

Cómo Australia se volvió exportador de carne....

Ben Thomas¹

Utilizar la información tomada directamente de los clientes potenciales o activos, ofrecer un producto con trazabilidad y calidad y difundir mensajes sobre el producto.



■ Alrededor del mundo utilizan la carne de diferente forma. El típico americano de la hamburguesa, una sopa taiwanesa o estilo Chin Chang.

Somos una población pequeña que produce mucha carne de bovino y la exporta a los grandes países consumidores y precisamente por eso somos visibles en el mercado mundial. Quiero compartir con ustedes lo que nosotros hemos hecho en Australia para alcanzar esa posición.

Para convertirnos en una nación exportadora, hemos avanzado en tres factores:

Sistemas de calidad óptimos: Al manejar un producto crudo que va para el otro lado del mundo en el que la gente quiere consumir un alimento que sea certificado, hay un trabajo muy fuerte centrado en satisfacer una gran cantidad de culturas en el mundo, y fijar las metas de mercado. Es un trabajo en cadena que va desde los proveedores, productores, plantas de beneficio y empaque hasta el transporte del producto final, acompañados de procesos de trazabilidad.

Hato sólido: Entre los hatos más grandes del mundo Estados Unidos ocupa el primer lugar, seguido de Brasil y de Europa. También se encuentran China, India y Australia. El país bañado por los dos océanos que

es Colombia, ocupa el número 12 con una intensidad muy grande de aumentar su producción de carne mediante la aplicación de los sistemas silvopastoriles.

Inteligencia de mercados: La importancia de exportar carne se antecede del conocimiento de los mercados. Al dividir

la producción de carne, por la cantidad de la población, se estipula que Australia es el país que más produce carne por persona. Sus habitantes solo pueden comer una cierta cantidad, y de ahí, la necesidad de aumentar aún más su producción.

El único que produce más que nosotros es Nueva Zelanda, pero seguimos estando entre los 12, y este país tienen solo cuatro millones de habitantes, entonces tienen mucha carne para vender.

La clave es producir los cortes al gusto del mercado y del consumidor.

Por su parte Colombia está en el séptimo lugar, es decir, más cerca a Argentina y a Brasil, pero con el desarrollo que ha obtenido y con su expansión potencial, probablemente podemos verlo pronto en una parte alta de los oferentes.

Para Australia la exportación de carne representa el 74 por ciento de la producción total, luego el status sanitario de país libre de aftosa y libre de vaca loca, nos otorga una

posición de privilegio, y por lo tanto, trabajamos muy fuerte para mantenerlo. Somos estrictos con las cuarentenas que haya que hacer y tenemos una imagen muy limpia. Ha sido un trabajo arduo tanto de parte del Gobierno, como de la industria. Lograr ese estatus sanitario le costó a la economía Australiana, US\$16.000 millones a largo plazo.

Trazabilidad es garantía

Para garantizar la seguridad y además, la calidad, en el momento de vender carne al otro lado del mundo, nos apoyamos en la trazabilidad mediante el uso de orejeras electrónicas, que permiten identificar el origen de los bovinos. Entonces si hay alguna contaminación o infección, así podemos encontrar el origen de la misma, controlarlo y acabarlo.

Es un sistema muy costoso, pero se necesita de colaboración de la industria, razón y eso lo entienden, además del beneficio. Con la trazabilidad se puede mirar: la raza, la edad, del animal y todos los eventos sanitarios del animal.

De la misma manera se monitorean los cortes correctos para los diferentes mercados. Alrededor del mundo hay diferentes culturas. Utilizan la carne de diferente forma. El típico americano de la hamburguesa, una sopa taiwanesa o estilo Chin Chang.

Variedad de los mercados

Un factor fundamental que acompaña el éxito en los negocios corresponde a la investigación de mercados. Es necesario saber que cortes van a un determinado país, si la carne debe ir molida o picada o cómo debe enviarse.

Solo para mostrar las diferentes clases de cortes que se utilizan voy a mencionar algunos. En Estados Unidos son usuales los lomos y cuartos traseros, así como la bola y la cadera; en Japón, el brazuelo (Ching Chang)

1. Gerente de información de mercados de NLRs y MLA, en Australia. Analista de los mercados de carne y otros commodities a nivel mundial.



LA SALUD ANIMAL ES RESPONSABILIDAD NUESTRA



www.laboratorioszoo.com



Laboratorios ZOO
Productos veterinarios de absoluta confianza





■ “Al manejar un producto crudo que el consumidor prefiere certificado, hay un trabajo muy fuerte centrado en satisfacer una gran cantidad de culturas”, Ben Thomas.

y el pecho. Igual al Asia Oriental, enviamos diferentes piezas. Entonces es muy importante para nosotros equilibrar los cortes, por aquello que cada mercado exige una pieza diferente, y también, por las diferentes formas de cocinarlo. Siempre dejamos un grupo de cortes para los mercados domésticos.

Solo al visualizar hacia donde Australia envía sus carnes, se puede ver todo lo que nosotros nos expandimos por todo el mundo. EE.UU. es nuestro mercado más grande, también enviamos grandes volúmenes a Japón, Corea, China, Indonesia y al medio oriente.

Mensaje sólido

Muchas de las cosas que el mercado Australiano podría también hacer, y los Colombianos seguramente también, es utilizar

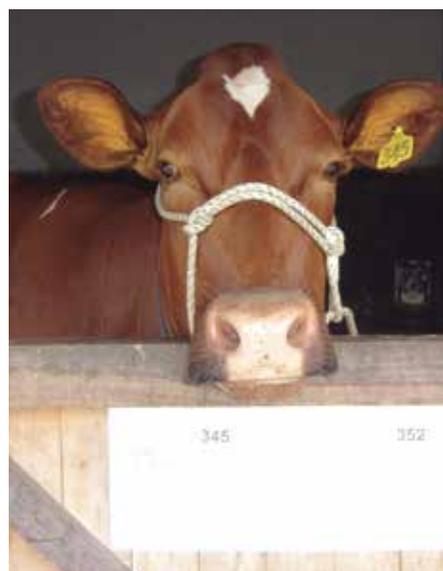
la información tomada directamente de los clientes potenciales o activos.

Hicimos unas encuestas hace tres años en los países a donde exportamos que nos dejaron ver sus percepciones sobre Australia. Las ideas que nos dieron, permitieron desarrollar una estrategia de mercadeo con un logo que nos identificara, pero con mensajes a la medida de los mercados y así llegamos a los diferentes lugares. En Japón por ejemplo tenemos un mensaje diferente al que socializamos en Corea, igual sucede con el de EE.UU. Todos los mercados tienen un mensaje diferente. La idea es hacer algo como Coca Cola, que en cualquier lugar del mundo sea identificado.

Hicimos un video promocional que se

Australia exporta el 74% de su producción de carne de bovino.

socializa en el mercado internacional para recordarles a los consumidores de carne de bovino procedente de Australia, cómo se produce la carne, que procede de ganado tierno, que son animales manejados con cuidado, que siempre estamos atentos del bienestar animal, que son bovinos libres de enfermedades y que todo para que tenga en la mesa el mejor producto y que están de buen sabor que se usa en cualquier celebración. Invita asimismo, a que la gente celebre, que comparta, saboree y disfrute de la carne en compañía de los mejores amigos.



■ Australia considera la trazabilidad como una garantía de seguridad para el consumidor.

De tal manera que primero los invito a implementar sistemas de calidad, como se hizo en Australia, para poder garantizar que su producto sea seguro para las personas alrededor y al otro lado del mundo.

Igualmente a trabajar en producir el producto correcto y a la medida que lo requiere el mercado, porque los japoneses comen muy diferente la carne a como se la comen en EE.UU. o en el medio oriente.

El mensaje enviado a los consumidores debe ser claro, consistente y serio, que permita que este compruebe las bondades del producto. Esto les permitirá a los productores conquistar una posición sólida en el mercado global. ■



■ Enviar mensajes al consumidor sobre los orígenes de la producción: ganado tierno, bienestar animal o bovinos libres de enfermedades.