

CRECE EL MERCADO DEL SEMEN BOVINO

Ing. Mariano Etcheverry¹ y Liliana Rosenstein². 2016. Valor Carne, Boletín N° 109.

1.-Director Ejecutivo de la Cámara Argentina de Biotecnología de la Reproducción e Inseminación Artificial (CABIA)

2.-Editora de Valor Carne.

www.produccion-animal.com.ar

Volver a: [Reproducción e inseminación artificial en cría y tambo](#)

INTRODUCCIÓN

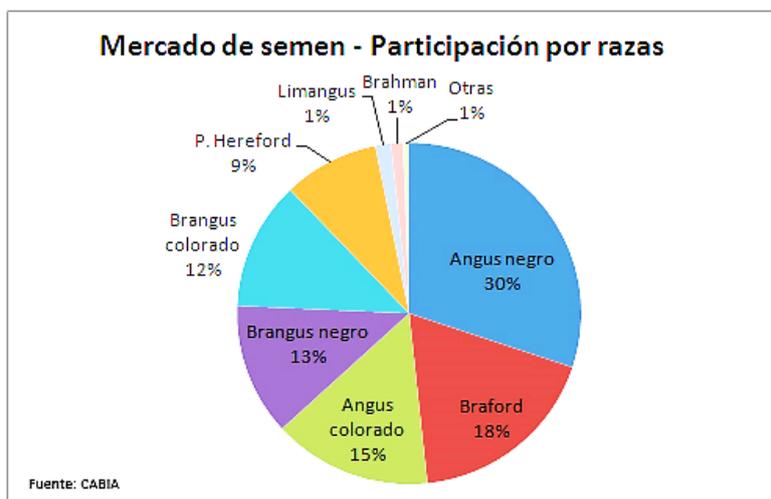
Las dosis comercializadas en la Argentina de razas de carne aumentaron 250% en 15 años. Las exportaciones se multiplicaron por seis, pero apenas colocamos el 7% de lo que compra Brasil, nuestro principal cliente. Cómo se mueven los países que dominan el negocio y los desafíos para mejorar el posicionamiento.

“La firmeza de la demanda internacional de genética abre oportunidades para el mercado de semen argentino, que si bien viene creciendo, aún ocupa el puesto 17^a como exportador. Nuestra genética es muy reconocida y el know how y equipamiento de los centros de inseminación no tiene nada que envidiar a los países líderes. Sin embargo, no podemos acceder a importadores claves como EE.UU. y la UE, y cargamos con altos costos burocráticos que nos restan competitividad, incluso para avanzar en un destino cercano como Brasil, entre otras problemáticas”, dijo el Ing. Mariano Etcheverry, Director Ejecutivo de la Cámara Argentina de Biotecnología de la Reproducción e Inseminación Artificial (CABIA), en una charla sobre el mercado del semen bovino realizada en la Rural de Palermo.

RADIOGRAFÍA LOCAL

Las estadísticas de la Cámara se basan en datos que proveen las empresas asociadas desde 2001, ya que no existe información oficial. “Este relevamiento significa aproximadamente el 70 a 80 % del mercado formal de la Argentina, por lo tanto es bastante representativo del nivel nacional”, señaló el directivo.

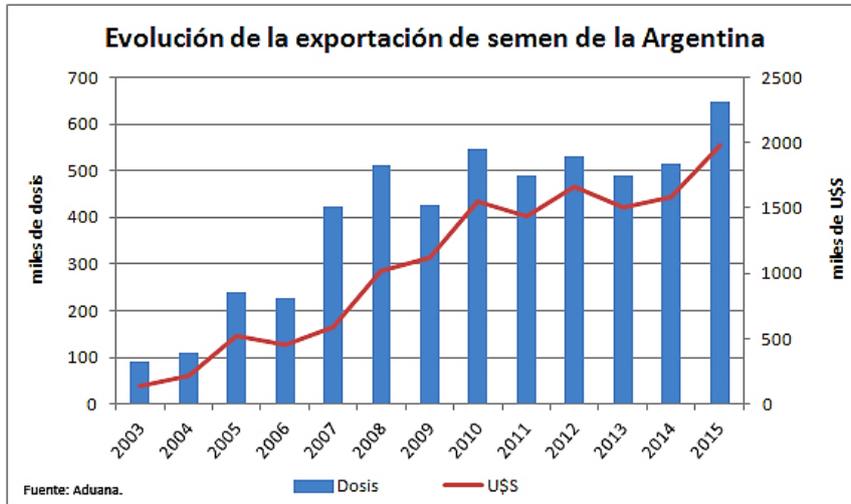
En 2015, la comercialización de semen totalizó 6,5 millones de dosis, de la cuales 3 millones corresponden a bovinos de razas de carne y el resto de leche. Dentro del segmento cárnico, 2,44 millones se destinaron al mercado interno y 622 mil a la exportación. A su vez, hay 374 mil dosis importadas.



En cuanto a la evolución, entre 2001 y 2015, la cantidad de dosis de carne se incrementó 250%, sobre todo, gracias a la difusión de la inseminación a tiempo fijo (IATF). Otra información de interés es que actualmente el 45% del comercio corresponde a Angus, seguido por Brangus con el 25% y Braford con el 18%.

Con respecto a las importaciones, con datos de la Aduana argentina, el 63% del total – carne y leche- proviene de los Estados Unidos, 22% de Canadá y el resto de Nueva Zelanda y Francia, entre otros. “Específicamente en lo que hace a razas de carne, las compras crecieron 575% desde 2001, aunque a partir de un volumen muy bajo. En realidad, la mayor parte de lo que se importa es para ganado lechero”, detalló Etcheverry.

En tanto, las exportaciones se incrementaron 612% desde 2003, alcanzando un valor de US\$ 2 millones en 2015, en este caso, básicamente de razas de carne. Brasil es el primer cliente con el 57% del total; seguido por Paraguay, 33%; y Uruguay, 8,5%.

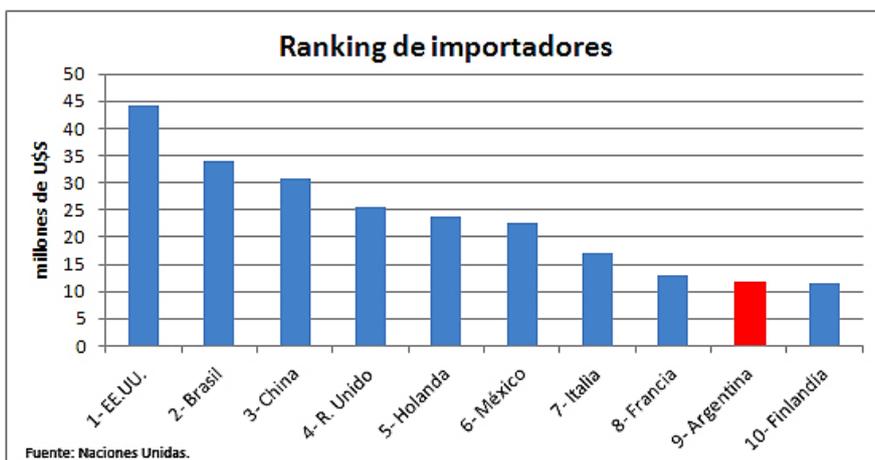


El directivo también desplegó información de otros rubros de genética bovina. “En 2015, se exportaron 4.160 embriones por valor de US\$ 1,5 millones. Esto incluye 1.000 dosis que se enviaron a China, fue el primer envío a ese país, que además incluyó semen”, aseguró.

Asimismo, la Argentina embarcó 183 reproductores. “Es un nivel bastante bajo, ha ido cayendo debido a las grandes trabas que existían para el comercio exterior. Más allá del tipo de cambio, hasta hace poco, había que obtener un ROE como si fuera un animal para carne y eso afectó mucho el comercio”, recordó.

UNA MIRADA GLOBAL

Según Etcheverry, a nivel internacional “también hay pocos datos disponibles, pero resulta claro que el mercado muestra un fuerte dinamismo”. En 1998, se comercializaban 20 millones de dosis y en 2011, se llegó a 50 millones, la mayor parte para ganado lechero. Ya en 2014 el negocio movía US\$ 420 millones, de los cuales EE.UU. y Canadá significan el 65%, la UE el 30 % y Oceanía el 2%.



Además de liderar las exportaciones EE.UU. es el primer importador, aunque el 90% de sus compras proviene de Canadá gracias a las condiciones favorables para el comercio dentro del Nafta frente a competidores extra bloque y a las menores distancias. “Para la Argentina el mercado estadounidense está cerrado por cuestiones sanitarias, aunque estos argumentos ocultan una suerte de barrera paraarancelaria”, aclaró.

Brasil es el segundo importador mundial y con su rodeo de 200 millones de cabezas, duplicó la cantidad de dosis de semen comercializadas en los últimos 15 años. Para carne suma algo más de 7 millones de dosis, de las cuales la mitad son importadas, el 65% de razas Bos taurus y el 35%, cebuinas. “La participación de las taurinas aumentó mucho ya que la ganadería brasileña está invirtiendo para que sus carnes lleguen a los mercados más exigentes. Una muestra de que la genética de calidad es accesible y da resultado”, aseveró Etcheverry.

Al respecto, resaltó que “si bien para la Argentina, Brasil es el primer cliente, dentro de sus compras significa sólo el 7% del total. ¿A quién le compran? A los Estados Unidos, Canadá y la UE”. Y prosiguió: “una empresa de genética nos decía que desde nuestro país sale más caro exportar a Brasil que desde el NAFTA, debido a la burocracia de los trámites, que muchas veces hace que se caigan operaciones. Entonces, es un gran desafío lograr una mayor presencia en ese mercado regional, tan cercano”.

Otro cliente importante de la Argentina es Paraguay, ahí sí es el principal abastecedor. Con 14 millones de cabezas, entre ellas 5 millones de vacas, en 2015 importó 434 mil dosis, de las cuales el país colocó 229 mil dosis: 141 mil Brangus, 42 mil Angus y 36 mil Braford. Los competidores en este mercado son Estados Unidos, Brasil y Canadá.

Australia no es un jugador tan importante en el mercado mundial de semen, ocupa el puesto número 16^a como exportador, aunque sí lo es en materia de reproductores. En 2015 exportó 96.000 ejemplares por valor de US\$ 163 millones. “No la tienen fácil, están lejos de los mercados. Su fortaleza está en la gestión, infraestructura y logística para transportar vía marítima y área”, puntualizó.

A FUTURO

Para el directivo de CABIA, “la expansión de la inseminación artificial es clave para difundir la genética superior y obtener mayor productividad, algo muy importante en un mundo deficitario en carnes. En este marco, si bien la exportación argentina creció, se deben mejorar varios aspectos para poder competir”.

Por ejemplo, la vacunación contra la aftosa impide acceder a los Estados Unidos, México y la UE, entre otros destinos. “Es una barrera que hay que remover profundizando las negociaciones oficiales, incluso aunando esfuerzos desde el Mercosur. Pero también hay que sortear las trabas internas que dificultan la operatoria exportadora”, enfatizó. Otra debilidad es que “no hay promoción sectorial, los esfuerzos en general son individuales. Hay países cuya genética tal vez no sea la mejor pero están organizados, cuentan con logística y ayudas financieras, y logran vender sus productos mejor que nosotros”.

Para finalizar, Etcheverry destacó que “el potencial de la genética argentina es enorme. Hay que identificar posibles clientes y productos a colocar, y desarrollar estrategias de política exterior y de marketing, no sólo en los mercados tradicionales sino en los nuevos destinos asiáticos”.

[Volver a: Reproducción e inseminación artificial en cría y tambo](#)