

GANADERÍA

Amplían subsidio a productores en Argentina

Ante la notable caída de los precios internacionales de la leche, el Gobierno de Argentina en cabeza del Ministro de Economía, amplió el programa de subsidios para pequeños y medianos productores.

FNG FONDO NACIONAL DEL GANADO FEDEGAN



0,30 pesos por litro

El Régimen de Reconstrucción del Pequeño Productor Lechero, Fase 2.0, extiende el pago de 0,30 pesos por litro de ayuda que realiza el Gobierno de Argentina a quienes produzcan hasta 6 mil litros diarios. Reemplaza la resolución que establecía los 2.900 litros como límite (portalechero.com)

Cómo Australia se volvió exportador de carne

Ben Thomass¹

Conferencia presentada en el 13 Encuentro de la Carne de Vacuno y Ovino de agri benchmark en 2015 en Valledupar-Cesar.

"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.

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

Australia es un país con 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 este país ha hecho para convertirse 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 en el que intervienen los proveedores, productores, plantas de beneficio y empaque hasta el transporte del producto final, todos acompañados de los debidos 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. Pero quiero resaltar a Colombia por la firmeza que tiene 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 Australia es Nueva Zelanda, pero seguimos estando entre los 12 del mundo, y este país -NZ- tiene solo cuatro millones de habitantes, de ahí que posee mucha carne para vender.

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 lo veamos pronto en una parte alta de los oferentes del mundo.

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, le otorga una posición de privilegio, y por lo tanto, trabaja muy fuerte para mantenerlo. Es estricto con las cuarentenas que haya que hacer y tiene 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 me-

dante 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 la colaboración de la industria, y esta, lo entiende, además del beneficio. Con la trazabilidad se puede mirar: la raza, la edad del animal y todos los eventos sanitarios del bovino.

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 elemento fundamental que acompaña el éxito de nuestros negocios de exportación, corresponde a la investigación de mercados. Es

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 nos identifiquen.

Hicimos un video promocional que socializa cómo se produce la carne en Australia, y explica de donde procede el ganado, y asimismo, que la carne es de bovinos tiernos, que son animales manejados con cuidado, que siempre estamos atentos del bienestar animal y que son bovinos libres de enfermedades, además, que es un producto, tan de buen sabor que merece estar en la mesa del consumidor y en cualquier celebración. Invita a que la gente celebre, que comparta, saboree y disfrute de la carne en compañía de los mejores amigos.

Conclusiones

Primero les invito a implementar sistemas de calidad, como se hizo en Australia, para poder



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

necesario saber qué cortes van a un determinado país, si la carne debe ir molida o picada o como 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) y el pecho. Igual al Asia Oriental, enviamos diferentes piezas. Entonces es muy importante equilibrar los cortes, por aquello que cada mercado exige una pieza diferente, y también, por las diversas formas de cocinarlo. No obstante, es importante dejar un grupo de cortes para los mercados domésticos.

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.

Y a trabajar en mensajes a los consumidores que sean claros y consistentes, de tal manera que los mismos, al comprobar las bondades de la carne de bovino, los colme de confianza en el 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.

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 Australia no podría 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 sus percepciones. Las ideas que nos dieron, permitieron desarrollar una estrategia de mercadeo con un logo que nos identificara y mensajes a la medida de los mercados y así llegamos a los diferentes lugares. En Japón por ejemplo tenemos un

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



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

Precio promedio ganado gordo en pie (\$/kilo)			
Machos primera calidad		Tendencia Precio Ganado Gordo de primera	
Región	Semanas de 2015		
	16 Ago - 22 Ago	09 Ago - 15 Ago	02 Ago - 08 Ago
Índice de precio FRIOGAN ⁽¹⁾	3.700	3.620	3.600
Friogan-Corozal	3.430	3.430	3.200
Friogan-La Dorada	3.700	3.600	3.600
Friogan-Villavicencio	3.725	3.725	3.725
CATAMA ⁽²⁾	3.700	3.600	3.600
COFEMA - Florencia ⁽²⁾	3.600	3.600	3.600
EFEGE - Bogotá ⁽²⁾	3.800	3.780	3.813
FERIA DE GANADOS-Medellin	3.845	3.977	3.800
FRIGOSINU - Montería ⁽³⁾	3.500	3.500	3.450

(1) Precio promedio ponderado plantas FRIOGAN
(2) Guadalupe, Catama y Cofema son precios de referencia
(3) Frigosinu es precio en potrero

Precio promedio ganado flaco*				
Región	Categoría (edad)	Semanas de 2015		
		16 Ago - 22 Ago	09 Ago - 15 Ago	02 Ago - 08 Ago
Machos primera calidad				
Costa Caribe	1 1/4 - 1 1/2 años	3.840	3.700	3.960
Magdalena Medio	Desteta -1 año	3.970	4.130	3.840
Llanos Orientales	1 1/2 años	3.770	3.810	3.820
Hembras primera calidad				
Costa Caribe	1 1/2 años	3.000	2.870	2.930
Magdalena Medio	Desteta -1 año	3.480	3.600	3.320
Llanos Orientales	1 1/4 - 1 1/2 años	3.160	2.910	3.000
*Categorías más tranzada en 2014				
Índice de Precios de Ganado Flaco -iGan-F*		19 Ago - 25 Ago	12 Ago - 18 Ago	05 Ago - 11 Ago
		3.802	3.810	3.741

*fuente: Bolsa Mercantil de Colombia