

LOS SISTEMAS DE ASEGURAMIENTO DE ORIGEN Y CALIDAD EN LAS CARNES VACUNAS ARGENTINAS.

Hernán Palau.
Agronegocios y Comercio
Facultad de Agronomía. UBA.
hpalau@agro.uba.ar

Desde hace 10-15 años los consumidores globales –sobre todo aquellos de países con mayor poder adquisitivo– se encuentran muy preocupados por la calidad y seguridad de los alimentos que ingieren. El motivo fundamental se debe a la sucesión de ETA, o enfermedades que, a pesar de no ser zoonóticas, han tenido un gran impacto en los medios (Ej. aftosa en Europa).

La enfermedad con mayor repercusión fue la BSE (Encefalopatía Espongiforme Bovina o “Mal de la Vaca Loca”) que durante el año 1996 en Gran Bretaña mató a más diez personas (The Economist 1998a & 1998b). El gobierno británico gastó más de US\$ 2.500 millones destruyendo animales supuestamente infectados, constituyéndose en la catástrofe agrícola-ganadera más importante del Reino Unido en toda su historia. Otros casos de inseguridad alimentaria se dieron en Europa y EE.UU. a partir de carnes contaminadas por *Campilobacter sp.*, *Escherichia coli*, *Listeria monocytogenes* y *Salmonella sp.* (ver Licking & Carey, 1999; Schaffner et al., 1998.; Sharp & Reilly, 1994; Tansey & Worsley, 1995; Vaccarezza, 2002).

En respuesta a la mayor preocupación de los consumidores sobre seguridad alimentaria la industria, las ONG's y las autoridades públicas han diseñado sistemas de aseguramiento de origen, inocuidad y calidad (Bredahl et al., 2001). Los mismos se sustentan por medio de protocolos de origen y calidad de los animales y de la carne. Este conjunto de información constituye una herramienta para el productor y el industrial para diferenciarse de sus competidores (Briz & Penna, 2002). Vale destacar que la aplicación de sistemas de aseguramiento de origen y calidad (SAOC) implica la total transparencia sanitaria, fiscal, previsional y sobre las existencias, ya que la información es el atributo diferenciador.

Obtener esta información es costosa y, como le agrega valor al producto, en general el consumidor termina pagando un “*premium price*”. En la Tabla 1 se muestran algunos programas a nivel gubernamental, ONG y privado en EE.UU., UE y Argentina.

A nivel de gobierno, los países con mayor número de leyes para garantizar la inocuidad y el origen son los EE.UU. y la UE. A nivel ONG, en general son asociaciones buscan asegurar si el animal fue bien tratado, si hay algún tipo de modificación genética, si la producción es sustentable o incluso obliga a la utilización de ciertas normas de inocuidad a diferentes actores del sistema agroalimentario (Ej. Eurep-GAP). Por último, los diseños privados surgen de empresarios o grupos de productores que elaboran o comercializan productos con protocolos de origen y calidad. Para mantener el posicionamiento, generalmente se los ampara bajo una marca, una cadena de supermercados o una Denominación de Origen.

En la Argentina, a nivel institucional el tema de la trazabilidad y los protocolos de origen y calidad se encuentran en una etapa de iniciación. El RENSPA y el DTA tratan de asegurar el origen de los animales a nivel establecimiento. Sin embargo, a partir de una mayor demanda de la UE, se implementaron la Resolución N° 231/2002 y posteriormente con las RS 15/2003 y 391/2003, dando el SENASA un impulso a la trazabilidad oficial. Estas Resoluciones debían tener total aplicación para marzo de 2005. Sin embargo, el gobierno decidió postergar la misma a un año más.

Mientras tanto, a nivel organizacional, la Argentina no tiene un gran número de asociaciones de productores aplicando SAOC. La única es APEA (Asociación de Productores Exportadores Argentinos). Las empresas miembro de APEA son: PRINEX, Argentine Beef Producers, Carnes de Praderas, Cía. Rioplatense de Carnes y Ganados, APEX, FV y Asociados, Grupo Semillero,

Carne Angus Certificada, Asociación Argentina de Hereford (Carnes Hereford), Asociación Argentina de Brangus, ECOPAMPA, EXAL, Limangus, Proliar, MYT S.A., Pampas Argentinas y La Morocha. Otras empresas o grupos de productores que han desarrollado SAOC más o menos formales o un fuerte desarrollo de marca en pos de la diferenciación son: Consorcio Pampas del Salado, Frigorífico AB&P, Rioplatense, ECO-FOOD, ECO-CARNES, Rosenbusch, Estancias Unidas del Sur, Las Lilas, Quickfood, Swift, y los supermercados Carrefour, Jumbo, Norte, Disco. El común denominador de estas empresas es el agregado de valor a partir de la calidad en sentido amplio: origen, certificaciones, sellos, marca, sanidad, seguridad alimentaria, etc.

En la Argentina existen nichos de consumidores que están dispuestos a pagar un sobreprecio y las carnes son comercializadas con este atributo de diferenciación, con marcas reconocidas y un posicionamiento bien marcado. Las Lilas, Carne Angus Certificada y Hereford proveen al mercado interno y externo. Sin embargo, este tipo de negocio representa aproximadamente el 5% del total comercializado para el mercado interno y el 25% para el de exportación (estimaciones en base a SAGPyA, 2003 y Casaburi et al., 1998).

Los motivos de la baja implementación de SAOC en la Argentina y sobre todo, para el consumo local son:

- **Bajo cumplimiento de la Ley y los contratos** –por lo tanto, altos niveles de evasión¹ e incertidumbre institucional/organizacional–;
- **Alto nivel de evasión fiscal y sanitaria** –por tanto, no pueden formar parte de SAOC aquellos productores que operan en la informalidad–;
- **Baja participación de las exportaciones de carne** –se exporta el 15% del total producido, producto de las barreras arancelarias y paraarancelarias (aftosa) y el alto consumo interno–;
- **La carne es un producto de primera necesidad en el mercado local** –aquellos sectores con bajo y medio poder adquisitivo (80% de la población) no están dispuestos a pagar sobreprecios por carnes con SAOC–;
- **El circuito evasión/consumo se sustenta en la gran demanda de carne vacuna en el mercado doméstico y la necesidad de pagar bajos precios**;
- **Baja capacidad de los productores y agentes comerciales locales de formar redes** –esto se debe al bajo respeto por la ley y los contratos–;
- **Escaso interés en agregar valor en la exportación de carne vacuna** –los exportadores argentinos creen que la única manera de agregar valor a la carne exportada es la cuota Hilton–;
- **El sistema de comercialización media res** –el cual no posibilita el agregado de valor y es “complice” de la evasión (AIAC, 1998; Ordóñez, 1998)–;
- **El bajo conocimiento y acceso en tecnologías de proceso y de producto en torno a los SAOC.**
- **Mayores costos de implementación e incertidumbre comercial** –lo que aumenta la aversión a este tipo de diseño–;
- **Apropiación de cuasi-rentas por parte de los agentes más cercanos al consumidor final.**

De esta forma, se minimiza cualquier intento de diferenciar productos y agregar valor en torno al desarrollo de acciones colectivas con objetivos comunes. Surgen entonces los siguientes interrogantes: ¿podrá la Argentina desarrollar SAOC no solo para mercados internacionales, sino también para el consumo doméstico? ¿son los SAOC una herramienta útil para terminar con la evasión fiscal y sanitaria? ¿Será la trazabilidad una nueva barrera paraarancelaria?

BIBLIOGRAFÍA.

Asociación de Industrias Argentinas de Carnes (AIAC). La modernización del consumo de carnes. 1996.

¹ De los 13 millones de animales faenados, se estima que 3 millones corren por las vías de la evasión fiscal y sanitaria, mientras que otros 3 millones se subfacturan o subdeclaran los precios, los kilos y las categorías.

- Bredahl, M.E.; J.R. Northen; A. Boecker & M.A. Normille. Consumer demand sparks the growth of quality assurance schemes in the European food sector. En: Regmmi, A. (Ed.): Changing Structure of the Global Food Consumption and Trade. Market and Trade Economics Division, Economic Research Service, US Department of Agriculture, Agriculture and Trade Report. WRS-01-1, May. Pp. 90-102. 2001.
- Briz, J.; J. Penna. & I. de Felipe. International beef chain analysis and quality policy: The case of Argentina-Spain. X Congreso EAAE - Asociación Europea de Economistas Agrarios. Zaragoza. Agosto. 2002.
- Casaburi, G.; E. Perona & A. Reca. ¿Preparados para alimentar el mundo? El agro argentino en el Siglo XXI. IERAL de Fundación Mediterránea. 1998.
- Licking, E. & J. Carey. How to head off the next tainted-food disaster? Business Week, 1 March, pp. 34. 1999.
- Ordóñez, H.A. Alternative chain management in beef agribusiness. The PRINEX Case. Concurrent Session 8A. VIII IAMA World Congress Food & Agribusiness. Punta del Este. Uruguay. June. 1998.
- SAGPyA Noticias de los mercados de la carne vacuna. Julio, Diciembre. 2003.
- Schaffner, D.; W. Schroder & M. Earle. Food marketing: An international perspective. McGraw Hill. New York. 1998.
- Sharp, J.C.M. & W.J. Reilly. Recent trends in foodborne infections in Europe and North America. British Food Journal, Vol. 96, N 7, pp. 25-34. 1994.
- Tansey, G. & T. Worsley. The food system: A guide. Earthscan Publication, London. 1995.
- The Economist. The science of BSE: Bungled. March 14th, pp. 21-23. 1998a.
- _____ The Science of BSE: Birth of a disaster. March 14th, pp. 22. 1998b.
- Vaccarezza, L. Boletín Ganadero SAGPyA. Agosto. 2002.

Tabla 1. SAOC desarrollados por el sector público, las ONG y el sector privado.

Sector público		
EE.UU.	U.E.	Argentina.
Nuevas resoluciones del USDA (United States Department of Agriculture), FDA (Food and Drug Administration), FSIS (Food Safety and Inspection Service).	“Libro Blanco de la Seguridad Alimentaria”, Resoluciones 1760/00 y 1825/00, “Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria”.	RS. 15/03 y 391/03 sobre certificación de origen de carne vacuna, SAT, Normativa HACCP obligatoria para frigoríficos exportadores.
Organizaciones No Gubernamentales		
EE.UU.	U.E.	Argentina.
www.factoryfarming.com www.gefoodalert.org JIFSAN (Joint Institute for Food Safety and Applied Nutrition), U.S. Meat Export Federation, American Meat Institute.	www.globalfoodnetwork.org EurepGAP (Euro-Retailer Produce Working Group Good Agricultural Practices), Label Rouge, AESA (AES: Agencia Española de Seguridad Alimentaria).	APEA (Asociación de Productores Exportadores Argentinos).
Sector Privado		
EE.UU.	U.E.	Argentina.
US Prime Beef, Laura’s Lean Beef, Coleman Natural Beef, Certified Angus Beef.	Filière Carrefour (Francia). Empresas asociadas a Label Rouge, “Carne Asturiana”, CAG (Cooperativa Agropecuaria Guissona) y “Ternera Gallega” (España), PGI “Vitellone Bianco dell’ Appenino Centrale” (Italia).	Las Lilas, Carne Angus Certificada, Asociación Argentina de Hereford, PRINEX y EXAL, Consorcio Pampas del Salado, Carrefour, Jumbo, Norte, Disco (supermercados).

Fuente: elaboración propia.