

De productores modelo a mejores carniceros

Por Lic. María Fuentes

Con el fin de llevar el mejor producto a la mesa del consumidor, granjas de primera línea aseguran al consumidor calidad, confiabilidad, bioseguridad y trazabilidad a través de carnicerías porcinas con marca propia. Estos productores, ubicados en distintos puntos del país, son concientes del producto con el que trabajan y están convencidos en vender la mejor calidad. La clave... integrar la cadena.

1- ¿Por qué deciden desde la producción, llegar al último eslabón de la cadena; a la góndola. Cómo lo lograron?

Carlos G. Ingino Magíster en Dirección de Empresas FIGAN – Santa Fe

La razón principal fue la intención de poder abarcar, íntegramente, la cadena de valor de la producción porcina. De este modo, podemos asegurar la calidad y sanidad de nuestros productos en forma constante y así fortalecer nuestra relación con los clientes. La idea surgió hace algún tiempo como consecuencia del desarrollo que fue teniendo la granja modelo y las proyecciones que indicaban un incremento en el consumo a nivel interno.

Finalmente, consideramos que es la forma más efectiva de defender el precio de nuestra producción, y no depender tanto de la industria formadora de precios.

Claudio Saragusti socio gerente de la firma Ideas del Norte. – Catamarca

Un poco por la situación económica del país, debido a que la parte productiva es una de la más afectada. Hoy los precios en pie no son muy buenos, los fletes para llegar al frigorífico más cercano son muy costosos. Estos son algunos de los problemas que se presentan en esta región. Con toda esta situación pensamos en agregar valor en la otra etapa de la cadena y estando convencidos de que se puede competir con una muy buena calidad y precio, con la carne vacuna.

Martín Picon gerente de Granja del Abuelo S.A., Carnes Porcinas Argentinas S.R.L. y La Gran Porcina. – Buenos Aires

Cuando nace el proyecto Granja Del Abuelo, por allá por el año 2001, sabíamos de las dificultades en la comercialización de la carne de cerdo en pie, y sobre todo de la asimetría con nuestro vecino país Brasil. Por esta razón al comenzar un proyecto sabíamos que era necesario, como mínimo, la apertura del frigorífico (segunda etapa, realizada a principios del año 2006). Esto permitió independizarse, medianamente, de la industria pero NO de Brasil, ya que la industria es quien compra a nuestro frigorífico todo lo que tiene que ver con paletas y jamones. Nosotros nos dedicamos con exclusividad al canal fresco del cerdo, y los precios de las pulpas tanto de paleta, como de jamón, se siguen rigiendo por los precios brasileños.

La siguiente etapa en este desarrollo fue la elaboración de chacinados frescos, otra pata de nuestro negocio, obligados por la situación de la magra rentabilidad que proporcionaba el corte del cerdo y su respectiva venta. Todo esto nos llevó a desarrollar una línea de primera calidad de chorizos frescos, salchichas y morcillas, lugar en el que nos seguimos desarrollando y buscando un posicionamiento concreto, la mejor calidad al mejor precio.

De cualquier manera seguíamos siendo intermediarios, en este caso ya no solo con la industria, sino también con el negocio minorista, al cual llegábamos a través de distribuidores mayoristas.

De esta manera nos propusimos ser nuestros propios clientes. En teoría fue fácil, pero salir de un cerdo en pie a un frigorífico donde se trabajan solo medias reses y cortes es un trabajo importante y más de un frigorífico a la apertura de un local dirigido directo al consumidor final.

Pero igual lo hicimos, hace aproximadamente 20 días inauguramos "La Gran Porcina", un local de venta al público solo de carne fresca de cerdo y fiambres.

Gastón Guerra responsable de MUNDO PORCINO – Carnicería Pig - Junín

Estábamos convencidos que nuestros productos reunían las condiciones óptimas para competir con los mejores cortes de cerdos del mercado. Con ese convencimiento, se planificó la estrategia que

tuvo en cuenta los distintos factores que se necesitaban para persuadir y captar la atención de los consumidores.

2- ¿Cuáles son las condiciones que hay que cumplir para llegar a tener un establecimiento y luego pensar en carnicerías?

CI-Para tener un establecimiento eficiente se debe contar con las instalaciones necesarias, la genética, la alimentación, los recursos humanos capacitados para realizar las tareas en cada etapa de producción, además de un sistema de información apropiado para monitorear todas las áreas críticas de éxito.

Pensamos siempre en integrar la cadena de valor, paso a paso, primero nos integramos hacia atrás con la incorporación de la planta de alimento y después hacia adelante, con la primera carnicería y a través de esta forma, trataremos de posicionar nuestra marca **Figán** de carnes porcinas magras. En nuestro local solo se vende carne porcina y sus subproductos. Hemos diseñado un local muy novedoso y es intención seguir poniendo puntos de venta con el mismo formato, y en el futuro otorgar algunas franquicias. Aseguramos al consumidor calidad, confiabilidad, bioseguridad y trazabilidad de todo lo que se lleva a su mesa.

CS-Las instalaciones necesarias y más adelante una campaña publicitaria gráfica y radial. Se pensó en una campaña agresiva en cuanto a precios, para tratar de fomentar, en lo posible, los cortes blandos o pulpas.

MP-Muy buena pregunta, seguramente se contesta de la misma manera que en muchos otros rubros: desarrollar una etapa, armar un buen equipo de gente motivada que responda y luego saltar a la siguiente etapa, a lo mejor suena fácil, pero de verdad que no lo es.

Si hay algún secreto que conozco es que sin un buen equipo de gente, no hay negocio posible, y éste no escapa a ese "secreto".

Respondiendo concretamente a tu pregunta, hay que tener condiciones para armar equipo, formar gente y rodearse de "buena madera", el resto fluye naturalmente.

No hay fórmula secreta, hay condimentos, que cada uno utiliza según su intuición.

Eso sí, usen la fórmula que usen, que nunca falte suerte, a gusto!!.

GG- Es fundamental tener, no sólo, un establecimiento equipado con la mejor y última tecnología, los mayores cuidados en salubridad e higiene, una adecuada y balanceada alimentación, controles rigurosos y también el mejor recurso humano: profesionales capacitándose permanentemente, personal administrativo comprometido y compenetrado con la problemática del sector, además de brindar la mejor atención a los clientes a lo largo y ancho de nuestro país.

Las carnicerías, son entonces, un producto más de la compañía. Conocemos ampliamente las virtudes de nuestro producto y somos conscientes que podemos competir con la más alta calidad.

3- ¿Cuál es la respuesta del público?

CI- Hasta el momento la respuesta ha sido favorable. Si bien existe todavía cierta reticencia a incluir la carne de cerdo en la dieta diaria, el consumidor está dispuesto a probar productos nuevos y acepta el asesoramiento que se brinda en el punto de venta, dado que estamos ofreciendo todos los cortes del cerdo. En nuestro caso, el novedoso concepto de comercialización (carniceros provistos de guantes y barbijos, una barrera sanitaria y la utilización de micrófonos para comunicarse dentro del local) provoca un impacto positivo para quienes buscan un lugar no tradicional donde adquirir este tipo de productos.

Pensando a futuro, el esfuerzo debe orientarse en combatir los viejos mitos existentes sobre la carne porcina y lograr una mayor aceptación de esta carne en la mesa de los argentinos.

CS-La respuesta del público es buena, pero existe desconocimiento de las bondades y de sus cortes. Cambiar el hábito de la carne vacuna es una tarea que va a llevar tiempo, en particular en Catamarca que es una de las provincias de mayor consumo per cápita del país.

MP- Es difícil tan pronto hablar de "Respuesta", ya que hace tan solo 20 días abrimos el local, no obstante te podría decir que en este poquito tiempo supero nuestras expectativas, la recepción parece ser buena, mas aún, estamos compitiendo en la zona con cortes vacunos clásicos.

GG- La respuesta del público fue muy buena. La demanda creció paulatinamente a medida que fuimos concientizando al consumidor de las bondades del producto. No sólo estamos hablando de la calidad, sino también, de las ventajas que tienen los productos de cerdo con respecto a la carne vacuna o aviar. Por otra parte, al tener toda la variedad de cortes disponibles, esto posibilita concretar distintas recetas y combinaciones de sabores.

4- ¿ Qué piensan de la forma de producción y el potencial argentino en el negocio del cerdo?

CI- La cría intensiva que estamos desarrollando ofrece un claro desafío en estos tiempos de crisis, para poder lograr un crecimiento estable que permita, al mismo tiempo, un óptimo funcionamiento en cada una de las etapas de producción. A nivel global, la competitividad de los productos argentinos está fundada en costos alimenticios menores al resto del mundo, lo que amplía el horizonte de expectativas para el sector en el contexto actual.

La carne porcina fresca es la más consumida en el mundo y en nuestro país el consumo se viene incrementando, y en eso la Asociación Argentina Productores de Porcinos puso su gran granito de arena. Creemos que seguirá incrementándose el consumo en los próximos años, pero esto dependerá de que nosotros, los productores, tratando de incrementar la producción para lograr autoabastecernos y que haya una oferta más generalizada de cortes frescos. Un tema que afecta el crecimiento del negocio es el bajo precio de la carne vacuna en nuestro mercado interno, esto es un techo al crecimiento de nuestro sector.

En el sector externo las posibilidades son inmejorables, fundamentalmente por la ventaja de los costos de nuestros alimentos y por la sanidad de nuestros rodeos. Grandes productores mundiales están disminuyendo su producción como consecuencia de sus problemas sanitarios y altos costos de sus insumos. La demanda de alimentos de China e India, por más que dejen de crecer a tasas importantes, seguirá en aumento y así como fue el boom de la soja en los últimos 7 años será muy pronto el boom del cerdo y los pollos para nuestro país.

Por eso los productores, tenemos que incrementar nuestros rodeos sin tener temor a la crisis internacional que estamos viviendo. Tenemos que prepararnos para esa gran demanda futura.

CS- El sector porcino como en toda actividad, se complica poder proyectar a mediano y largo plazo debido a los cambios de políticas tan frecuentes en el país. Las complicaciones o desventajas que tenemos para poder imponer la carne porcina es principalmente la falta de plantas de faena en la región. En nuestra provincia contamos con una sola, es privada, sin capacidad ni tecnología y sin tráfico federal, que dificulta programar o proyectar un crecimiento. La Argentina cuenta con una enorme posibilidad en el sector porcino, al transformar granos en carne, en un mundo que consume en su mayoría carne de cerdo.

MP- Para poder responder esta pregunta deberíamos dividirla en dos partes, una la producción en si misma y otra la situación coyuntural y futura como negocio.

En cuanto a la parte productiva, el nuestro es un sector tendiente a modernizarse, es necesario producir cada vez más y mejor, para poder continuar en el negocio, por lo cual, es imprescindible invertir por ejemplo en genética y sanidad. De igual manera el trabajo que esta realizando la A.A.P.P. con respecto al consumo de carne fresca de cerdo y la exportación, son válvulas par disminuir la presión muy valiosas, sobre todo en épocas donde Brasil aprieta fuerte con riesgo de asfixia para los productores argentinos.

Con respecto al futuro de la producción y su desarrollo, sufrimos nosotros al igual que tantos otros sectores, la falta de brújula. No sabemos donde esta el norte, o quizás peor, el norte cambia de lugar.

Con respecto al "negocio" la realidad es muy difícil hacer proyecciones, sufrimos crisis propias y ajenas. A veces es muy desalentador desarrollarse en un sector donde dependemos de Brasil y Rusia, Chile y la U.E., EEUU y su crisis, las bolsas de Chicago, China, Hong Kong, Brasil, la bolsa de cereales, el petróleo, etc.

Entra mercadería de Chile, que en el propio Chile no consumen por tener dioxinas, les cierran otros mercados y vienen a parar a la Argentina; a Brasil le bajan volumen de exportaciones a Rusia y a que no saben a donde va a parar la mercadería?.

Tengo 38 años y si Dios quiere, mucho por delante, con lo cual hay un futuro que yo me imagino, y que ojala así sea, con políticas para cada uno de los sectores productores de la Argentina, con respaldo al TRABAJO argentino, cuidando delicada y oportunamente cada uno los distintos sectores.

GG-Inevitablemente, hay que ir perfeccionándose en forma permanente e incorporar tecnologías que nos den las herramientas necesarias para mejorar la producción. De todas maneras, en los últimos años, el sector fue evolucionando en forma notable y se espera para un futuro no muy lejano, estar entre los principales productores del mundo, tanto en calidad como en cantidad.



www.porcinos.org.ar