento del Sector Porcino en la Argentina, de la mano del ingreso de muchos productores típicamente agrícolas y algunos agrícolas y ganaderos (o feedloteros), viendo en la producción de la carne de cerdo una posibilidad concreta de diversificación de la producción agropecuaria. Este ingreso fue en parte recompensado con resultados positivos de rentabilidad, inclusive en años complicados.

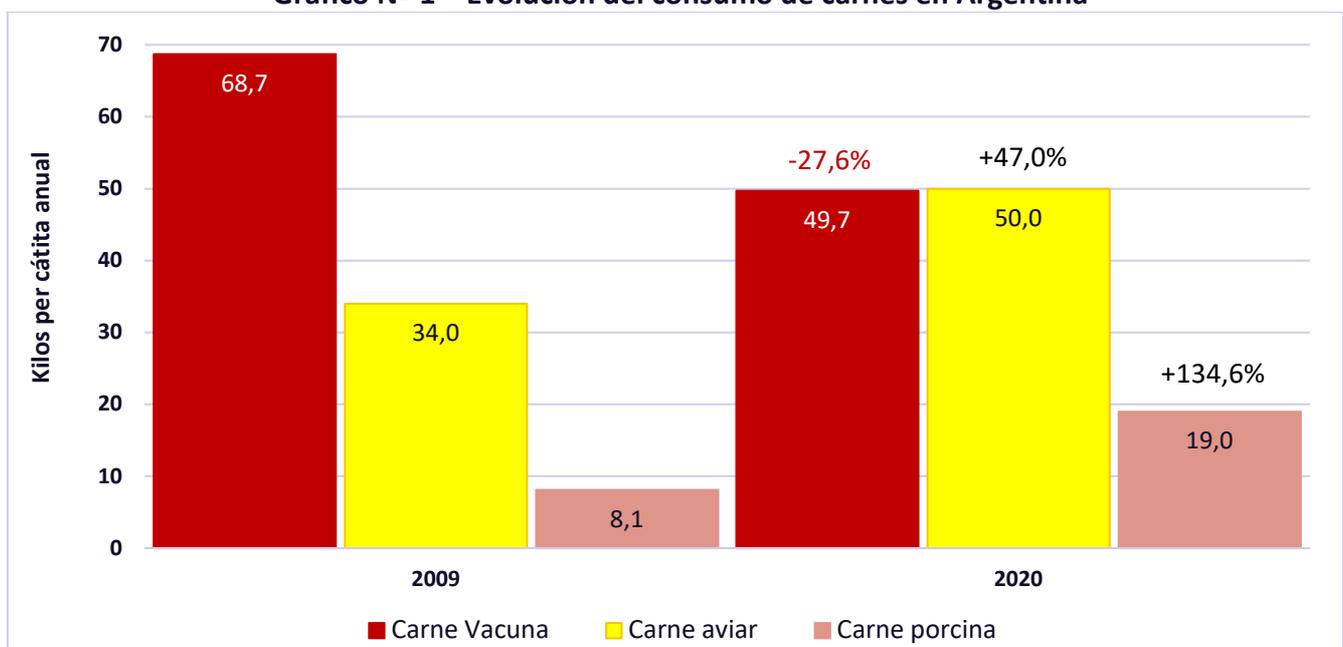
Actualmente se están dando las condiciones para un nuevo crecimiento, no solamente de las posibles inversiones chinas, sino fundamentalmente por el desarrollo del mercado local y las posibilidades de exportar carne porcina de calidad y con costos muy competitivos, al mundo.

Consumo interno

Los argentinos siempre fuimos amantes de la carne y eso en muy poco ha cambiado, salvo por la posibilidad de lograr comprarla. Esto es un tema exclusivamente de poder adquisitivo, que esperemos como país solucionarlo a la brevedad.

Pero se produjo un cambio en el consumo, que condicionó la oferta y algunos cambios de hábito. Los casi 90 kilos de carne vacuna que consumíamos en la década del 90, quedaron en el recuerdo.

Gráfico N° 1 – Evolución del consumo de carnes en Argentina



Fuente: MAGyP – IPCVA – CEPA – Datos propios – JLU Consultora

Hoy ya la carne vacuna tiene dos carnes complementarias, la aviar y la porcina y entres las tres superan los 115 kg. per cápita. Todo indica que la carne vacuna continuará con el descenso en el consumo, tanto del lado de la oferta local, como de los precios que condicionan su consumo. La carne aviar ha llegado a

un record altísimo y será complicado una suba importante por encima de los valores ya alcanzados. Queda la carne de cerdo, que ha marcado un importantísimo aumento en los últimos años y tiene un techo aun mayor para crecer. Esta situación no es propia de nuestro país. En todos los países el crecimiento tanto del consumo de la carne aviar como de la porcina lo hizo en base a una reducción, por diferentes motivos, de la carne bovina.

Exportaciones

La situación ya muy comentada de la PPA en China y en Europa, está condicionando un cambio en la comercialización de las carnes en el mundo. La falta de carne porcina, ha forzado el aumento de los intercambios de carne aviar y vacuna. Nuestro país no ha sido ajeno a dicha situación y ha tenido un 2020 con altos valores de crecimiento de exportación en especial de carnes vacuna y porcina.

Esta situación se mantendrá por algunos años y es posible que los efectos de la PPA presionen aún más las demandas exportadoras de los países que tengan la posibilidad de competir en precios, cantidad y calidad. En el caso particular de la Argentina, el proyecto de posibles inversiones chinas contempla en los próximos 5 años estar en valores de exportación, exclusivamente para dicho mercado, de casi 900.000 ton. (valores similares a la exportación de carne vacuna total en el 2020). Pero también hay otros mercados demandantes y nuevamente el tema de los precios, la cantidad y la calidad, serán condicionamientos claves para ser actores importantes en este negocio. Argentina ya tiene excelentes costos y calidad, solo le falta la cantidad.

Propuestas de crecimiento

A.- Individual

Hay muchos productores agrícolas que tienen niveles muy buenos de producción granaria y cada vez es más difícil poder aumentar la productividad. Las variaciones de los ingresos del campo están dadas exclusivamente por un tema de precios internacionales e impuestos locales.

Para un ejemplo de un campo de 1.000 ha de maíz o soja, tengo una facturación determinada anual y existe la posibilidad de utilizar 10 ha en la instalación de un criadero completo de 1.000 madres, que consumirá la producción de dicho campo, aumentando la facturación real y dando un margen bruto general de toda la explotación más alto. (En todos los casos el precio del cereal es el mismo de oportunidad que tenga el productor, obviamente sin fletes, ni gastos de comercialización. Lo que el campo me daba antes de los cerdos, es lo mismo que incluyo como costo a la producción porcina).

Las inversiones son importantes en la construcción del propio criadero porcino, pero se pueden amortizar entre 5 y 7 años. ¹

B.- Grupal

El negocio porcino es desde hace años un trabajo en producción de escala y los números grandes, de la propia producción en escala, permiten abaratar costos y aumentar las eficiencias. Dentro de este concepto aparecen las divisiones del trabajo en la producción, donde hay un sector de mayor inversión y mano de obra que es la producción de lechones. *Siempre la cabeza es lo más difícil de obtener, ponerle kilos es mucho más fácil.* Por eso desde hace años se incorporaron las UPL (Unidades Productoras de Lechones) donde se encuentran alojadas las hembras productoras para los procesos de servicio, gestación y parición. Al momento del destete las hembras vuelven al sistema interno y los lechones salen del establecimiento con destino de galpones de destete-venta.

Esta forma de trabajar integrada y coordinada, permite la participación de varios productores en los distintos eslabones y al igual que en el caso anterior, en una superficie muy pequeña del establecimiento, se ubican los cerdos, que permiten darle un valor agregado a la producción de cereales. Quizás el problema más grande sea la propia integración, teniendo en cuenta lo difícil que es para el argentino, trabajar en conjunto, en equipo. Estos proyectos deben tener un concepto de integración

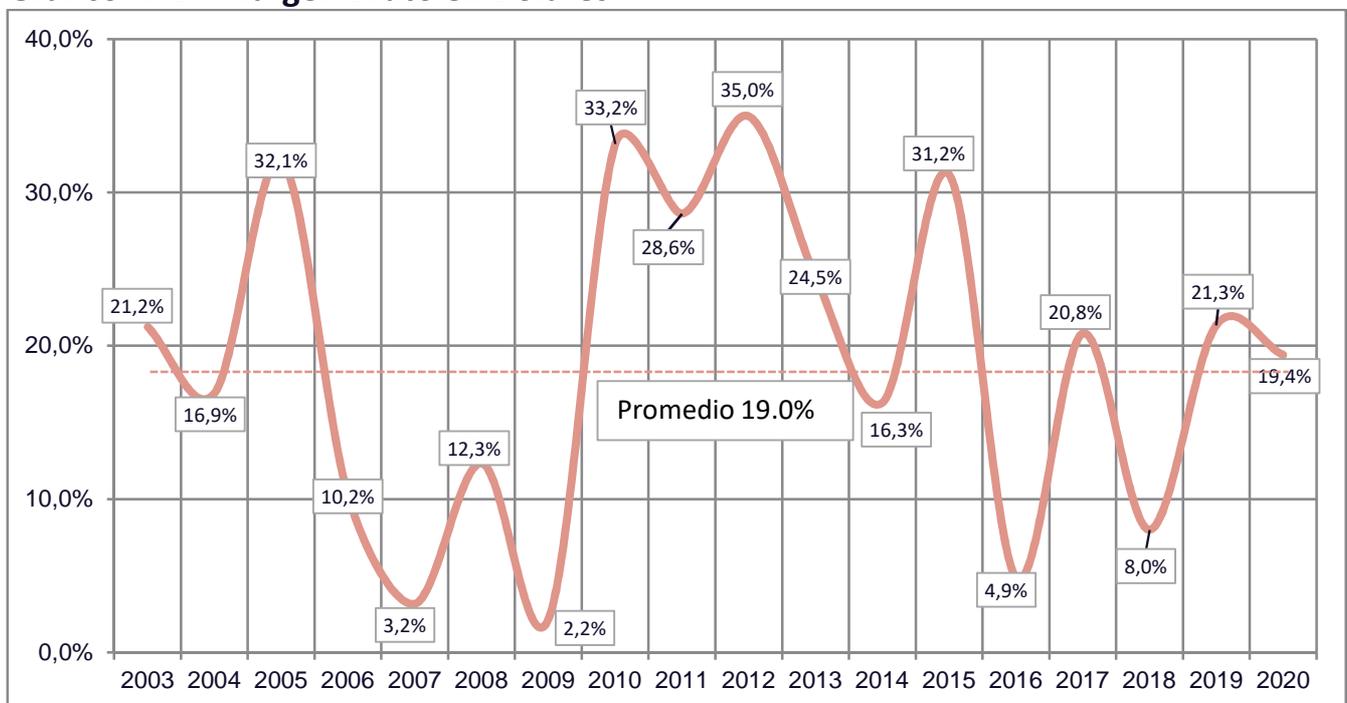
horizontal y no vertical. Todos son parte del negocio, no unos empleados de otros. Hubo muchos fracasos en el país por no tener en cuenta este punto.

Las inversiones en este caso varían según el tipo de eslabón en el que se participa. Es lógico armar una UPL grande (2.000/3.000 madres) en un solo predio y los galpones de engorde distribuidos en varios establecimientos, posiblemente relacionados con la capacidad cerealera del mismo. Las inversiones son al igual que en el caso individual importantes y la amortización se obtiene en el mismo tiempo que el caso anterior, logrando además una minimización del impacto ambiental por una baja concentración y la posibilidad concreta de aprovechar los subproductos líquidos generados en las unidades de engorde para el ciclo agrícola de la unidad.

Margen Bruto del negocio

Varias veces compartimos desde estos informes, los resultados de los márgenes brutos de la producción porcina en dólares, pero no viene mal recordarlos desde el año 2003 en adelante.

Gráfico N°2 - Margen Bruto en Dólares



Fuente: Desarrollo propio – JLU Consultora

Ventas

En todo negocio agropecuario, el productor es tomador de precio y no formador del mismo. Lo mismo sucede con el eslabón siguiente de faena y desposte. Lo ideal sería tener toda la cadena incluida en el negocio hasta el consumidor, pero es algo muy limitado para los pueblos del interior y no para las grandes urbes (aunque no habría que descartarlo). La inmensa mayoría de los casos no son así y es fundamental generar acuerdos entre los distintos eslabones con el objetivo de hacer rentable el negocio para todos a lo largo del tiempo. Hay un proyecto, en el cual estamos trabajando, que incluye a productores y frigoríficos, con la intención de abastecer al mercado local y participar del mercado de exportación de una forma coordinada y el cual todos ganen. Es un proceso en el tiempo, con idea de un proyecto sostenible. No se gana todo en una venta, ni se pierde todo en una venta. Es un proceso a lo largo de un período, de por lo menos 12 meses, en el cual hay altas y bajas, pero lo fundamental es que hay constancia en la producción y en el abastecimiento, tanto local, como exportador y hay rentabilidad concreta.

Acompañamiento del Estado

No es un tema menor en cualquier proyecto de aumento de la producción y el Estado, tanto Nacional como Provincial, deben acompañar un proceso de crecimiento genuino de un sector que está muy lejos de su techo. Al Estado Nacional le corresponde solucionar el tema del IVA inversiones y ofrecer líneas de crédito accesibles. A los Estados Provinciales, ver las ayudas impositivas que se puedan ofrecer y la legislación adecuada para la instalación de las granjas en el cuidado de las normativas medioambientales y sociales.

Proyecciones de crecimiento

Cada vez hay más profesionales que tratan de entender, desde el punto de vista económico, el negocio porcino y arriesgan crecimientos demasiados conservadores. Para los que estuvimos en el crecimiento del sector, desde que era una promesa potencial, hasta la realidad actual, sabemos que el techo de consumo en el mercado local, por distintas circunstancias, está bastante lejos y desde hace rato pensamos en llegar a los 30 kilos per cápita en el 2030. A esto podemos agregarle pasar de las 42.000 ton. exportadas en el 2020 a 200.000 ton. exportadas en el 2030, algo totalmente posible. Entre los dos crecimientos aumentaríamos la producción a 1.670.000 ton totales necesitando la producción de 270.000 madres más de alta producción, un crecimiento en la cantidad de madres actuales del 71%.

Conclusiones

Los análisis de los mercados locales e internacionales, dan todas las pautas para una mayor demanda de carne de cerdo. Argentina tiene condiciones muy especiales para crecer y repetir el ingreso de nuevos jugadores provenientes del mercado de cereales y de otros mercados cárnicos menos competitivos y menos rentables. La tasa de recupero de capital, a pesar de las importantes inversiones que se deben realizar (sustancialmente menores de las que muchos hablan) van entre los 5 y 7 años. El margen bruto en dólares es interesante y el análisis de una cantidad importante de años, en los cuales hubo serios problemas, da cierta seguridad de repetición en los próximos ejercicios.

Finalmente, la posibilidad de darle mayor capacidad de facturación a un campo determinado, generando agregado de valor local, es una oportunidad interesante de analizar.

Ing. Zoot. Juan Luis Uccelli

JLU Consultora

 juanluisuccelli@gmail.com

 @juanluisuccelli

 [juan-luis-uccelli-乌切利-1923231b](https://www.linkedin.com/in/juan-luis-uccelli-1923231b)

Fuentes:

<https://porcinos.org.ar>

<https://minagri.gob.ar>

<https://bna.com.ar>

Toda reproducción del trabajo debe citar la fuente

22 de febrero 2021

Copyright - 2021