El poder de las redes de valor en el sector agroindustrial

Dr. Miguel Ángel Vargas Del Ángel
IMAGING-COOP – Instituto de Imaginería y Coo-petencias Profesionales AC
miguelvargas70@yahoo.com.mx

5 y 6 de octubre, 2015

El poder de las redes de valor en el sector agroindustrial

Miguel Ángel Vargas Del Ángel

Resumen

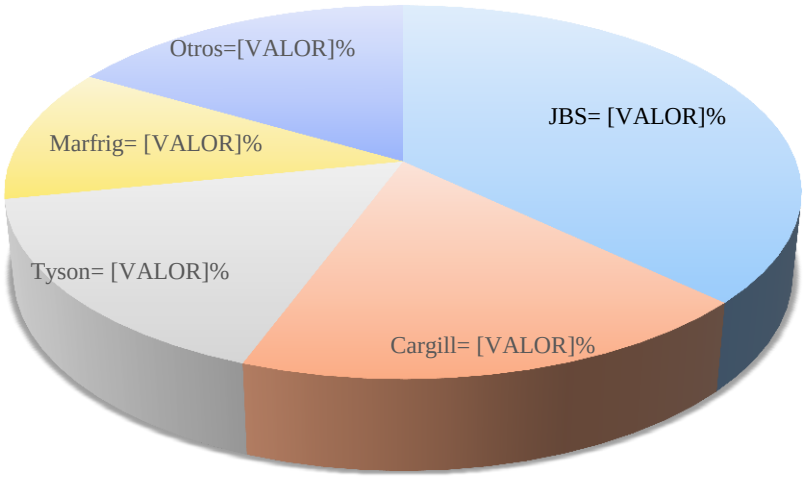
De acuerdo con datos de (FAOSTAT 2015) en los últimos años el consumo global y el flujo internacional de agro alimentos se ha incrementado sustancialmente, en particular el de las carnes. Ello como resultado de la conjunción de factores estrechamente relacionados con los procesos de globalización, el mejoramiento del ingreso en las economías emergentes, y más específicamente con la incorporación de las agroindustrias a las redes globales de valor (Humprey & Memedovic, 2006; Reardon et al, 2001; Langreo, 2009), que dan origen a una nueva conformación del mercado global, incrementan los flujos comerciales pero también las exigencias en cuanto a calidad e inocuidad agroalimentaria. Estas condiciones obligan a los actores de las redes de valor del sector agroindustrial a gestionar transformaciones e innovaciones importantes en sus modelos de negocio para afrontar los desafíos globales y los cambios en los patrones de consumo.

Entre los cambios más importantes del mercado, que han motivado la conformación de redes de valor en el sector de los cárnicos, se puede mencionar la necesidad que ahora tienen las mujeres de trabajar para llevar recursos económicos a sus hogares, lo cual les resta tiempo para dedicar a la preparación de alimentos en sus hogares; esta situación a su vez ha motivado la venta de carne cada vez más lista para el consumo (congelada, cortada, empacada, limpia, marinada y hasta cocinada, lista para meter al horno de microondas), a través de los supermercados y cadenas comerciales. A su vez los supermercados y cadenas comerciales requieren de grandes proveedores competitivos, con procedimientos estandarizados y eficientes, en toda la cadena de suministro, desde la etapa de producción, sacrificio, despiece, congelado, empacado y distribución.

Una situación preocupante para los pequeños productores de los países en desarrollo principalmente, es que la globalización se hace cada vez más presente en los entornos locales, a donde llegan las cadenas comerciales e invaden con productos importados. En tanto que el mercado internacional de la carne tiende a ser liderado por cuatro firmas que internamente controlan los nodos más relevantes de las cadenas de valor, para transformarlas en redes de valor en las que el consumidor adquiere un rol preponderante en la definición de la oferta de productos, que son más valorados cuando se hacen llegar a

través de centros de distribución diferenciados, marcas y otros activos complementarios que vuelven disruptivo a su modelo de negocio, en tanto que introducen atributos completamente nuevos y distintos de los usuales y esperados por los clientes –cortes finos, nuevas recetas, nuevos sabores- (Christensen and Brower 1995).

Figura 1. Participación porcentual del mercado global de carne bovina por



cuatro empresas, que concentran 83.5% del mercado internacional

Fuente: elaboración propia con información disponible en: jbs.com.br, cargill.com/company/index.jsp, tysonfoods.com, y marfrig.com.br, www.*bigard.fr*, *www.vionfoodgroup.com*. Y datos de (Schwartz 2013).

Por otro lado, las evidencias indican que las carnes que provienen de las especies rumiantes pierden competitividad frente las carnes de las especies no rumiantes, de acuerdo con datos tomados de FAOSTAT (2015), de 1961 a 2010 la carne de bovino ha perdido más de 20 puntos porcentuales de participación en el consumo mundial, mientras que la carne de ovino ha perdido cinco puntos porcentuales en el mismo período, al pasar de 8% que ocupaba en 1961 a 3% en el año 2010; mientras que el consumo de carne de cerdo se mantiene relativamente estable entre 37 y 40% y es la carne de pollo la que ha pasado de 13% en 1961, a 33 % en el año 2010.

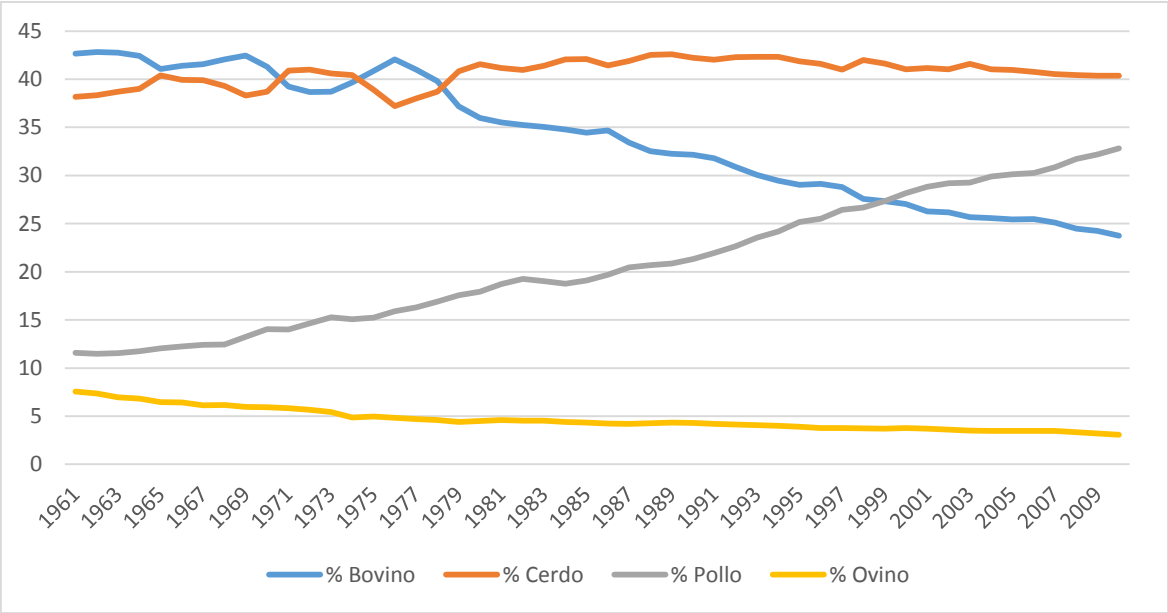


Figura 2. Particiáción porcentual del consumo mundial de carne por las cuatro principales especies zootécnicas terrestres.

Fuente: elaboración propia con datos de FAOSTAT (2015).

No obstante que la producción y el consumo absoluto global de cada una de las cuatro especies mencionadas ha crecido, en términos relativos se observa una caída importante en el consumo de carne de bovino y ovino, frente al crecimiento en el consumo de carne de pollo.

El contraste observado entre el crecimiento relativo en el consumo de carne de especies no rumiantes frente a los no rumiantes se puede atribuir a dos grandes factores:

1. Por la naturaleza de su tracto digestivo y por el propio metabolismo que les caracteriza, los no rumiantes tienen la capacidad de asimilar de manera más eficiente los alimentos bajos en fibra para convertirlos en carne con una mejor tasa de conversión; además, los no rumiantes presentan ciclos reproductivos y productivos, más cortos que los rumiantes.
2. Los hábitos de vida y de consumo de la sociedad van cambiando en el tiempo. Debido a que los rumiantes tienden a producir mayores cantidades de grasas saturadas y a que los humanos somos cada vez más sedentarios, se ha culpado (justa o injustamente) a estas especies de la aparición de ciertas enfermedades en los humanos y ello ha motivado una disminución en el consumo de su carne.

Estos dos factores han motivado a los inversionistas e investigadores, por apostar prioritariamente mayores recursos en la investigación y desarrollo, que permitan acelerar la producción de las especies no rumiantes en confinamiento para hacer un uso más eficiente y rentable de los recursos y obtener mejores rendimientos sobre la inversión en periodos de tiempo cada vez más cortos.

El enfoque de las investigaciones y desarrollos tecnológicos para la producción de los rumiantes, va en el mismo sentido de lograr una mayor eficiencia en la conversión alimenticia y acortar cada vez más los ciclos de producción, y pese a la "satanización" de la carne de estas especies, su mercado aún no se ha saturado y en consecuencia, sigue en crecimiento.

Como se mencionó anteriormente, la conformación del mercado internacional ha motivado la configuración de redes de valor que buscan el complemento para sus modelos de negocio, a través de la integración de diferentes factores relacionados con el comercio internacional de granos y materias primas, integración vertical de sus procesos de producción a través de la engorda, sacrificio, corte empaque y distribución de carne; integración horizontal de sus procesos de producción con plataformas productivas ubicadas en diferentes puntos geográficos no sólo dentro de un país, incluso en diferentes continentes.

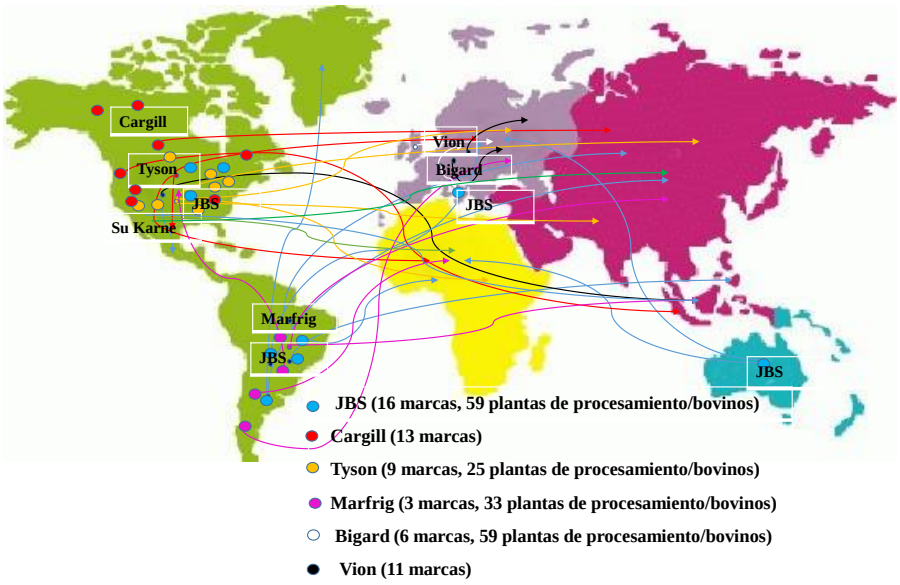


Figura 3. Expansión y alcance geográfico de seis comercializadoras internacionales de cárnicos

Fuente: elaboración propia con información disponible en: jbs.com.br, cargill.com/company/index.jsp, tysonfoods.com, y marfrig.com.br, www.*bigard.fr*, www.vionfoodgroup.com.

Otro factor importante para las empresas internacionales es la diversificación de su oferta comercial y productiva, a través de la venta de carne y productos de diferentes especies o sectores.

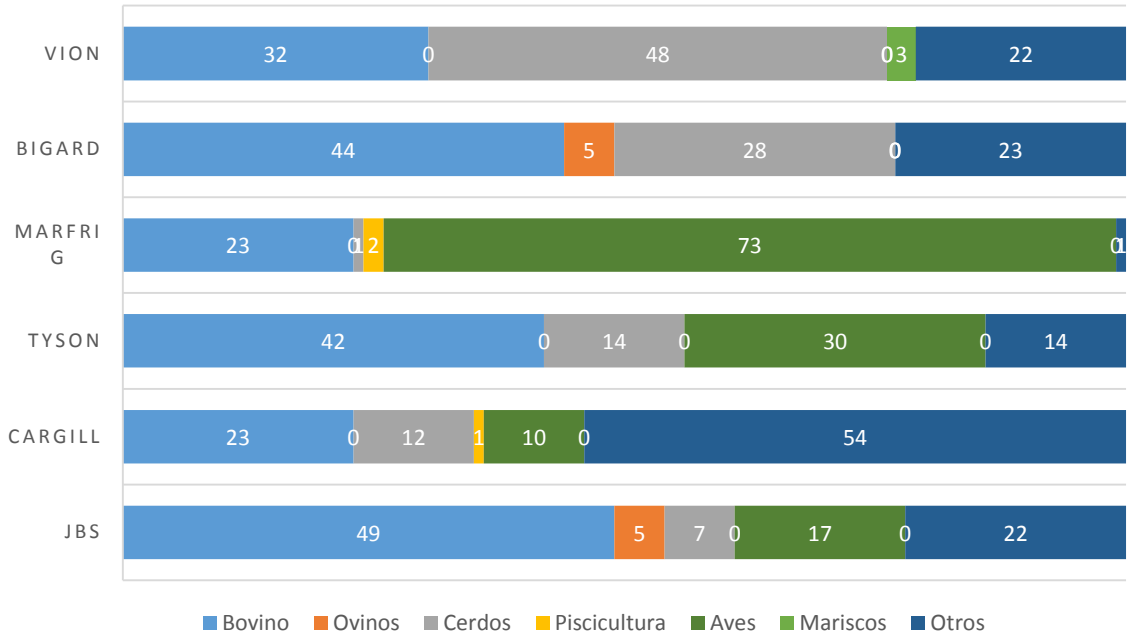


Figura 4. Estructura de participación porcentual en las ventas por redes de valor de seis empresas que dominan el mercado internacional de cárnicos.

Fuente: elaboración propia con información disponible en: jbs.com.br, cargill.com/company/index.jsp, tysonfoods.com, y marfrig.com.br, bigard.fr, www.vionfoodgroup.com.

Conclusión

Las empresas de la agroindustria global de carne ovina se encuentran inmersas en el mercado de la proteína animal, en este sentido se observa una tendencia importante a la diversificación de productos con otros tipos de carne (bovino, cerdo, aves, de manera incipiente piscicultura y mariscos). Este es un aspecto que no deben descuidar los productores mexicanos para estar a la altura de los competidores internacionales.

Literatura citada

Christensen, C.M. and Brower, J., 1995. Tecnologías disrruptivas: subiéndose a la ola. *Harvard Business Review*.

FAOSTAT, 2015. Food and Agriculture Organization of the United Nations/ Statistics Division [online]. Available from: http://faostat3.fao.org/home/E.

Humprey, J. and Memedovic, O., 2006. *Global Value chains in the agrifood sector*.

Langreo, N.A., 2009. El sistema de producción de carnes, ante la crisis actual. Nuevos retos. *Distribución y consumo*, 6–17.

Reardon, T., Codron, M.J., Busch, L., and Bingen, H.J., 2001. Global change in agrifood grades and standards: agribusiness strategyc responses in developing countries. *International food and agribusiness mangement Rev.*, 2, 3–4.

Schwartz, S.A., 2013. The transformation of the American food system, and its effects on wellness. *Explore: The Journal of Science and Healing*, 9 (4), 206–210.