

Hugo Durán Martínez
Ingeniero Agónomo

Mercados, trazabilidad, identificación animal y producción

Mercados, trazabilidad, identificación animal y producción son cuatro conceptos que deben manejarse en forma conjunta para obtener los mejores resultados. El segundo y el tercero deben de estar en función del mercado y la producción para que tengan un sentido práctico y de utilidad. Son de alguna manera dos pilares fundamentales para unir con sentido comercial esas dos puntas. Hablar de identificación y de trazabilidad fuera del contexto de lo que significa hoy el mercado y la producción de un alimento para un país, puede llevarnos a conclusiones erróneas y a idear sistemas de trazabilidad equivocados. El mercado y la producción de carne es el mejor ejemplo de ello. De su profundo análisis, de los objetivos que se quieren alcanzar, dependerá el sistema de trazabilidad que se implemente y el sistema de identificación de los animales que se utilice para hacer más exacta la rastreabilidad de un animal y por lo tanto más precisa la información que se requiera del mismo. Debemos recordar que el fin último a perseguir, es que el país brinde las garantías necesarias y de ino-

cuidad de productos al mundo, y como objetivo final que el consumidor de los mercados de destino pueda vincular con toda precisión un trozo de carne que retira de la góndola con el animal del cual proviene y que incluso sepa cual fue su sistema de producción. Clientes actuales y potenciales, exigencias del mercado interno y externo, análisis de los competidores son algunos de los aspectos más importantes que deben ser estudiados en profundidad al momento de idear un sistema de trazabilidad para implementar en un país. Cuanto más ambicioso sea un país para intentar colocar sus carnes, y mayores las exigencias sanitarias a nivel mundial, más preciso tendrá que ser el sistema ideado a fin de brindar con la mayor exactitud posible la información requerida por los consumidores. Deberá tener, además, una estructura de funcionamiento capaz de brindar una herramienta eficaz a las autoridades sanitarias de un país, hacer que el servicio oficial utilice sus recursos de manera más eficiente para poder llegar lo más rápido posible al origen de un eventual problema sanitario, minimizando pérdidas en el sector, con especial énfasis en el productor (debe recordarse las consecuencias de la aplicación de “rifles sanitarios” en un pasado muy reciente). Hay que tener presen-

te que el principal objetivo de los sistemas de trazabilidad es poder asegurar la “inocuidad” de un alimento y esto se relaciona de manera directa con la salud humana. Un ejemplo claro de esto es Estado Unidos, país que está hoy trabajando sobre la creación de un sistema que les permita llegar en menos de 48 horas (Trace back 48 hours) al lugar donde surja un problema.

Los Mercados de hoy

La conquista de los mejores mercados es el objetivo de cualquier país y/o empresario. Estos son los que permiten obtener precios diferentes y mejores márgenes. Todo dependerá de la estrategia llevada adelante por el sector público y privado a desarrollar para conquistarlos; el Uruguay tiene una gran experiencia de coordinación entre ambos sectores, prueba de ello es la gran agilidad para la recuperación de mercados luego de la crisis sanitaria. En un mundo competitivo como el actual no sólo hay que ofrecer buenos productos (en su concepción más amplia) sino que además se debe hacer un esfuerzo por una innovación permanente, donde las barreras al comercio desarrollan nuevas formas cada día y las percepciones del consumidor cambian los patrones de calidad. Hoy se está tornando más importante poder certificar

el proceso de producción que la calidad misma del producto, que ya se da por descontada. En esto la trazabilidad se transforma en una herramienta de particular importancia, una condición necesaria, aunque no suficiente. De todas maneras debe quedar claro que la trazabilidad no asegura la terneza y el sabor de un producto. Nada es estático, todo es dinámico. En el mundo de los alimentos no sólo caben estas reglas, sino que se agregan otros ingredientes, fundamentales, que se transforman en el objetivo principal de los sistemas como es el de la inocuidad alimentaria. Ya no se es un vendedor, por ejemplo, de un corte de carne, sino que hay que vender un alimento seguro, sano y confiable de ser adquirido. Cada integrante de la cadena de valor debe ser consciente de que esas son hoy las reglas de juego. Si no se hace, se corre el riesgo de que el cliente no repita la compra y se vaya a la competencia o se vuelque a comprar productos alternativos como la carne de cerdo, de ave, etc. Los ejemplos sobran, se está en un "juego" de generar confianza permanente la que se construye día a día ofreciendo exactitudes. Se necesita demostrar y garantizar permanentemente las cualidades de lo que se vende. No sirve de nada decir que un producto es bueno si no se puede demostrar. En el comercio de alimentos es, cada vez más, una determinante: hay que conquistar al consumidor día a día. Pero no sólo para revalorar el producto con respecto a otros, sino además para marcar diferencias con los competidores del mismo producto. Es tan importante lo uno como lo otro. El que marque esa delantera, tendrá parte de la carrera ganada. En los mercados de

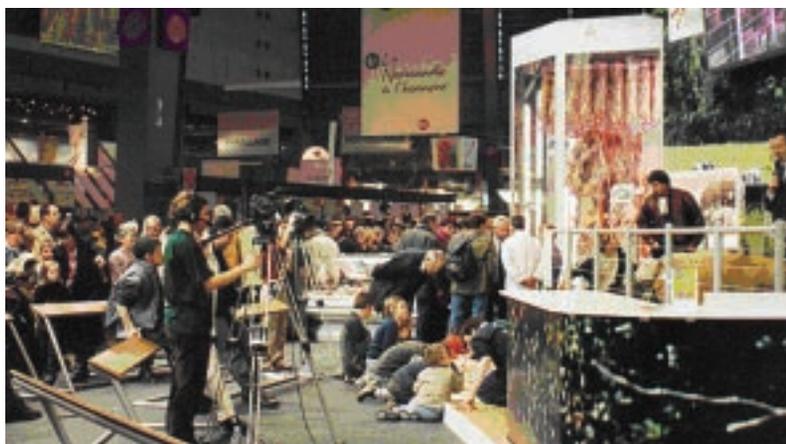
hoy se vende confianza, la que se construye con el tiempo y se puede destruir en un solo día.

Carne Vacuna

La carne vacuna es un alimento que en la última década ha producido, en otros lugares del mundo, ciertos perjuicios para el consumidor. La enfermedad de la "Vaca Loca" ha sido la gran responsable no sólo de la merma en el consumo de carne en muchos países, sino la que ha sembrado la duda de los beneficios de su consumo. Naturalmente no ha sido la única culpable de esa "mala" imagen que la carne ha ganado en ciertos sectores de

consumidores, pero fue la que puso al "desnudo" toda esa problemática. Si además agregamos a eso los posibles problemas de colesterol -hoy bastante desmitificado- del tipo de grasa, etc., el tema se complica aún más.

Cuando surgió la enfermedad de la "Vaca Loca" no solo perdieron los países que la padecieron, perdió el producto carne vacuna. Por eso fue tarea de todos los países productores, exportadores y/o consumidores de carne, que se desatara una gran preocupación para conquistar y reconquistar la confianza de los consumidores. En el mundo la carne dejó de ser lo que era hasta



Fotos del Salón de Agricultura de París.

Arriba- Un presentador profesional interroga a un Cheff sobre las bondades carniceras de la raza ovina (se hace lo mismo para animales vacunos) que están presentando. El público que sigue la presentación atentamente. A los niños se les coloca en primera fila. Un canal de TV filma para toda Francia. Al fondo se puede ver las medias reses colgadas y en las góndolas se presentan diferentes cortes. Esto lo muestra más claramente la foto de abajo.

hace poco más de 15 años y en especial desde 1996 a la fecha. Pasó a ser un alimento que generó desconfianza en sus compradores ya que podría afectar su salud. La competencia de algunas carnes alternativas aprovechó, en algunos casos de forma feroz, ese problema surgido para atraer a esos consumidores desconcertados. En parte lo logró. Para seguir en el negocio empezó a ser una obligación desmitificar ese tema.

El ejemplo de Francia

Es interesantísimo visitar, la última semana de febrero de cada año, el Salón de Agricultura de

París para ver los cambios que instrumentó un país ganadero como Francia, debido a los prejuicios provocados por la Vaca Loca, para recuperar su mercado interno y mantener sus mercados de exportación. Ya no se entiende presentar exclusivamente un animal vivo para ser juzgado. Las asociaciones de razas presentan sus animales integrados a una cadena de producción, donde en la misma exposición se ven los animales vivos; pero se puede ver también, paso a paso como se va transformando en un alimento hasta llegar a la mesa del consumidor con todas las garantías de seguridad. Toda la sociedad fran-

cesa, especialmente parisina (desde niños a amas de casa y naturalmente productores) y de los países vecinos pasan por esa feria que dura una semana. Gracias a ello, Francia, en pocos años ha recuperado el consumo perdido de carne vacuna por el mal de la “Vaca Loca” y ha mantenido el liderazgo como el país exportador más importante hacia el resto de la Unión (ver fotos).

Claramente, el país que quiera entrar exitosamente en el mercado francés con sus carnes, a buenos precios, deberá hacer esfuerzos similares para brindar, por lo menos, las mismas garantías al consumidor.

La identificación animal y la trazabilidad han jugado un rol determinante para lograr estos objetivos que se trazó Francia. Hoy, a pesar de esos logros, el sistema de identificación utilizado está en un proceso de cambio hacia un sistema electrónico; demostrando una vez más la dinámica de los acontecimientos que obligan al cambio permanente, en aras de una mayor seguridad en la toma de la información.

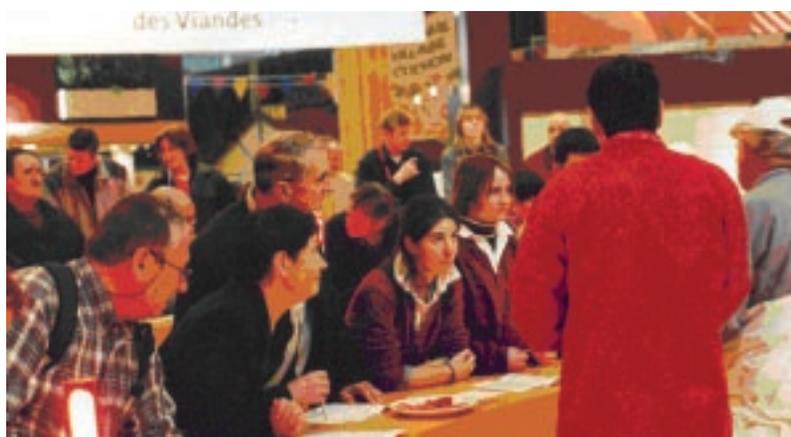
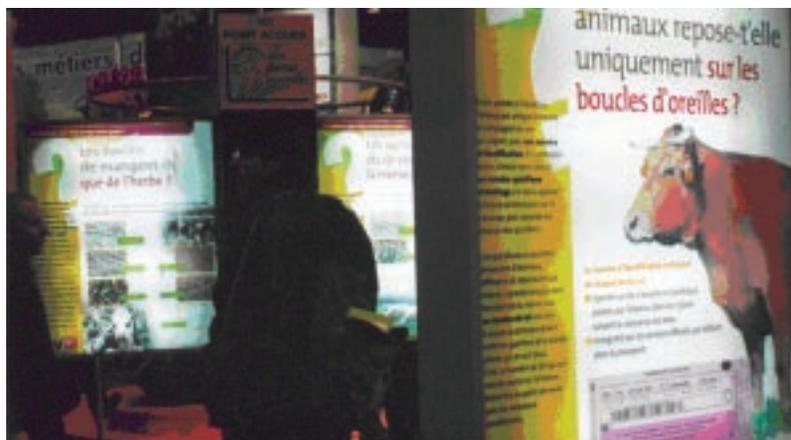


Foto de arriba

El público se asesora en el Centro de Información de la Carne (CIV) sobre como es el sistema de trazabilidad de Francia, qué comen los animales durante su crianza, qué platos de comida se pueden preparar con los diferentes cortes, incluso pasan por un lugar de degustación de diferentes platos preparados de carne cocinados en el momento y reciben las explicaciones del caso, etc. (Foto abajo).

Uruguay

Hoy también en Uruguay se están produciendo cambios importantes en la producción ganadera. Encontramos varios ejemplos de integración vertical: Carne Hereford, Vaquería del Este, Consorcio del Litoral, Aupcin. INAC por su parte, junto a profesionales invitados, redactó el protocolo de Carne Natural, que no es otra cosa que la documentación de cómo es el sistema de producción de carne del Uruguay; ya fue aprobado por el departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) y ya empiezan a salir los primeros contenedores. Hay un camino

empezado hacia la diferenciación del producto que irremediablemente deberá ir consolidándose con el tiempo. Es bueno e imprescindible que así sea.

Paralelamente, a instancias del MGAP, hoy el país se encuentra en el proceso de puesta en marcha de un sistema llamado Sistema Nacional de Información Ganadera (SNIG) (Revista IPA N° 109-Marzo 2004 o www.snig.gub.uy) que inició su funcionamiento en julio 2004 y que se encuentra en una etapa de ajuste y consolidación. Es lógico entender que todo proceso que recorre sus etapas iniciales y se pone en práctica, necesita de ajustes. Se lleva adelante con los propios actores del sistema (productores, ayudantes rurales, transportistas, intermediarios, gente de los frigoríficos, etc.) y por lo tanto requiere irremediablemente de su aprendizaje a las nuevas propuestas. Nada es inmediato. Felizmente es gente inteligente. Los problemas que han habido se han ido subsanando. Y ya hoy el productor participante a través de un código, puede acceder, entre otras cosas, a lo que ocurre en su establecimiento con relación a su stock. Accede a lo que podríamos llamar a una "cuenta corriente" al día de su ganado. Los que idearon este sistema lo hicieron teniendo bien claro lo que significa la producción de carne para los ingresos del país, pero además teniendo en cuenta el potencial de crecimiento que se tiene en ese rubro. Uruguay es sin lugar a dudas un país ganadero, no sólo por el peso que tiene la producción de carne en su economía; sino también por su gente, por sus tierras, por su clima, por sus razas, por sus frigoríficos de última tecnología, por sus instituciones, por sus costumbres y gustos

culinarios. Es claramente diferente a Argentina y Brasil donde la ganadería es importante, pero de peso económico muy diferente al de Uruguay; para nuestro país es parte de su vida social y económica. Por eso se optó por un sistema de identificación individual con un componente electrónico y un sistema de trazabilidad que permita la toma de la información de la misma manera. No ha sido casualidad. No se quisieron cometer errores en la toma de información y de esa manera abrir una puerta a la desconfianza en el sistema ideado. Si hay un producto en Uruguay en el que vale la pena hacer el esfuerzo para intentar pasar de commodity a producto diferenciado ese es la carne.

En cualquier sistema de trazabilidad, el cuello de botella del mismo se encuentra en la toma de los datos. Llevar la información que se genera en el campo sin errores a la base de datos es el gran desafío de los que idean estos sistemas en cualquier parte del mundo. Los movimientos de los animales, en particular, son los que generan los mayores desafíos, es donde se puede generar la mayor cantidad de errores. Es ahí donde un sistema de trazabilidad se hace confiable para los auditores. Un país como Uruguay, tan "carne dependiente" (quedó demostrado en abril del 2002 con la aparición del foco de aftosa), bajo ningún concepto puede darse el lujo de ofrecer un sistema de trazabilidad con puntos débiles. La exportación de carne será por muchos años el buque insignia para el país.

Los que pensaron el SNIG hicieron el razonamiento lógico. Analizaron la importancia del rubro para la economía del país, pensaron cuál debería ser el sis-

tema de trazabilidad que mejores garantías le podría brindar al país (para poder vender mejor en el mundo y al mismo tiempo llegar lo más rápido posible al origen de un problema que se pudiera presentar) y cual era el mejor sistema de identificación para garantizar ese sistema de trazabilidad. Reitero, no es casualidad que se eligiera lo que se eligió; sin lugar a dudas este sistema es el de mejor costo/beneficio para toda la cadena de valor. En materia de identificación, sustituye además, a una caravana de embarque que le cuesta más cara al productor (por todo el proceso que lleva esa identificación) y no le agrega valor ni información. Como dirían los neocelandeses: "*Se vió más allá de lo que se ve*".

La consolidación del SNIG, con los ajustes que se consideran pertinentes, permitirá no sólo dar satisfacción a los requerimientos de los mercados más exigentes, sino que además permitirá ir un paso por delante de los competidores; algo tan importante como atender la demanda de los consumidores.

Un sistema de trazabilidad bien instrumentado debería ser un buen negocio para toda la cadena de valor por toda la información que recaba. La información segura y actualizada, bien manejada, es una ventaja competitiva que debería generar valor agregado. Que se entienda, todo lo que se está haciendo es para poder vender mejor la carne que se produce; así debe ser visto. Se está hablando de negocios.

Se agradecen los comentarios y aportes a este artículo a: Dra. Déborah César, Ing. Agr. Percival Bono, Raúl Gomez Miller, Dr. Luís Castro.