



Observatorio
de Precios de los
Alimentos

ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS DEL SECTOR OVINO. CAMPAÑA 2009

Julio 2012





Observatorio
de Precios de los
Alimentos



Realizado por





ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Introducción

1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio

1.2. Metodología de trabajo

2. Estructura de costes y precios

2.1. Esquema de la estructura de costes y precios

2.2. Análisis de la estructura de costes y precios

Anexos

I. Metodología

II. Fuentes

III. Descripción de las principales actividades y conceptos de coste

1. Introducción

- 1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio**
- 1.2. Metodología de trabajo**

2. Estructura de costes y precios

- 2.1. Esquema de la estructura de costes y precios**
- 2.2. Análisis de la estructura de costes y precios**

Anexos

- I. Metodología**
- II. Fuentes**
- III. Descripción de las principales actividades y conceptos de coste**

Consideraciones generales:

EL PRESENTE ESTUDIO SE ENMARCA DENTRO DE LAS ACTUACIONES QUE ESTÁ LLEVANDO A CABO EL MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE (MAGRAMA) PARA APORTAR INFORMACIÓN SOBRE LA CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS FRESCOS Y TRANSFORMADOS

- **Se trata de un estudio descriptivo que persigue profundizar en el conocimiento** sobre la cadena de valor del sector ovino para contribuir a la transparencia del mercado, así como detectar posibles ineficiencias en esta cadena.
- Para ello, **la actualización del estudio del sector ovino analiza las configuraciones principales de la cadena de valor** identificadas en el estudio de la campaña 2007 **y estudia el proceso de formación de precios** a lo largo de la misma a través de la construcción de la nueva estructura de precios, a partir de los **datos de costes, beneficios y precios actualizados para la nueva campaña**.
- **No pretende ser un estudio estadístico sobre ingresos, costes y beneficios** de los distintos agentes que operan a lo largo de la cadena.
- Asimismo, **se persigue fomentar la colaboración del sector en la mejora continua del mismo**, mediante un análisis conjunto sobre los costes que se generan a lo largo de la cadena y que impactan sobre el precio final al consumidor.
- El estudio actualizado permite **extraer las principales conclusiones** sobre la formación de precios en el sector ovino para la nueva campaña y además, aportar valoraciones sobre la evolución seguida por la cadena de valor respecto de las anteriores.

El objetivo general del estudio es analizar la cadena de valor y la formación del precio en el sector ovino con el fin de contribuir a la transparencia del mercado y detectar posibles ineficiencias

Consideraciones particulares:

- La **actualización del estudio de la “Cadena de valor y formación de precios del sector ovino” para la campaña 2009** se ha elaborado en el marco de actividades establecido en el **Observatorio de Precios de los Alimentos del MAGRAMA**, de acuerdo con las especificaciones técnicas y operativas fijadas en el mismo y siguiendo la metodología de investigación y análisis que se detalla mas adelante.
- La actualización se centra, al igual que en el estudio base, en:
 - Debido a la diversidad de **precios** de cada una de las partes del cordero (costillar, paletilla, pierna y tajo bajo) se considera en el análisis del precio final una parte del animal que englobe las distintas categorías de pieza.
 - **La comparación de precios y costes unitarios** se realiza en **valores por pieza** debido a la **variación en el peso del cordero** desde su cría hasta que es comercializado en el punto de venta, y también por el distinto precio que alcanzan las piezas más nobles (costillas, pierna, etc.)
 - Se analizan 2 tipos de configuraciones: **configuración moderna y configuración tradicional**
- El periodo de análisis de los precios y costes es de **enero a diciembre de 2009**.
- La **metodología de actualización** se basa en la **cadena de valor iniciales o de la “campaña base”**, a cuyos costes y precios se les aplica unos **coeficientes de actualización** calculados a partir de determinados índices de precios seleccionados previamente y que están disponibles a partir de la información estadística oficial.

LA METODOLOGÍA DE ACTUALIZACIÓN DE LOS ESTUDIOS DE CADENA DE VALOR SE BASA EN 4 PILARES: LOS ESTUDIOS DE CADENA DE VALOR DE LAS CADENAS INICIALES O DE LA CAMPAÑA BASE, LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA OFICIAL Y SECTORIAL, LOS COEFICIENTES DE ACTUALIZACIÓN Y LA APLICACIÓN INFORMÁTICA “CADENAS”

FASE DE ACTUALIZACIÓN DE DATOS

- **La actualización de los datos para la nueva campaña** consta de las siguientes fases:
 - Revisión de las fuentes estadísticas disponibles, para conocer su idoneidad y adaptabilidad a los distintos conceptos de costes y de precios que conforman las distintas cadenas de valor.
 - Selección de índices estadísticos procedentes de las fuentes estadísticas oficiales identificadas previamente adaptados a los costes y a las campañas de cada uno de los productos.
 - Cálculo de los coeficientes de actualización con los que se actualizan los conceptos de costes y precios de las cadenas de valor.
 - Obtención de los modelos de datos de las cadenas de valor teóricas con la herramienta informática de actualización (aplicación “Cadenas”), mediante la aplicación de dichos coeficientes a las cadenas de valor iniciales o base.

FASE DE ELABORACIÓN DEL MODELO DE DATOS Y CALIBRACIÓN

- La cadena de valor teórica se contrasta con la información publicada en otras fuentes (**Anexo II**), identificadas previamente.
- Asimismo, se realiza un segundo contraste a través de datos suministrados de forma directa en entrevistas con asociaciones del sector o agentes que operan en la cadena de valor.

FASE DE VALIDACIÓN Y ELABORACIÓN DE INFORMES

- Se elabora un **borrador del estudio** con toda la información recogida en las anteriores fases.
- Se efectúa una **validación** de dicho borrador por parte de las asociaciones públicas representativas de la cadena alimentaria y las administraciones del Estado, autonómicas y locales, para asegurar el consenso de todos los agentes implicados.
- Se incorporan las observaciones aportadas por los agentes durante la validación del borrador y, por último, la presentación del **informe final**.

1. Introducción

1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio

1.2. Metodología de trabajo

2. Estructura de costes y precios

2.1. Esquema de la estructura de costes y precios

2.2. Análisis de la estructura de costes y precios

Anexos

I. Metodología

II. Fuentes

III. Descripción de las principales actividades y conceptos de coste

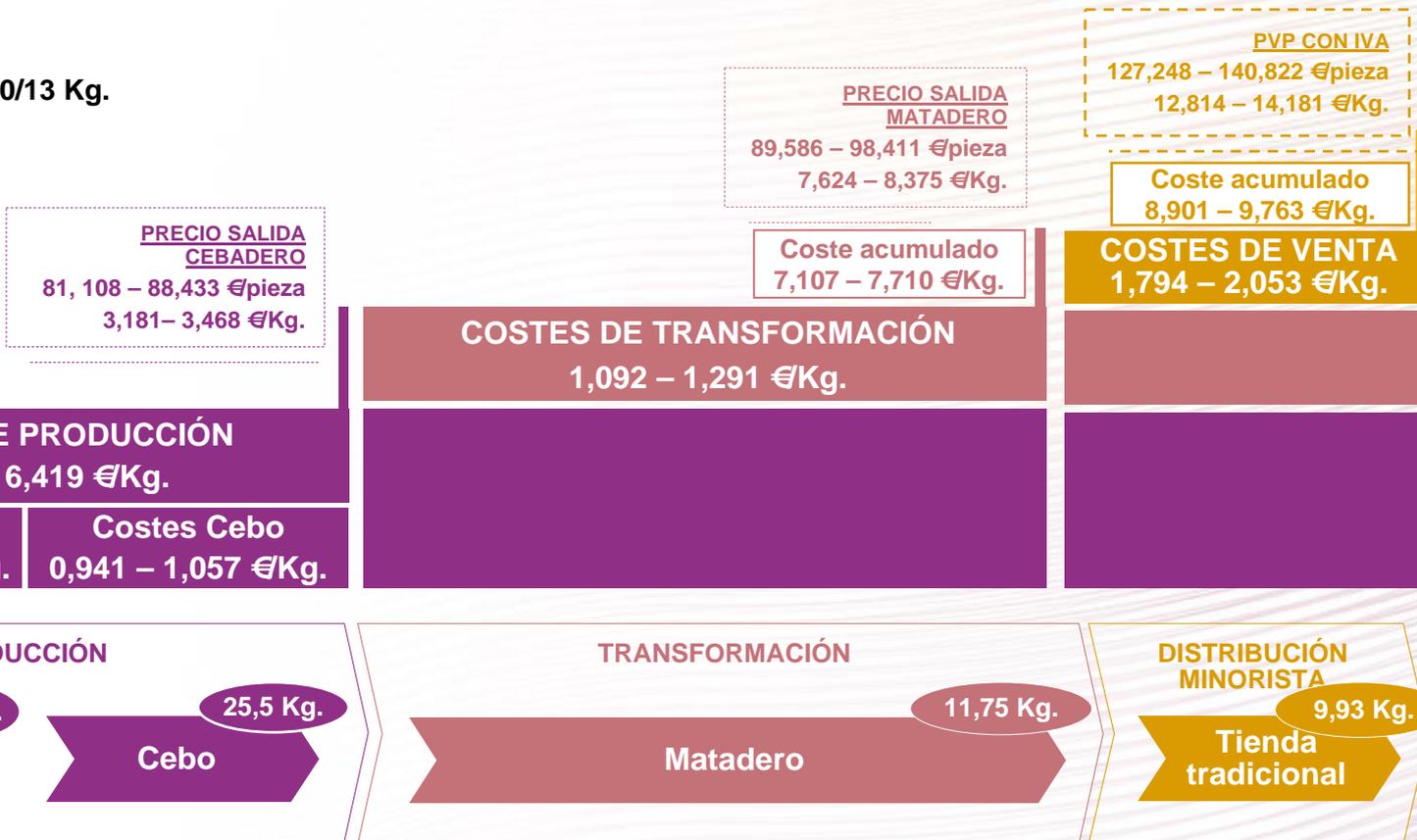
IV. Consideraciones sobre la subvención a la producción

CONFIGURACIÓN TRADICIONAL

EN LA CADENA TRADICIONAL LA ETAPA DE PRODUCCIÓN (EN ESPECIAL, LA FASE DE CRÍA) ES LA QUE ORIGINÓ MAYORES COSTES EN LA CAMPAÑA ESTUDIADA, SEGUIDA DE LA ETAPA DE DISTRIBUCIÓN MINORISTA

Cordero pascual de 10/13 Kg.

Campaña 2009⁽¹⁾

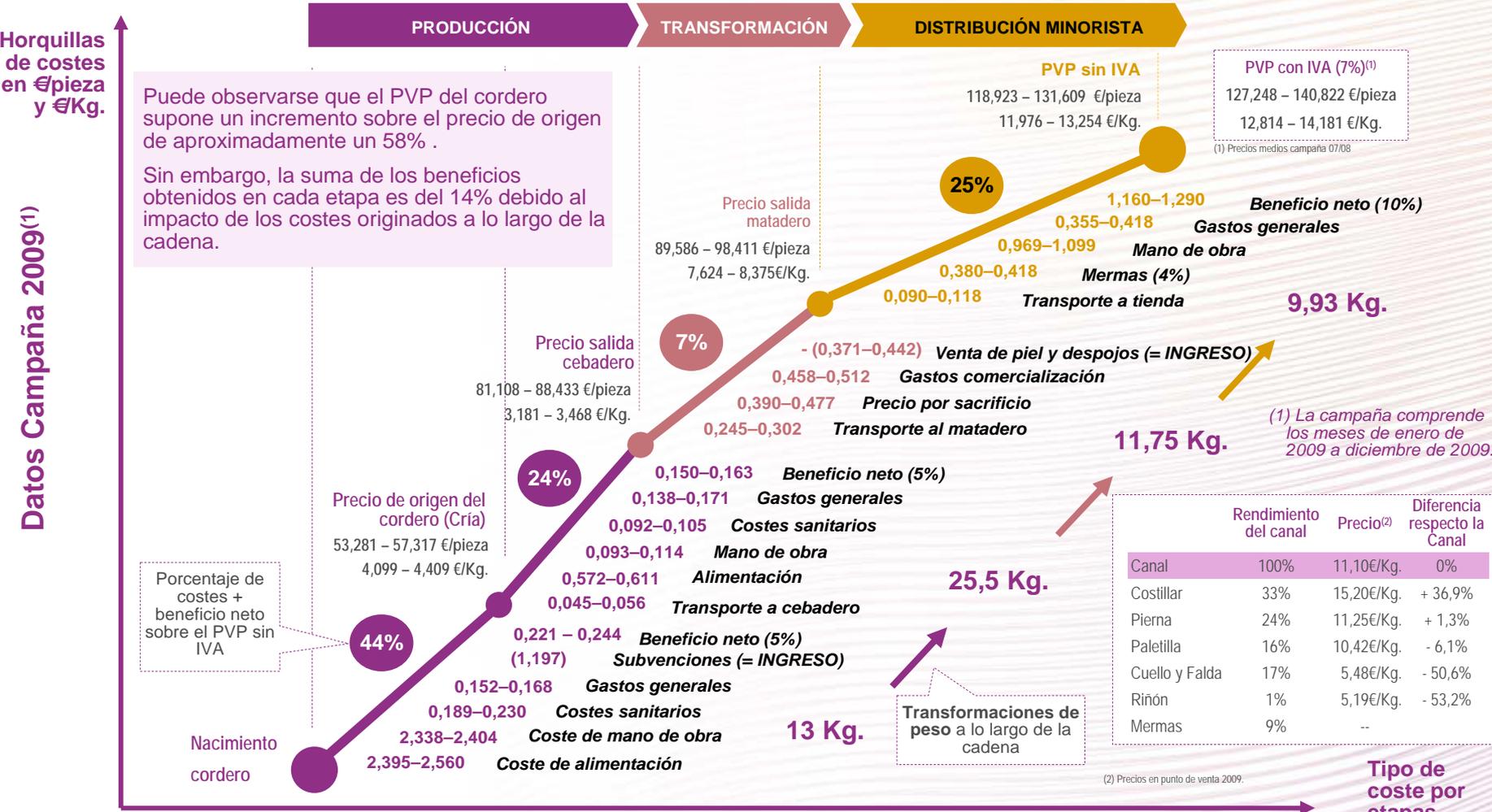


El conjunto de todos los costes acumulados (€/pieza) en la cadena de valor de la carne de ovino configuración tradicional durante la campaña 2009 supusieron en torno al 94% del PVP (con IVA)

(1) La campaña comprende los meses de enero de 2009 a diciembre de 2009.

CONFIGURACIÓN TRADICIONAL

EN LA CONFIGURACIÓN TRADICIONAL EN DESTINO SE COMERCIALIZAN “CANALES”, POR LO QUE LOS COSTES DE DESPIECE (costes de mano de obra) SON ASUMIDOS POR EL DETALLISTA



Nota: La metodología del estudio no contempla la inclusión de las ayudas de la PAC desacopladas de la producción agrícola o ganadera, ni de otras ayudas o subvenciones no ligadas a la producción, percibidas por los agentes del resto de etapas de la cadena. El objetivo del estudio es analizar la formación del precio del producto, para detectar posibles ineficiencias en la cadena de valor, sin entrar en el análisis de las rentas percibidas por los agentes intervinientes en la misma.

CONFIGURACIÓN MODERNA

EN LA CADENA MODERNA, LA ETAPA DE PRODUCCIÓN SIGUE SOPORTANDO LA MAYOR PARTE DE LOS COSTES, AUNQUE EN ESTE CASO SE INCREMENTAN LOS DE LA ETAPA DE TRANSFORMACIÓN

Cordero pascual 10/13 Kg.

Campaña 2009 ⁽¹⁾

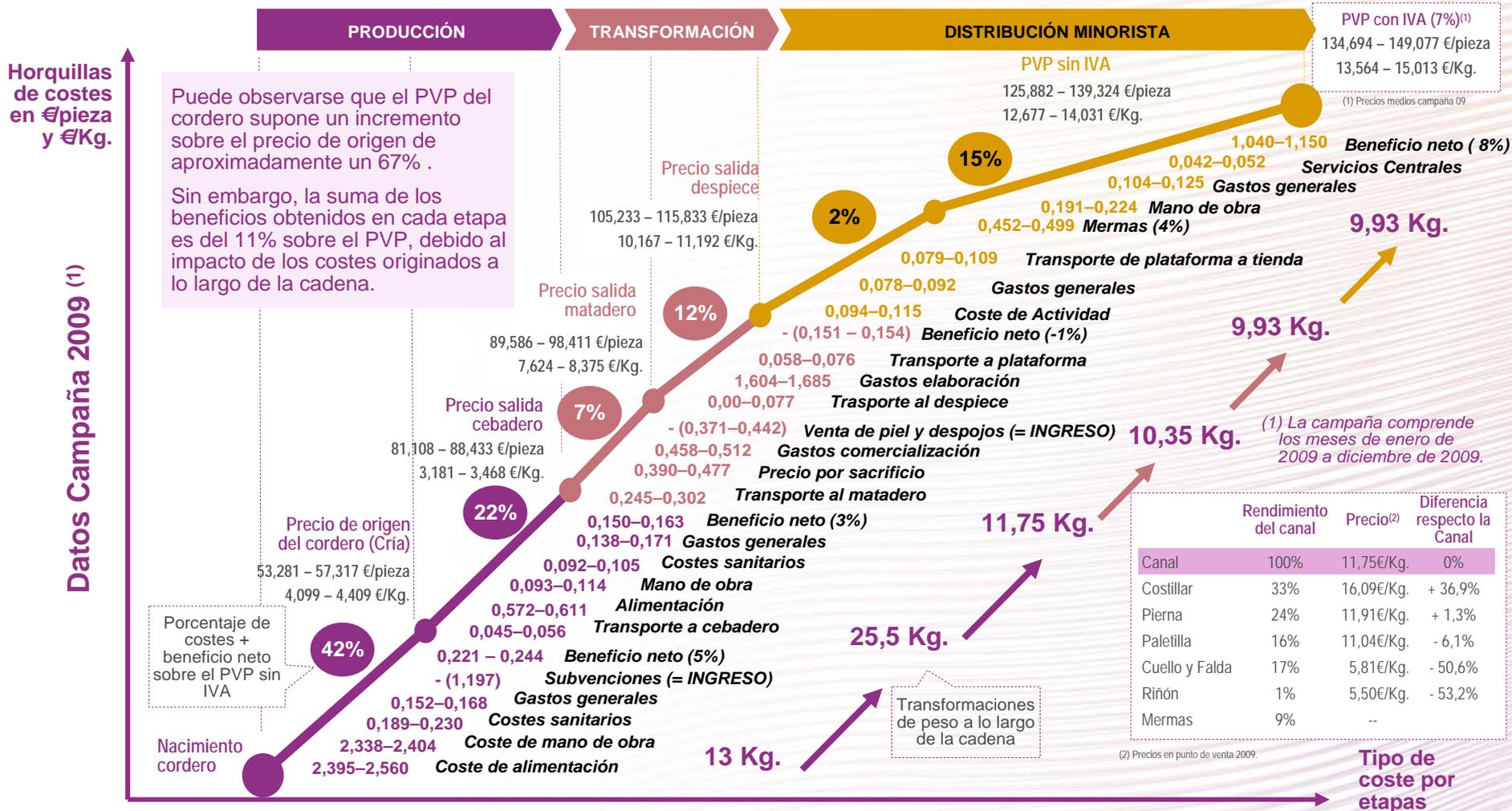


El conjunto de todos los costes acumulados (€/pieza) en la cadena de valor de la carne de ovino configuración moderna durante la campaña 2009 supusieron en torno al 96% del PVP (con IVA)

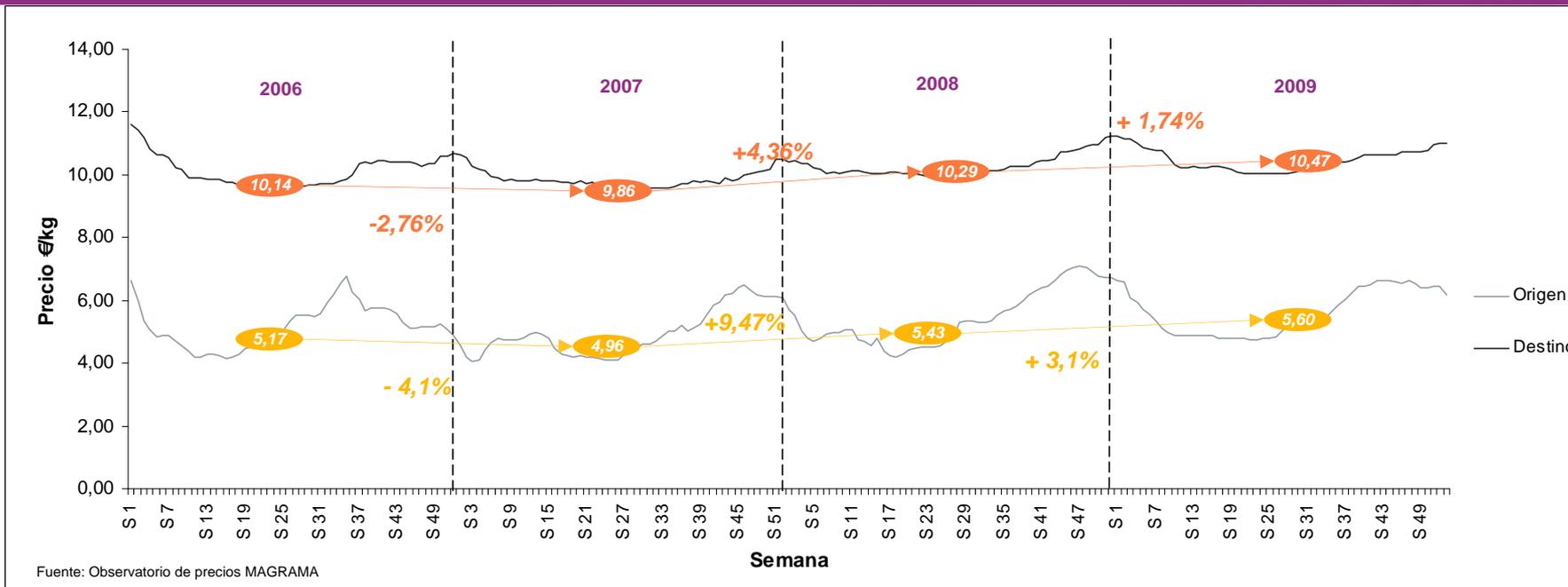
(1) La campaña comprende los meses de enero de 2009 a diciembre de 2009.

CONFIGURACIÓN MODERNA

LA EXISTENCIA DE PLATAFORMAS DE DISTRIBUCIÓN IMPLICA LA NECESIDAD DE UN TRANSPORTE ADICIONAL ENTRE LA ETAPA DE TRANSFORMACIÓN Y LA DE DISTRIBUCIÓN MINORISTA



Evolución anual del precio del Cordero Pascual 1ª (2006-2009)

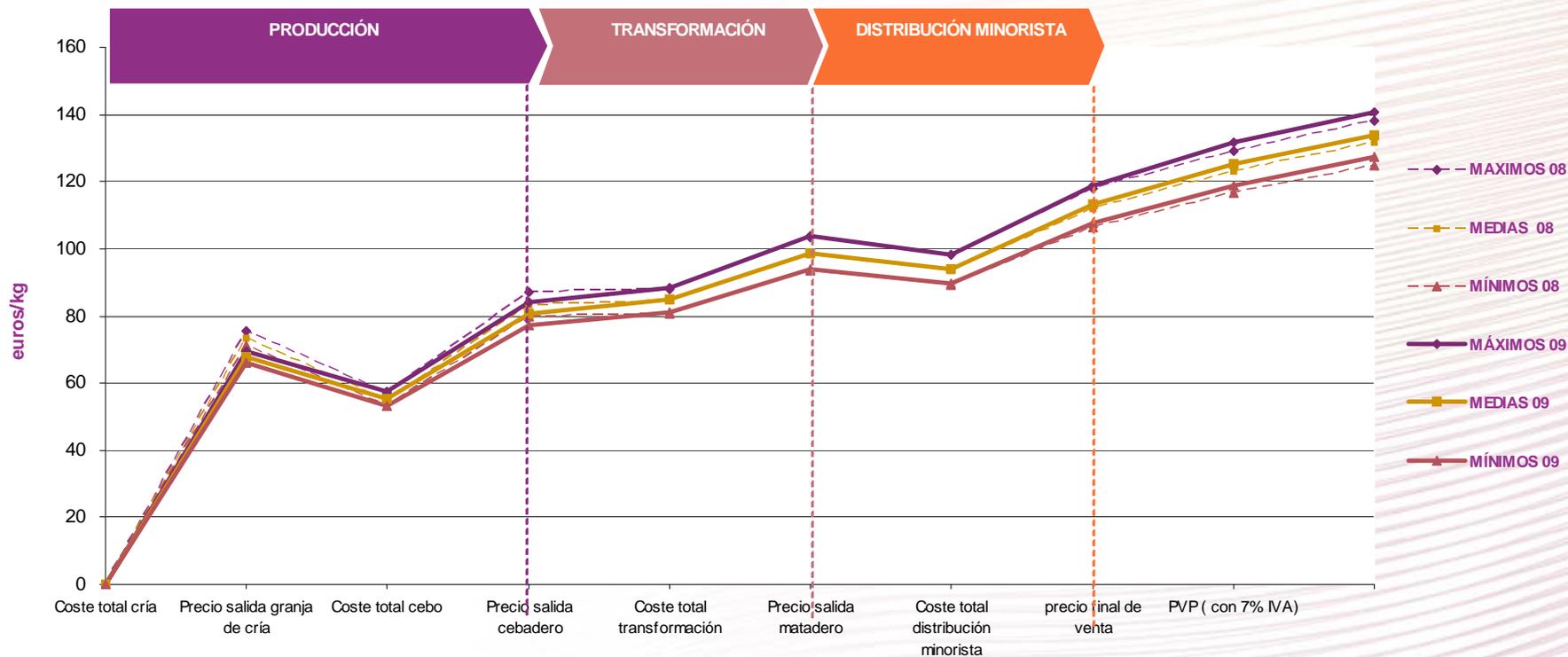


- Se puede observar como, la **fuerte demanda de final de año** de la carne de ovino provoca **subidas del precio** en origen que se transmiten en destino.
- Sin embargo, los **descensos de los precios en origen son, en general, amortiguados en destino**. Por tanto, estas caídas en destino son mucho menos marcadas o incluso inapreciables para el consumidor final.

2.- ESTRUCTURA DE COSTES Y PRECIOS

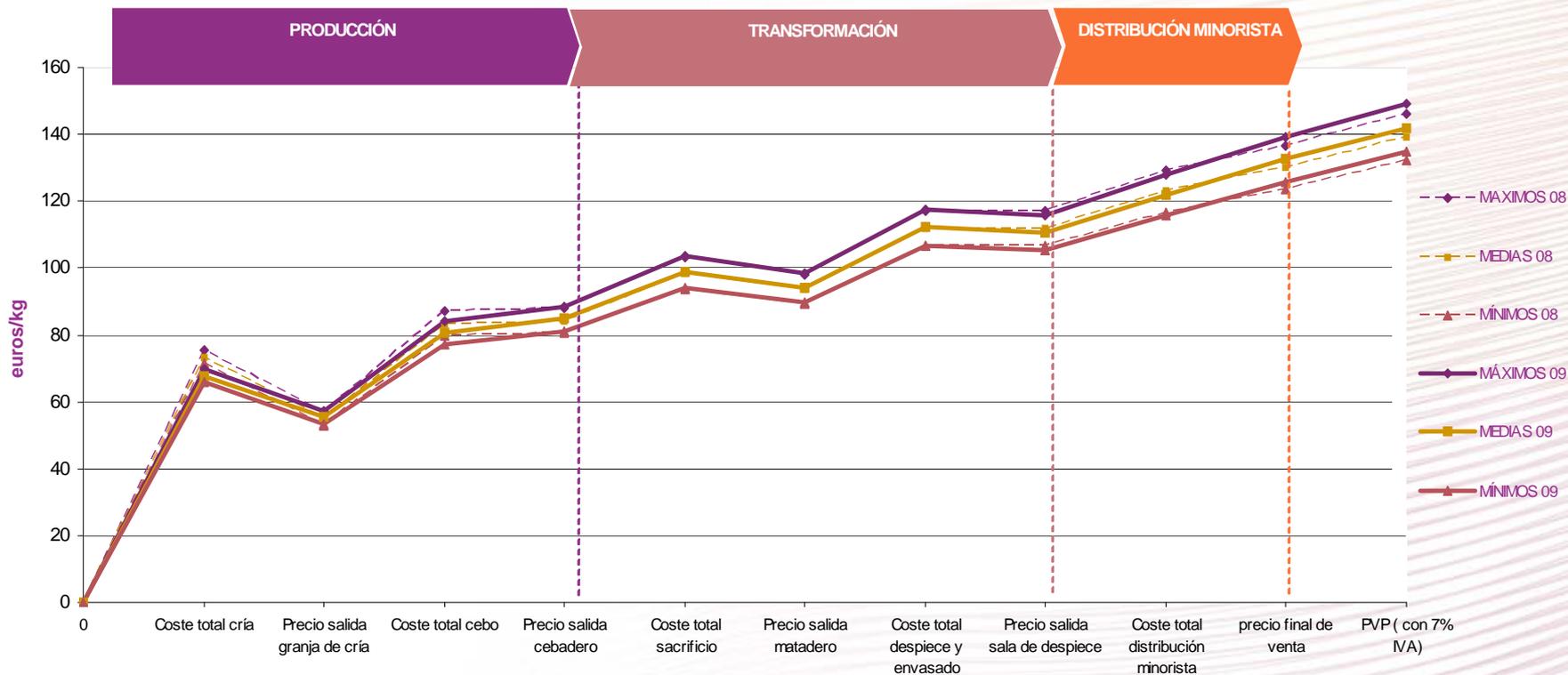
2.2.- Análisis de la estructura de costes y precios

CADENA DE VALOR TRADICIONAL OVINO . COSTES Y PRECIOS ACUMULADOS COMPARATIVA CAMPAÑAS 2008 y 2009



COSTES Y PRECIOS

**CADENA DE VALOR MODERNA OVINO . COSTES Y PRECIOS ACUMULADOS
COMPARATIVA CAMPAÑAS 2008 y 2009**



COSTES Y PRECIOS

1. Introducción

1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio

1.2. Metodología de trabajo

2. Estructura de costes y precios

2.1. Esquema de la estructura de costes y precios

2.2. Análisis de la estructura de costes y precios

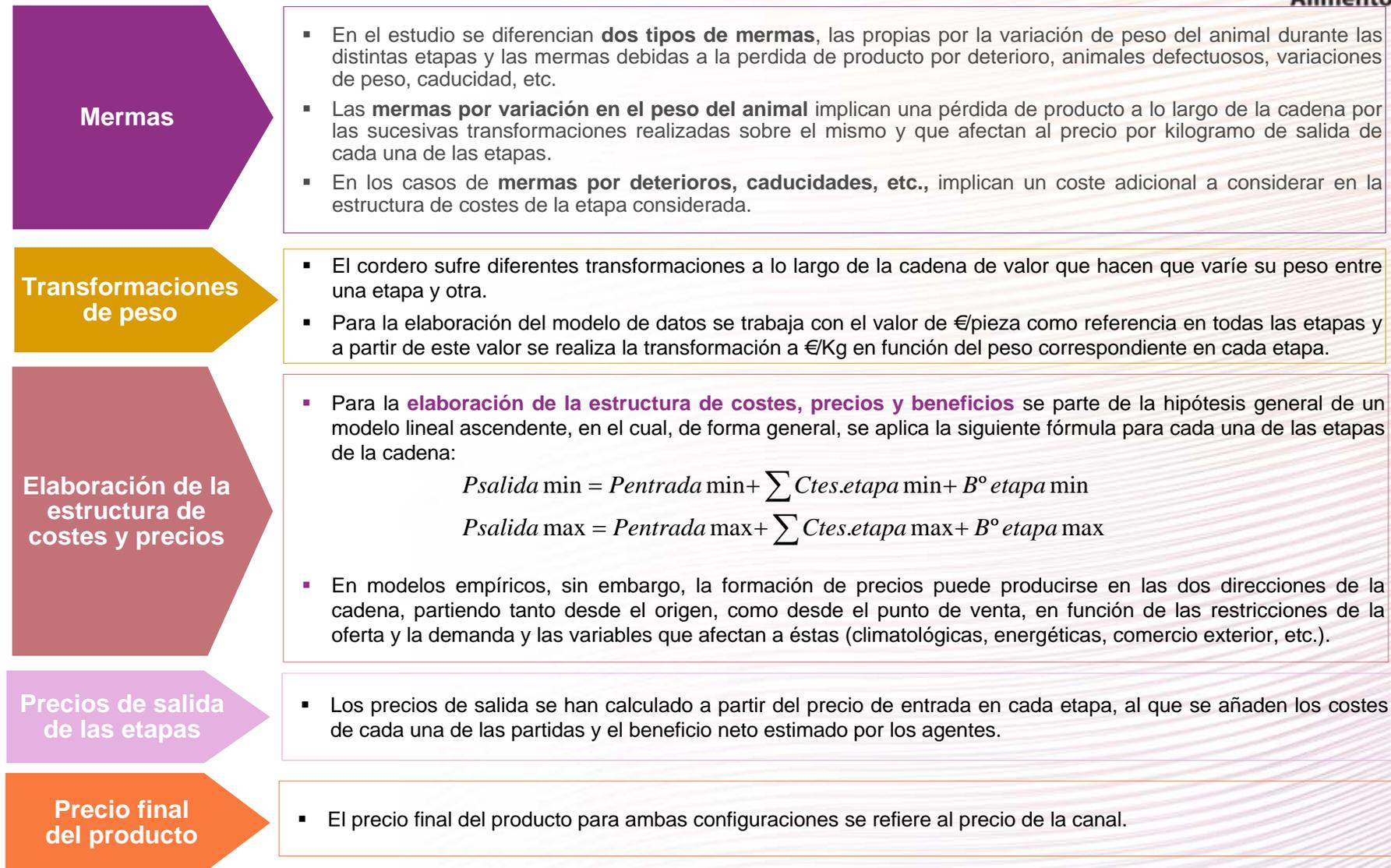
Anexos

I. Metodología

II. Fuentes

III. Descripción de las principales actividades y conceptos de coste

Métodos de cálculo:





Ámbito	Fuente
Agentes y configuraciones de la cadena de valor	<p>Estudio de la cadena de valor del ovino. Abril 2009. Observatorio de Precios de los Alimentos del MAGRAMA. http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/servicios/observatorio-de-precios-de-los-alimentos/estudios-e-informes/default.aspx</p>
Estructura de costes y precios	<p>MAGRAMA: "Precios percibidos, pagados por los agricultores y salarios agrarios". Subdirección General de Estadística. http://www.magrama.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-agrarias/economia/precios-percibidos-pagados-salarios/</p>
	<p>MINISTERIO DE FOMENTO: "Encuesta Permanente de Transporte de Mercancías por Carretera". http://www.fomento.gob.es/MFOM/LANG_CASTELLANO/ESTADISTICAS_Y_PUBLICACIONES/INFORMACION_ESTADISTICA/Transporte/EPTMC/</p>
	<p>INE: "Índices de Precios Industriales". http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft05/p051&file=inebase&L=0</p>
	<p>INE: "Encuesta trimestral de coste laboral. Industria de Alimentación y Comercio al por menor, excepto vehículos de motor y motocicletas" http://www.ine.es/jaxi/menu.do?L=0&type=pcaxis&path=/t22/p187&file=inebase</p>
	<p>INE: "Índices de Precios de Consumo". http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t25/p138&file=inebase&L=0</p>
	<p>MAGRAMA: "Resultados del ejercicio económico ovino de carne 2009" RENGRATI http://www.magrama.gob.es/app/vocwai/documentos/Adjuntos_AreaPublica/Informe20RENGRATI%20Ovino%20Carne%20-%20Ejercicio%202009.pdf</p>
	<p>MINECO: "Precios medios nacionales ponderados de venta al público de productos de alimentación 2002-2011" http://www.comercio.mineco.gob.es/es-ES/comercio-interior/Precios-y-Margenes-Comerciales/Informacion-de-precios-(bases-de-datos)/Paginas/Precios-medios-nacionales-ponderados-de-venta-al-p%C3%BAblico-de-productos-de-alimentaci%C3%B3n-2002-2011-.aspx</p>



Cría

- La cría del ganado ovino puede tener distinta duración hasta que el animal adquiere el peso que se considera adecuado para pasar al cebadero.
- Los datos de las **subvenciones** reflejados en el informe corresponden al año 2007, referidas por cordero (€/pieza).
- **Costes de cría:** implica un coste importante en el global de la producción, ya que son varios los factores que afectan al mismo, destacándose:
 - **Alimentación:** coste de alimentar los corderos durante la fase de cría.
 - **Mano de obra:** coste del personal dedicado al manejo de los animales.
 - **Costes sanitarios:** servicios veterinarios (vacunas, revisiones, etc.).
 - **Gastos generales:** comprende gastos fijos de las actividades de la cría tales como infraestructura (alquiler/amortización de instalaciones, maquinaria, etc.), suministros (luz, teléfono, agua, etc.), seguros, servicios externos y estructura (personal directivo, oficinas, etc.).

Cebo

- La fase de cebo es aquella en que se engorda el cordero hasta que se decide llevarlo al matadero para su sacrificio y posterior despiece.
- Al igual que en la fase de cría, el tiempo de cebadero varía para cada tipo de ovino, dependiendo también de la operativa propia de cada explotación. Se puede considerar como promedio que el ovino se ceba hasta los 26kg en centros de tipificación, donde la alimentación puede variar en función del cliente al que posteriormente se vende.
- Entre la fase de cría y la de cebo puede haber una actividad intermedia de **transporte (en vivo) desde la zona de cría a la de cebadero**, en los casos en los que las instalaciones se encuentren separadas físicamente.
- Otros costes de cebo:
 - **Alimentación:** coste de alimentar los corderos en la fase de cebo (piensos).
 - **Mano de obra:** coste del personal dedicado a las actividades de la fase de cebo, tales como clasificación y examen de los animales.
 - **Costes sanitarios:** servicios veterinarios (vacunas, revisiones, etc.).
 - **Gastos generales:** comprende gastos fijos de las actividades del cebo tales como infraestructura (alquiler/amortización de instalaciones, maquinaria, etc.), suministros (luz, teléfono, agua, etc.), seguros, servicios externos y estructura (personal directivo, oficinas, etc.).



Matadero

- Entre la fase de cebo y sacrificio es necesario realizar el **transporte en vivo desde las instalaciones de cebo al matadero**.
- En el matadero se desarrollan las siguientes actividades principales:
 - **Control veterinario.**
 - **Sacrificio, desuello y retirada de despojos.**
 - **Gestión de residuos cárnicos y retirada de MER.**
- A partir del sacrificio, se inicia el **mantenimiento** a temperatura controlada (refrigeración) de la pieza, que deberá conservarse a lo largo de toda la cadena, hasta llegar al consumidor final.
- En el proceso de sacrificio y posterior despiece, se produce una pérdida de peso respecto al total de Kg. del animal vivo. Éste cambio de peso de Kg. vivo a Kg. canal afecta a la estructura de precios, ya que los costes de cada actividad se reparten ahora entre un menor número de Kg.
- El ovino puede llegar a **perder en el proceso de matadero entre el 45-50% del peso en vivo**.

Central de Transformación

- El **transporte de las canales** puede no ser necesario si la sala de despiece se encuentra en el propio matadero o en sus proximidades.
- El despiece es una operación manual que requiere una cualificación especial y alto grado de experiencia.
- Tras el despiece se pueden dar las siguientes actividades, según el destino de venta del producto:
 - **Envasado al vacío:** las piezas de carne se envasan al vacío para su transporte a tienda, donde se hará el corte o fileteado final.
 - **Corte y embandejado:** las piezas se filetean y se preparan en bandejas con destino al libre servicio.
- **Costes en despiece y envasado:**
 - **Materiales:** coste de los materiales empleados en el despiece y envasado (material de envasado, gases, etiquetado, bandejas fuera de peso, etc.).
 - **Mano de obra:** coste del personal dedicado a las actividades de transformación, tales como fileteado, envasado, manejo de los productos, etc.).
 - **Gastos de elaboración:** gastos fijos y amortizaciones.
 - **Transporte a plataforma de distribución.**

Punto de Venta

- **Transporte a punto de venta:** es el transporte de entrega de los pedidos a tienda. Variará dependiendo del tipo de configuración de la cadena, ya que la norma general en la configuración tradicional es que el propio empresario sea el encargado del transporte de las canales desde el matadero.
 - En el caso de la distribución moderna, este transporte final es un transporte capilar o de reparto con las siguientes características:
 - Se organiza normalmente por rutas de reparto. El transporte puede ser propio o subcontratado.
 - Se realiza a temperatura controlada (refrigerado) para reducir pérdidas de mermas, lo que a su vez implica un mayor coste.
- **Coste de las actividades en el punto de venta,** se compone básicamente de los siguientes capítulos principales de coste:
 - **Mano de obra:** coste del personal dedicado a la actividad en tienda (ya sea tienda tradicional o moderna) como es el manejo de los productos en tienda (almacenamiento, colocación en baldas, paso por caja, etc.)
 - **Gastos generales:** comprende gastos fijos de las actividades en tienda tales como infraestructura (alquiler/amortización de instalaciones, maquinaria, etc.), suministros (luz, teléfono, agua, etc.), seguros, servicios externos y costes de estructura (personal directivo, oficinas, etc.).
 - **Mermas de tienda:** coste de la pérdida de producto en tienda debida a caducidad, robo, etc.
 - **Servicios Centrales:** costes solo aplicable a los puntos de venta moderna. Son los costes de gestión de las oficinas centrales.



Observatorio
de Precios de los
Alimentos



Realizado por

