

## El Mercado nos llama

Desde la transformación en la Argentina de la producción porcina han surgido entre los productores la idea de encontrarse muy lejos del mercado, de no contar con las herramientas para abordar al mismo con éxito.

Según Bisang y Gutman varias producciones agroalimentarias del MERCOSUR han mostrado una increíble expansión en el escenario de apertura de los mercados mundiales convirtiéndose en ejes de acumulación y crecimiento económico. Sostienen que la transnacionalización de segmentos y mercados muchos de de estos complejos **afecta las posibilidades de desarrollo local o regional**, entendido éste como la generación de tramas productivas localmente densas y diversificadas, con una distribución equitativa de rentas, ingresos y ganancias. Es lo que normalmente se denomina "el ciudadano de a pie". Y es aquí que surge la necesidad de crear nuevos espacios de comercialización y desarrollo empresarial local que va encadenado a la creación del nuevo mercado que en la Argentina se denomina de la carne fresca o mercado del fresco.

Este mercado que se va imponiendo de a poco y va tomando vuelo propio, fue acompañado por una importante campaña de promoción al consumo y promoción de las calidades organolépticas del producto, y fue el puntapié inicial para la transformación de la orientación del mercado hacia el consumo de carne fresca en Argentina. Es por eso que es imprescindible que el productor conozca y sepa cual es el producto que tiene en sus manos y como lo va a defender a futuro.

Sabiendo que con un stock en franco crecimiento, con una carne que se produce en el país de una calidad excelente, hemos experimentado un importante aumento en el consumo fresco por habitante/año que en el último año ha superado el 100%, estándose en condiciones de vaticinar para la producción porcina en Argentina un futuro promisorio.

Cualquier productor porcino tiene como meta final poder cerrar su negocio (de la paridera a la góndola) lo que significa sacarle el mayor rendimiento económico posible, y es aquí donde nos hacemos la pregunta. ¿Cuanto le vamos a sacar a un Capón Terminado?

Pues bien: este humilde trabajo fue el resultado de una amplia y abierta investigación que convoco a faenadores, despostadores y comercializadores locales, que nos permitió conocer los rendimientos de la res producida, y así abrir la puerta a el nuevo mundo del Marketing que hoy en día se presenta al productor, que puede estar al alcance de los pequeños y medianos productores y emprendedores, es lo que se ha dado en llamar la Integración Vertical, y no es ni mas ni menos que la llegada del producto al consumidor.

Sabiendo claramente lo expresado por el trabajo de (Patrlane,Basso,Vieites-2005) donde se menciona enfáticamente el desfasaje que hay entre el valor de salida del establecimiento productor y el precio en góndola; y siguiendo claramente los deseos del criador, debemos tener en cuenta que en la transformación del mercado de los últimos 15 años se ha comenzado a generalizar la idea de desarrollar en los establecimientos lo que se denomina ciclo completo (Lechón, desarrollo y terminación), y no estoy hablando de los grandes productores quienes hace ya más de 25 a 30 años que lo realizan, sino de los pequeños y medianos productores, lo que amerita hoy en día el cambio que se esta produciendo camino a la integración vertical como forma de defender el producto.

Teniendo clara la idea que actualmente el rendimiento de una res porcina en la actualidad rondaría entre el 79% y el 82% en términos medios y que a diferencia del Bovino en planta de matanza no tiene recuperó teórico, y digo esta palabra, porque deberíamos aquí que ahondar en este tema pues no sabemos exactamente que ocurre con la tripa, la cerda, opoterápicos y otros productos que el productor deja en planta de faena, se podrían lograr del desposte del animal capón 105 Kg. entre 80 y 90 Kg. de animal para troceo o comercialización. Y surge la pregunta: ¿Cuánto nos quedaría de cada corte?

Pues, de acuerdo a lo investigado y teniendo en cuentas lo dicho anteriormente tenemos dos formas de trabajar la media res:

1-Trabajo con **cortes corrientes** para lo cuál la mayoría de los troceadores trabaja y se presenta en los supermercados, En estos casos se trabaja la parte de la carcaza para consumo fresco y lo que se denominan en bovino las carnazas representados por jamón y paleta para industrialización. Es se caso que estamos hablando que de 82,600 Kg. tenemos que vender para industrialización casi 34,00 Kg. que se comercializa a menor precio que los otros cortes representando casi un 42% de lo que obtuvimos de la faena.



Estamos hablando de que nos quedarían 49 Kg. para trabajar con venta directa. Este producto que deberíamos comercializar para procesado para muchos productores representa un problema y he visto muchas veces malvender el jamón, pues no siempre tiene mercado y el precio de venta es muy labil.

<b>Cortes Frescos</b>	<b>Peso</b>
<b>Jamón</b>	<b>20,800</b>
<b>Paleta</b>	<b>12,500</b>
<b>Matambrito</b>	<b>1,800</b>
<b>Bondiola</b>	<b>3,700</b>
<b>Costillas</b>	<b>8,700</b>
<b>Churrasquito</b>	<b>1,130</b>
<b>Patitas</b>	<b>1,260</b>
<b>Pecho C/Manta</b>	<b>7,900</b>
<b>Hueso con Carne</b>	<b>1,800</b>
<b>Rabos</b>	<b>0,540</b>
<b>Cabeza</b>	<b>5,000</b>
<b>Cuero</b>	<b>1,980</b>
<b>Recorte</b>	<b>3,300</b>
<b>Tocino</b>	<b>4,700</b>
<b>Unto</b>	<b>1,790</b>
<b>Otros</b>	<b>5,700</b>
	<b>82,600</b>

2-Trabajando con **cortes de asociación**: Teniendo en cuenta ello ya hay muchos productores que han practicado la oferta de asociación; que es simplemente aplicar los cortes característicos del

Bovino, en el cerdo, esta estrategia de Marketing es ya utilizada por muchos con excelentes resultados.

Y ¿que tendríamos para ofrecer al consumidor practicando este sistema? Pues los cortes que se mencionan a continuación y que para el consumidor pueden utilizarse para preparar platos que el conoce y utiliza frecuentemente con la carne bovina.

<b>Cortes Frescos</b>	<b>Peso</b>	<b>Cortes Frescos</b>	<b>Peso</b>
<b>Cuerito</b>	<b>6,700</b>	<b>Paleta</b>	<b>4,350</b>
<b>Patita</b>	<b>1,150</b>	<b>Tortuga</b>	<b>1,150</b>
<b>Cuadril</b>	<b>2,150</b>	<b>Rabo</b>	<b>0,000</b>
<b>Bola de Lomo</b>	<b>1,800</b>	<b>Peceto</b>	<b>0,930</b>
<b>Pechito</b>	<b>8,800</b>	<b>Riñón</b>	<b>0,250</b>
<b>Bife</b>	<b>12,200</b>	<b>Grasa</b>	<b>0,500</b>
<b>Tocino</b>	<b>11,000</b>	<b>Merma</b>	<b>1,400</b>
<b>Bondiola</b>	<b>3,300</b>	<b>Huesos</b>	<b>5,900</b>
<b>Unto</b>	<b>1,500</b>		
<b>Huesos</b>	<b>0,000</b>		
<b>Espinazo</b>	<b>1,250</b>		
<b>Común</b>	<b>9,400</b>		
<b>Matambrito</b>	<b>1,800</b>		
<b>Colita</b>	<b>0,550</b>		
<b>Cuadrada</b>	<b>3,120</b>		
<b>Nalga</b>	<b>3,400</b>		
			<b>82,600</b>

Les dejo la oportunidad a ustedes que hagan sus propias cuentas y vean ustedes mismos la diferencia que perciben a medida que van avanzando sobre la cadena de valor.



#### BOVINO PORCINO

Si miramos detenidamente estas imágenes vamos a poder observar claramente que ambas reses se pueden trabajar en forma similar y que estamos frente a un animal cuyo índice productivo es mucho más importante que el del bovino no olvidemos que de una madre y aplicando el paquete tecnológico que tenemos hoy a nuestro alcance podríamos lograr entre 2100 y 2625 Kg. de animal en pie anual que si lo trasladamos a res faenada estaríamos en unos 2100 Kg modalidad media res por año.

El comercio de carne fresca ya está provocando un importante cambio en las modalidades de consumo del producto y va acompañado por una atomización del mercado que es el camino más importante para el desarrollo del sector, actuando como activador de las economías regionales y polos productivos, y como incentivo para el crecimiento de las producciones. Muchas entidades intermedias y organismos oficiales han contribuido fuertemente en la promoción del producto (AAPP, FANUS, Organismos Nacionales y Provinciales, etc.) poniendo un granito de arena para mejorar la producción, ahora le queda al productor poner su imaginación y sapiencia y no olvidar que hoy el **mercado nos llama**.



Dr. Francisco Manuel LUNA

*Médico Veterinario*

[info@aacporcinos.com.ar](mailto:info@aacporcinos.com.ar)