

EL CUERO, UN NEGOCIO DE MAS DE US\$ 1.000 MILLONES AL AÑO

Facundo Sonatti. 2017. Motivar, Buenos Aires, N° 172, pág. 38-39.

facundo@motivar.com.ar

www.produccion-animal.com.ar

Volver a: [Carne y subproductos bovinos](#)

“EL PRECIO DEL CUERO REPRESENTA MENOS DEL 5% DEL VALOR DEL ANIMAL EN PIE”

Lo asegura Miguel Alejandro Galperín, Ceo de Sadesa, la mayor curtidora del país con 10.000 piezas procesadas por día.



A full. La argentina SADESA se destaca en el comercio global.

La industria curtidora local representa un volumen de negocios que en los últimos años empató a las exportaciones de carne vacuna. Con un perfil exportador, los productos generados a partir del cuero originan un negocio de más de US\$ 1.000 millones al año.

En ese escenario, un grupo de cinco firmas curtidoras se reparten más del 70% del volumen local, donde Sadesa, es indiscutiblemente la número uno, al procesar 10.000 piezas por día. Además, procesa otros 4.000 cueros a diario entre sus plantas de Uruguay, Paraguay y Tailandia. Es la mayor proveedora de cuero blanco para calzado deportivo de vestir a nivel mundial.

En el marco de una serie de entrevistas especiales por su 15° Aniversario, Motivar compartió un café con Miguel Alejandro Galperín, Ceo de Sadesa e integrante de la tercera generación propietaria del gigante curtidor nacional.

MOTIVAR: ¿Cómo sintetizaría la historia reciente de la industria local?

Miguel Galperín: La industria curtidora está estrechamente ligada a la industria frigorífica; viven una relación muy estrecha, donde el animal se faena por su carne, siendo el cuero su primer subproducto y materia prima indispensable de las curtiembres. La caída de cabezas faenadas en los últimos años resultó muy difícil de sobrellevar. En la década previa a la prohibición que sufrieron las exportaciones en 2006, la faena oscilaba en torno a las 15 millones de cabezas por año, mientras que hoy no supera las 12 millones, con una capacidad instalada estimada en más de 16 millones de cueros por año. Tenemos una gran capacidad ociosa.

¿Y cómo repercute esa ociosidad en el rubro general?

A partir de 2006 las curtiembres tuvieron que readaptarse a la nueva situación de oferta produciéndose una consolidación, especialmente en aquellas más chicas que no pudieron hacer las inversiones necesarias en lo referente al tratamiento medio ambiental en su primera parte del proceso (pelambre y curtido). Las que mostraban mayor capacidad financiera se hicieron cargo de esa parte del proceso y el resto se volcó a comprar el cuero semiterminado. Luego, avanzó el proceso de terminación y la venta principalmente al mercado local de alta moda. Por otro lado, varias curtiembres comenzaron a importar cueros de diferentes partes del mundo para poder completar su abastecimiento.

¿Qué peso tiene el cuero en el valor del animal en pie?

Hoy el precio del cuero representa menos del 5% del valor del animal en pie. Corresponde mencionar en este análisis que la industria frigorífica desarrolla diferentes negocios. Existen los exportadores y los “consumeros”,

estos últimos representan más del 85% de la faena y son prestadores de servicio: el dueño de la planta le presta las instalaciones a los matarifes y como pago del servicio le dejan al propietario el recuperado, las menudencias, los huesos, la grasa y el cuero, siendo este último es el más importante en valor.

¿Es viable hoy integrarse hacia el negocio frigorífico?

Todo el tiempo recibimos propuestas de ingresar al negocio frigorífico, pero en Argentina esa integración se torna inviable por una cuestión de volúmenes. Vale decir que curtimos 10.000 cueros por día, mientras que el frigorífico que más hacienda recibe para faena diariamente es Swift Rosario y debe rondar las 1.200 cabezas. Además, si avanzáramos sobre esa industria para abastecer parte de nuestra demanda entraríamos a competir con nuestros proveedores y no es eso lo que pretendemos.

¿Y avanzar en productos terminados?

En diversas oportunidades lo hicimos con una fábrica de cinturones, otra de fundas para muebles que vendíamos en Estados Unidos, y otra que producía agendas y billeteras. Para agregar valor en esos proyectos debemos controlar bien nuestros márgenes, puesto que el riesgo está dado por la presencia de competidores internacionales que por un mismo producto pueden llegar a ofrecer precios equivalentes a un tercio de los que manejamos nosotros.

¿Cuáles son los componentes que más inciden en el costo argentino?

La mano de obra en dólares es alta, con un costo de operario medio de US\$ 2.200 a US\$ 2.500, versus US\$ 800 en Brasil; US\$ 450 en México y US\$ 350 en Tailandia (y esto para los asiáticos ya es caro).

Tabla N° 1. Comparación interanual de envío al exterior.		
	Exportaciones cuero (US\$)	Exportaciones carne (US\$)
2007	1.013.020.399	1.281.042.000
2008	915.336.155	1.486.335.000
2009	616.511.788	1.652.731.000
2010	937.819.907	1.187.454.000
2011	937.957.722	1.270.956.000
2012	839.864.330	1.047.990.000
2013	923.164.349	1.009.445.000
2014	1.020.355.762	1.041.064.000
2015	830.201.743	874.144.000
2016	728.600.475	1.028.404.000
Total	8.762.832.630	11.879.565.000

Sin embargo, invertimos mucho en tecnología y eficiencia industrial para poder seguir siendo competitivos: los operarios logran una productividad acorde a su remuneración; o eso al menos intentamos para que no se rompa el equilibrio.

Otro de los costos tiene que ver con la logística. Un viaje en camión desde Lomas de Zamora (Buenos Aires) a Esperanza (Santa Fe) es equivalente a 500 kilómetros y requiere de un monto casi cuatro veces más elevado que mandar un contenedor de Buenos Aires a Hong Kong.

¿Cuál es el presente de la firma en el mercado mundial?

A nivel mundial producimos unos 320.000 cueros al mes. Argentina es responsable de más de un 50% de la producción, lo cual no cambiará en el mediano plazo, porque en general, nuestras plantas están cerca de la materia prima, que es el ganado en pie y casualmente la región con mayor potencial de crecimiento de este insumo, en todo el mundo, es Sudamérica. Somos líderes globales en cuero blanco para calzado deportivo de vestir, donde tenemos un competidor chino gigante, que a su vez, es fabricante de zapatos. La industria del cuero está extremadamente atomizada, donde el brasileño JBS integrado verticalmente –frigoríficos y curtiembres– es el mayor productor mundial, con algo más de 35.000 cueros procesados por día. La producción global ronda las 300 millones de unidades por año. Es decir que JBS tiene solo el 4% de share y nosotros alrededor del 1%.

¿En qué otros países operan?

Además de las dos plantas en la Argentina, tenemos presencia con unidades productivas propias en Paraguay, Uruguay y Tailandia. En este último país disponemos de dos fábricas (una alquilada) y también un depósito en la zona franca de un puerto.

¿Cuándo deciden desembarcar en Asia?

Nuestra especialización siempre fue el calzado y en la década del '80, pasamos de venderle material básico a la URSS -tras la caída del régimen, ese mercado prácticamente desaparece para la Argentina- a abastecer el polo de calzado femenino generado en el Sur de Brasil. El cuero argentino siempre es requerido por su calidad. Sin embargo, mi familia (puntualmente mi padre) siempre advirtió que el mundo había comenzado a girar hacia China. Esta visión nos llevó a abrir una oficina comercial en Hong Kong, en 1989. En ese nuevo contexto, mi hermano mayor le propone a Reebok un modelo de negocio diferente, denominado nominación (donde las marcas le exigen a las fábricas de calzado que en caso del cuero la empresa a la que le tienen que comprar es Sadesa, con todas las especificaciones y precio acordados previamente con nosotros), el cual no solo fue aceptado para el caso del cuero sino también para los distintos componentes. Nuestra visión se terminó imponiendo, al punto que es la forma en la que hoy trabajan las marcas de todo el mundo. Luego, sumamos como clientes a Adidas y Nike, entre otras marcas, y fuimos expandiéndonos a todos los países donde estas firmas hacían zapatos. Indonesia, Tailandia, China y Vietnam son los países donde Sadesa empezó a tener presencia para atender esa demanda denominada branded. Logramos salir del commodity.

¿Cuál es la visión sobre el sector para los próximos años?

La industria curtidora requiere de inversiones importantes. En Argentina, seguirá tecnificándose para mantener la competitividad, agregándole valor al subproducto cuero, con las mejores prácticas en cuanto al tratamiento medioambiental.

Volver a: [Carne y subproductos bovinos](#)