



## BOLETÍN ECONÓMICO DEL SECTOR PORCICULTOR Junio de 2016

### CONTENIDO

#### **PRIMEROS TRES MESES QUE ENTRÓ A OPERAR EL SISTEMA EN LÍNEA DE RECAUDO DEL FNP** 1

Por  
*Sandra Baquero Rodríguez*

#### **ASOCIATIVIDAD EN EL SECTOR PORCÍCOLA** 3

Por  
*Diego Fernando Acosta Peláez*

#### **ENTREVISTA CON: JULIO CHAVEZ Consultor ASAIM** 7

Por  
*Oscar Melo Gutiérrez  
Diana Lorena Sánchez*

#### **MERCADO INTERNACIONAL: APARENTE FORTALECIMIENTO EN LOS PRECIOS DEL CERDO EN ESTADOS UNIDOS** 11

Por  
*Carlos Andrés Rojas Villescás*

#### **ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PORCICULTORES FONDO NACIONAL DE LA PORCICULTURA**

Documento elaborado por el Área Económica de la Asociación Colombiana de Porcicultores — Fondo Nacional de la Porcicultura. Si tiene inquietudes acerca de la información presentada en el documento o tiene algún comentario u observación del mismo, por favor escribanos a los correos:

[fgonzalez@asoporcicultores.co](mailto:fgonzalez@asoporcicultores.co)  
[arojas@asoporcicultores.co](mailto:arojas@asoporcicultores.co)  
[dsanchez@asoporcicultores.co](mailto:dsanchez@asoporcicultores.co)

#### **PRIMEROS TRES MESES DESDE QUE ENTRÓ A OPERAR EL SISTEMA EN LÍNEA DE RECAUDO DEL FNP**

Por  
*Sandra Baquero Rodríguez*  
Jefe de Fortalecimiento al Recaudo.  
[sbaquero@asoporcicultores.co](mailto:sbaquero@asoporcicultores.co)

Con el ánimo de mejorar los procedimientos internos y externos del Sistema Nacional de Recaudo del Fondo Nacional de la Porcicultura (FNP); eliminar a lo sumo el envío y uso de papelería por parte de los recaudadores (Plantas y Tesorerías); interactuar y relacionar la información reportada por éstos con la base de datos; agilizar la publicación y reportes estadístico tanto dentro y fuera de nuestra organización; y por supuesto; facilitar el pago de la cuota de fomento a través de instrumentos en línea que hoy se cuenta en el medio (PSE, Baloto y Efecty); desde hace un par de años, el Área Económica empezó a estudiar la posibilidad de implementar un *sistema en línea de recaudo*.

Precisamente, en 2013, la Junta Directiva del FNP, presidida por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, MADR, aprobó los recursos para el financiamiento de este nuevo proyecto. Desde entonces, la intención se materializó y se agregó al nuevo plan de acción del área.

Hoy, con orgullo, tenemos que decir que esta maratónica tarea la hemos culminado. Ello derivó bastante esfuerzo y dedicación a todo nuestro equipo de trabajo con los procesos inherentes. Diseños, realización de casi un infinito número de ensayos, aplicación de mejoras y correctivos, y sostener plena comunicación con la empresa *outsourcing* que nos acompañó en el desarrollo de la aplicación, entre otros aspectos.

A la par, teníamos en mente que este nuevo proceso se anexara y fuera coherente con el proceso de calidad del programa de Fortalecimiento al Recaudo, que actualmente poseemos, el cual garantiza la calidad de



Acceso al Sistema Nacional de Recaudo en línea.

nuestros procedimientos ante terceros. En efecto, el sistema en línea se vinculará al proceso de recertificación de la Norma ISO 9001:2008, que tenemos programado para el segundo semestre del presente año.

Ahora, el MADR emitió la Resolución número 413 de noviembre de 2015, que reglamentó el uso de este aplicativo, administrado por la Asociación Colombiana de Porcicultores.

Adicionalmente, como parte de esta gestión, desde 2015 se empezó el ejercicio de divulgación del aplicativo con visitas a las 48 principales plantas que representan más del 95% del beneficio de cerdos a nivel nacional.



Se elaboró material gráfico como la Cartilla del Manual del usuario del SNR y 19 videos tutoriales que se encuen-

tran disponibles en la página de la Asociación Colombiana de Porcicultores ([www.asoporcicultores.co](http://www.asoporcicultores.co)). Asimismo, se realizaron constantes capacitaciones a los **once coordinadores regionales de recaudo** que sirven de primer soporte a las entidades que ya adoptaron el sistema.

A la par, en el 2016, iniciamos con un ambiente de pruebas a partir del primero de febrero para que las entidades recaudadoras se fueran familiarizando, y no tuvieran dificultades desde el 1 de abril, fecha en la cual el sistema empezaría a operar en forma definitiva, desde la página web [www.asoporcicultores.co](http://www.asoporcicultores.co).

En sus primeros tres meses de estar “al aire”, la información ha sido registrada por el 83% (cobertura) de las 202 entidades activas, lo cual representa el 98% del recaudo de la cuota de fomento porcícola en el país.

Todo ello es un gran avance y éxito para la organización y el sector, pues sabemos que tenemos la gran responsabilidad de la recepción de las contribuciones de los porcicultores, que alimentan el presupuesto y la financiación de los diferentes programas y proyectos del FNP, en beneficio de la porcicultura del país.

## ASOCIATIVIDAD EN EL SECTOR PORCÍCOLA

Por

Diego Fernando Acosta Peláez

Asesor en Asociatividad

[dacosta@asoporcicultores.co](mailto:dacosta@asoporcicultores.co)

En los últimos años, diferentes entidades públicas y privadas nos han hablado de las bondades de la creación de grupos asociativos; incluso, han proyectado que mediante la conformación de éstos se puede elevar la **competitividad** de los porcicultores, sobre todo de pequeños y medianos, quienes deben afrontar los diferentes mercados que son cada vez más exigentes.

De acuerdo con el ejercicio de caracterización de grupos asociativos porcícolas a nivel nacional, desarrollado por Ceniporcino-FNP el año pasado, se identificó que mayoritariamente las realidades de las asociaciones o cooperativas porcícolas contrastan con lo planteado anteriormente en temas de competitividad, debido a que muchas iniciativas quedan en el papel o simplemente no ejercen ninguna actividad económica que sustente las actividades porcícolas de sus asociados.

Este artículo, es el primero de varias entregas que esperamos realizar en lo que resta del presente año. Pretende de manera general definir, desarrollar y visualizar el concepto de asociatividad en el sector porcícola colombiano. Precisamente, iniciamos en esta primera entrega con la exposición básica de la asociatividad y finalizaremos con su relación en el aumento de la competitividad de los pequeños y medianos porcicultores; la cual será la introducción a los futuros desarrollos.



Existen diferentes definiciones de Asociatividad, podríamos decir que existe una por cada autor que se consulte; sin embargo, todos redondean conceptualmente lo siguiente:

*“Son esquemas de **cooperación** entre empresas de diferentes dimensiones capaces de **compartir objetivos comunes** con una visión en particular, manteniendo su **autonomía** jurídica al igual que su independencia gerencial.”*

Desde la aceptación de la anterior definición, es claro que el punto de partida de la asociatividad es la coordinación de ideas y esfuerzos comunes que se determinan por una decisión voluntaria de cada participante y que buscan solucionar necesidades compartidas y de impacto comunal; sin comprometer la independencia jurídica y gerencial de los sistemas productivos independientes (de cada integrante) y abordadas desde una planeación estratégica de largo plazo con reglas formales y claras.

Partiendo desde la definición, podemos encontrar luces frente al problema de la asociatividad en Colombia, donde la creación de los grupos asociativos tienen incentivos muy diferentes (a veces en contravía con la sustentabilidad) y la estructuración empresarial tiene vacíos estructurales significativos; aunque, este tema será obje-

to de discusión en próximos boletines.



Uno de los principales limitantes de las iniciativas de trabajo cooperativo es el miedo a generar alianzas entre “competidores” de la zona (mercado) y se cree que al crear grupos asociativos ya no se puede utilizar el “Factor Sorpresa” de los negocios. Este paradigma se puede reevaluar con la descripción del término “**COO-petencia**” (Nalebuff, 2006), que se define como: “La interrelación de la Cooperación entre Competidores o Competencia Cooperativa o Colaborativa”.

Es importante resaltar que la decisión de trabajar por solucionar necesidades comunes (Cooperación) en un grupo asociativo **nunca** debe ser concebida para eliminar la competencia entre los pares de un mercado; ya que, incluso las ventajas competitivas estimulan el **mejoramiento continuo** de los sistemas productivos independientes por la simple comparación productiva, técnica y tecnológica entre unos y otros porcicultores asociados (*Bench Marking*).

Lo importante de implementar la cooperación es permitir que los integrantes del grupo coordinado sigan compitiendo. Sin embargo, uno de los grandes errores al momento de implementar los modelos asociativos bajo la *Coo-petencia* es que se hagan acuerdos para la actividad individual (cada empresa o cada porcicultor) sin el desarrollo de competencias cognoscitivas grupales.

Cuando se acuerdan hacer grupos asociativos para favorecer la competencia cooperativa sin trabajar en competencias grupales se explican las dificultades que tienen los grupos asociativos para mantenerse unidos (Coordinados).

Según el ejercicio de caracterización de los grupos asociativos porcícolas por Ceniporcino-FNP, los principales factores que afectaban negativamente la asociatividad en el sector, estaban representados por: (i) falta de comunicación, (ii) falta de reglas claras, (iii) falta de mecanismos de control, (iv) falta de confianza en el manejo de los recursos financieros y (v) el nivel de empoderamiento de integrantes del grupo frente a la asistencia a reuniones y/o capacitaciones, entre otros, lo que apunta directamente a la necesidad de desarrollar competencias “blandas” grupales aplicando los principios de la construcción de equipos de alta competencia mejor conocido como “*Team Building*”.

Aunque la mayoría de los factores conminatorios se explican desde el enfoque interno del grupo asociativo porcícola, es claro que al exterior del grupo, ejercen presión algunos incentivos, muy llamativos, para disgregar las iniciativas de trabajo mancomunado favoreciendo la competencia (diferente a la *Coo-petencia*) entre diferentes actores de la cadena, principalmente entre los porcicultores, lo que determina la dificultad para mantener la asociatividad porcícola.

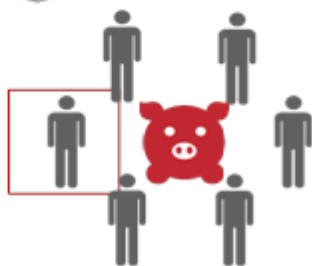
La estructuración de equipos de alta competencia

o “*Team Building*” con diferencias estrategias pude fortalecer los grupos asociativos para hacer frente a las dificultades internas y externas; aunque no es una metodología complicada, lo que puede llegar a complicar la implementación es decidir el enfoque de la metodología a los diferentes tipos de personalidades de los integrantes y determinar las actividades de refuerzo para enfrentar las debilidades de cada grupo asociativo, por lo que hace necesario la asesoría de consultores expertos que pueda facilitar los procesos de construcción de conciencia y conocimiento en competencias blandas (Saber-SER y Saber-ESTAR) que resultan limitantes para la asociatividad en el sector porcícola en Colombia.

Hacer conciencia en el desarrollo de competencias blandas en la asociatividad porcícola, tiene implicaciones directamente relacionadas con la facilidad de COHESIONAR los grupos asociativos y evitar la desorganización asociativa.

Algunas competencias identificadas como limitantes para la asociatividad son: Confianza, Liderazgo, Comunicación Estratégica, entre otras; Las cuales, son abordadas principalmente en el “*Team Building*”

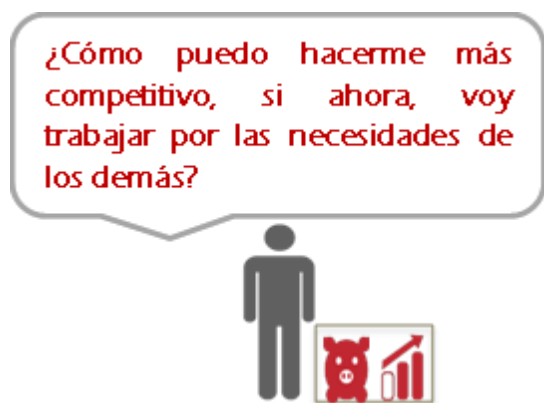
¿...Y cómo garantizar que mi grupo asociativo sea sustentable?



Lamentablemente no existe el secreto de la “Eterna Cohesión” y por esta razón no es posi-

ble garantizar que los grupos permanezcan unidos. Sin embargo, existen estrategias que permiten minimizar los riesgos de fracaso de las iniciativas asociativas (sobre ello detallaremos en una futura publicación).

Un adelanto de las estrategias para aumentar el éxito de los grupos asociativos está en el desarrollo de la **planeación estratégica** como carta de navegación y aliciente claro para la coordinación de los porcicultores asociados. Usualmente, los planes estratégicos para la solución de problemas comunes tienden a mostrar resultados a mediano y largo plazo, así que, si la decisión es de asociarse, hay que prepararse para ofrecer mucho trabajo durante un plazo de tiempo considerable.



Es claro que conformar un grupo asociativo es establecer otra empresa independiente, con objetivos complementarios a los que tienen los sistemas productivos de cada integrante. Esta situación del establecimiento de una nueva personería repercutirá en los recursos de tiempo, espacio e incluso financieros de los porcicultores asociados para fortalecer dicho grupo; sin embargo, todo es cuestión del cambio de enfoque para la construcción de los grupos asociativos.

Para explicar lo anterior, en Colombia existieron,

existen y existirán los incentivos netamente financieros con expectativas de resultados a corto plazo (inmediatistas) para la conformación de los grupos asociativos, lo que creó la concepción de que los grupos asociativos sirven como **jalonadores** de los sistemas productivos; cuando se enfrentan a la realidad, los grupos asociativos terminan siendo un “lastre” que no jalona y que por el contrario solicita más de los que ofrece.

Al promover el cambio de enfoque en la construcción de los grupos asociativos, se direcciona que la iniciativa no busque un Jalonamiento, sino un apoyo a las actividades económicas de sus asociados, **En otras palabras, no ver el grupo asociativo como una polea sino como una base de sustento donde el aumento de la competitividad de cada sistema productivo porcícola sea la responsabilidad única de cada porcicultor y que el grupo asociativo permita solucionar las necesidades que afectan colectivamente** a los asociados y que de forma individual disminuiría la facilidad al acceso de dichas soluciones.



Así que el enfoque NO debería ser ganar dinero directamente de la asociación; por el contrario,

es por medio de la asociación que mi sistema productivo va a generar altas rentabilidades.

Este cambio de enfoque se sustenta en que para los diferentes actores económicos del sector porcícola (gobierno nacional, regional y local, agremiaciones, corporaciones, ONG's, grupos internacionales e incluso los pares productores) es mucho más atractivo trabajar con grupos que con individuos; ya que, se puede obtener un mayor impacto trabajando con colectivos porque se utiliza “eficiente” de los recursos escasos.

Con este nuevo panorama, a diferencia del trabajo individual de los pequeños y medianos productores, las iniciativas mancomunadas facilitan el acceso a la financiación, a la transferencia técnica y tecnológica, a la formulación de proyectos potenciales, logística, mercadeo, alianzas comerciales, entre muchas más (Pallares, Asociatividad Empresarial. Estrategia para la Competitividad, 2004); que en últimas se traducen en la transferencia de valores comparativos, competitivos, cooperativos y Coopetitivos especialmente para este segmento productivo que tiene limitadas las oportunidades por la disposición de diferentes recursos.

### Referencias Bibliográficas:

- Nalebuff, B. (2006). *Manual for Coopetition*. New Haven: Yale School of Management.
- Pallares, Z. (2004). *Asociatividad Empresarial. Estrategia para la Competitividad*. Fondo Editorial Nueva Empresa.

## ENTREVISTA CON: JULIO CHAVES MOLINA

Consultor ASAIM

Por

Oscar Melo Gutiérrez.

Coordinador de Calidad e Innovación

[omelo@asoporcicultores.co](mailto:omelo@asoporcicultores.co)

Diana Lorena Sánchez,

Analista Grado I, Área Económica.

[dsanchez@asoporcicultores.co](mailto:dsanchez@asoporcicultores.co)

La semana del 20 al 24 de junio, tuvimos la grata visita de un queridísimo amigo de la casa de Asoporcicultores: el señor **Julio Chaves**. Para los que no lo conocen, es Ingeniero Agrónomo Zootecnista y “Master of Science” en Ciencia de la Carne. Actualmente labora como consultor externo para la Asociación Americana de Soya-Mercadeo Internacional (ASAIM) en el área de nutrición humana.

Su visita obedeció a una agenda de trabajo programada con el equipo de Calidad del Área Económica, precisamente en temas relacionados con calidad.

Aprovechando su asistencia, tuvimos la oportunidad de entrevistarlo con el fin de que nos compartiera y familiarizara en estos temas y nos precise de cómo la calidad es relevante para la exportación de productos del cerdo.

Asimismo, hablar sobre aspectos técnicos fundamentales a tener en cuenta a la hora de querer exportar tanto en cortes como en despojos, y el papel que juega la medición de magro, entre otros temas.



*Julio Chaves, Consultor ASAIM*

***¿Qué es y debe tener una carne de buena calidad? y ¿Cuales son el conjunto de requisitos de calidad para lograr una carne tipo exportación?***

Una de las cosas que siempre es difícil definir es ¿Qué es calidad?, porque en mi opinión calidad va dependerá del concepto que tenga el consumidor. Para los consumidores de un país puede ser una cosa, mientras que para los consumidores de otro puede ser totalmente diferente.

Entonces pensando en el mercado de exportación lo primero que hay que especular es lo que define a ese mercado. A donde yo voy a ir. Investigar qué es lo que significa para ellos calidad, por ejemplo, tamaños de cortes muy grandes. En este caso, pensemos en un lomo y en un mercado como Dominicana, allí ese corte tiene un tamaño normal de un cerdo de 100 a 105 kg peso vivo, pero empezaron a entrar lomos importados con una dimensión muchísimo más grande y la gente

asocio eso a mala calidad ¿Por qué? Porque lo relaciono con cerdos de descarte o a hembras de reemplazo, entonces por eso ¿qué es calidad?

La calidad depende del mercado al cual necesito satisfacer, una vez aprendido eso entonces ahora si trato de buscar cómo puedo yo complacer los parámetros que ellos están exigiendo y dentro de ciertas líneas generales.

Ahora, en un estudio que se acaba de hacerse en Europa, la calidad para las nuevas generaciones es que los cortes no tengan grasa, eso es clave. En esta investigación invitaron a consumidores a que probaran cerdo sin verlo y que lo clasificaran en termino de que tan apetitoso o gustoso era o sea que catalogaran las características organoléptica.

Entonces presentaban cerdos con diferentes grados de grasa y a mí me hizo mucha gracia porque ellos tienen en el análisis la gente que dice este es el cerdo que a mí me gusta y después hacen un análisis visual y le dicen de los cortes de cerdos que usted ve aquí cual corte es el que usted compraría y la gente toda apuntó al corte magro y fue el corte que había sido más severamente castigado por sabor, entonces ¿qué pasaba? Que todo el mundo quería que supiera como era el cerdo grasoso que tenía marmoleo y un montón de características, pero a la hora de verlo no lo quieren comprar así, entonces hay un conflicto ahí de intereses en cuanto a que es lo que me gusta y cuál es la tendencia que tiene el mercado. Por lo tanto este tiene que ver como satisface al consumidor, y se están iniciando unos cambios muy leves en la cantidad de grasa porque sigue siendo un aspecto negativo en cuanto a exportación excepto en mercados específicos que aún se interesan en la grasa.

***¿Qué aspectos técnicos crees que se deben tener en cuenta y son fundamentales a la hora de exportar?***

Aquí hay que entrar a examinar varias cosas. Primero, analicemos los aspectos microbiológicos. En este aspecto, es clave dentro de los mercados de exportación que la carne que nosotros exportemos tenga inocuidad y esto significa un montón de cosas: la garantía de un proceso, la garantía de cargas máximas en términos microbiológicos y la garantía de que el producto no va a causar ningún daño al consumidor.

La inocuidad es el primer punto que tenemos que garantizar porque recordemos que nosotros tenemos mucho que ver con salud pública y no importa si ésta es de otro país o el nuestro. Ese es el primer gran parámetro de nosotros. A mí no me importaría que me dieran una carne de muy mala calidad organoléptica pero que si exigiría que me garantizaran inocuidad. Hay países donde el producto posee una hermosa presentación, pero la inocuidad es cero. Ahora si empezemos a analizar:

La carne no tiene que ser ni PSE (pálida, suave y exudativa) ni DFD (oscura, firme y seca). Hay de hecho empresas en Estados Unidos que garantizan la calidad de su carne a través de selección por color, en cortes como el lomo, partes de las postas, de las piernas, del pernil o del jamón, y retiran del mercado todos los que son PSE y DFD. Así garantizan que ese color se va a presentar en todos sus cortes y esa es una forma de entrar al mercado.

Otra forma es garantizar la homogeneidad en los cortes y eso se logra única y exclusivamente a través de la estandarización de los pesos de los animales. Pues si soy un exportador que voy a comprar en el mercado animales de peso vivo de 100 kilos pero también de 110 y en oportunidades de 120 y de 130, teniendo toda esa gama pues entonces los cortes me van a salir de diferente tamaño. Y una de las cosas importantes que



tiene el mercado es que al mercado le gusta que cuando uno abra una caja todos sean iguales.

Esto me acuerda en una ocasión que me tocó revisar una caja de cachetes de cerdo de una empresa exportadora estadounidense. Cuando la abrí, no solamente me asusté del tamaño de la porción, sino que ¡todos éstos eran fiel fotocopias o clones! Y la caja estaba ordenada como cualquier caja de galletas o chocolates. Entonces, es importante, porque son aspectos que el mercado demanda. Que haya uniformidad. Porque al final, el importador lo que va a hacer es escoger aquellos cortes; y distribuirlos entre hoteles o supermercados, quienes exigen un gramaje y una dimensión estándar.

En resume, yo diría: (i) inocuidad que no es negociable, (ii) garantizar la calidad por color y (iii) la estandarización en términos de tamaño del corte.

***Con respecto a cortes, hablemos ahora de despojos o lo que llaman el “quinto corte”, ¿tu cómo ves ese mercado, cómo es a nivel mundial esa tendencia, qué países productores están exportando despojos y por último ese es un mercado interesante?***

Es un mercado necesario porque cuando uno hace cortes queda mucho recorte. Cuando estoy por ejemplo, sacando costillas San Luis, falda o tocino para tocina y estoy estandarizando tamaños, va a ver una gran cantidad de recortes y a eso es a lo que se llama como el **quinto corte**. Por supuesto, esa cantidad tiene que irse para alguna parte, por lo que existe una probabilidad de uso en el mercado local, en especial, para los embutidores los cuales requieren de esas materias primas con una cantidad de grasa superior a lo que podrían ser los cortes magros

Y esos recortes van a tener ese porcentaje que la

industria necesita. Ya hay tecnologías y empresas que se dedican al proceso y uso posterior de los recortes. Los secan y los pulverizan, pero para eso se requiere una tecnología, que no es de fácil alcance. Hay que hacer entonces, un clúster para garantizar que cuando se cuente con mucho recortes, una compañía tenga la capacidad de realizar el proceso, y así puede llegar a un sitio, donde son más valorizados.

Ahora, es una carne en polvo que lo único que hace es reconstituirse y no forma parte de un nuevo ingrediente en la etiqueta que es una preocupación de los consumidores millennials, debido a que tienen un enorme desasosiego por etiquetas limpias. Entonces la posibilidad de utilizar este tipo de corte como un valor agregado en procesamiento de embutidos, hace que se convierta en algo interesante. Ya hay en el mercado empresas haciendo eso pero de nuevo porque tienen esa posibilidad.

Ahora, apostar a que todo salga por ese mercado es el peor error puesto que ese es un mercado de commodities y estos son los peores que hay. Por ejemplo, un buque que lleva 100 contenedores de carne industrial y de un momento a otro su contraparte dice que ya no les interesa, éstos terminan quedándose en altamar dando vueltas, tocando puertos y vendiendo a poquitos. Al final todo el esfuerzo no tiene ningún sentido. Por eso hay que estar lo más alejado posible del mercado de commodities y apostar a los mercados específicos y de calidad.

***Un tema que tu tocas es el Magro, ¿cómo ves el desarrollo de éste en cuanto a medición? ¿Es tendencia?, y ¿Qué mercados lo usan?***

La medición de magro en porcinos nace como una respuesta ante un ataque que hace el sector de carnes de ave, donde empiezan a embestir fuertemente a las otras carnes. En especial, en

Estados Unidos donde fue bastante severo.

Luego, la respuesta del sector porcicultor fue: “tenemos un cerdo que tiene características deseables en términos de palatabilidad, de características organolépticas” - y estábamos muy contentos. Pero entraron las generaciones nuevas, la cual son muy hedonistas y que tiene una enorme preocupación por la grasa. En consecuencia en los mercados se empieza a castigar los cerdos más grasos y a la par, el consumidor comienza a interesarse por carnes magras. Adicionalmente se empieza a asociar la magredad con aves, lo cual es un error.

Por consiguiente, la respuesta del sector mundial de porcicultores es “hagamos carnes más magras”. Es por eso que son importantes las mediciones de magro porque precisamente obedecen a una tendencia de mercado.

Ahora, nos preguntamos ¿Qué va a pasar de aquí a 20 o 30 años? No lo sabemos. Tengo conocimiento de una tendencia, incluso interesantísima, que es reemplazar los aceites procesados por grasas animales. Yo conozco de un restaurante en Estados Unidos, que no emplea absolutamente nada de aceites procesados, si no que utiliza un 90% de grasa de cerdo y un 10% de res. Es una nueva tendencia que hay y existen ciertas investigaciones evidenciando que las grasas animales no son del todo “malas” como se ha pregonado hasta ahora.

Por otra parte, el sistema de clasificación europea se basa precisamente en magro y obviamente magro más pesos de canales el cual se rige por el sistema S-EUROP. En Canadá esta lo mismo y muchos países están estableciendo esto.

Ahora, como la gente quiere menos grasa, por lo tanto magro se convierte en una palabra clave

al momento de comercialización. Y así seguirá por mucho tiempo. Si yo tuviera una bolita para predecir el futuro yo diría que va a haber algunos cambios pero el concepto de magro no desaparecerá. Sin embargo, los cerdos no magros que hoy castigamos van a ser menos castigados en el futuro y los cortes muy magros que hoy premiamos van a ser levemente castigados en el futuro, por lo que vamos a pasar más hacia un punto intermedio.

En este momento estamos en que la carne sea 100% musculo, yo creo que nos vamos a mover de esa tendencia extremista hacia algo más razonable más natural sin caer en el otro lado, por supuesto entonces magro sigue siendo importante y va a seguir siéndolo y va a ser vital en la comercialización, clave en cualquier parte en donde estemos tratando de enviar nuestros productos de exportación.



*Finalmente, hablemos de Costa Rica ¿Cuéntanos un poco cómo está?, ¿si están exportando?, ¿Cómo se encuentra el tema de importaciones de productos del cerdo? y ¿Cómo está la cuestión de precios?*

Costa Rica es un país libre de PPC. Por alguna condición de la vida tiene una serie de características que lo hacen particular y le permite hacer ciertas cosas. En este momento estamos exportando carne de cerdo a Centro América (Panamá, Honduras, Nicaragua y El Salvador). Sin embar-

go, nosotros tampoco somos autosuficientes y por eso importamos. Tenemos firmados un TLC con Chile y por allí se nos ha inundado nuestro mercado. Y lo que se está importando, es lo que más se consume: piernas y chuleta, en especial para diciembre.

En Costa Rica la gente ingiere bastante chuleta y lomo con hueso. Así que importamos muchísimo y si bien es cierto los productos nacionales se colocan en el mercado pero entonces queda un montón de producto que no se puede comercializar o es más compleja su distribución.

Además tenemos un TLC con Estados Unidos y a 2020, entrará libres de aranceles los productos (de porcicultura) estadounidenses. Y ahí vamos a tener un golpe muy fuerte.

De hecho ya la porcicultura en Costa Rica se ha

venido afectando, lo que se está viendo reflejado en el precio. En términos muy simples, para producir un kilo de carne de cerdo cuesta US\$ 1.50 y actualmente se lo compraban al productor por US\$ 1 o sea que un productor que este sacando al mercado un cerdo de 100 kg, está perdiendo US\$ 100, y nadie está en este mundo como para perder dinero, pues el interés de todo negocio es ganar, entonces ¿qué ha pasado? Que hay gente que se sale de la actividad y tienen que cerrar granjas.

No es el mercado más halagüeño, por eso viene cambiando un poco. Hay algo muy interesante y es que ya estamos empezando a producir cerdos de mucho mayor peso. Ahora estamos entrando a producir cerdos ya más pesados, ya hay gente con cerdos a 120 - 125 a 130 kg peso vivo.

## MERCADO INTERNACIONAL: APARENTE FORTALECIMIENTO EN LOS PRECIOS DEL CERDO EN ESTADOS UNIDOS

Por

Carlos Andrés Rojas Villescás.

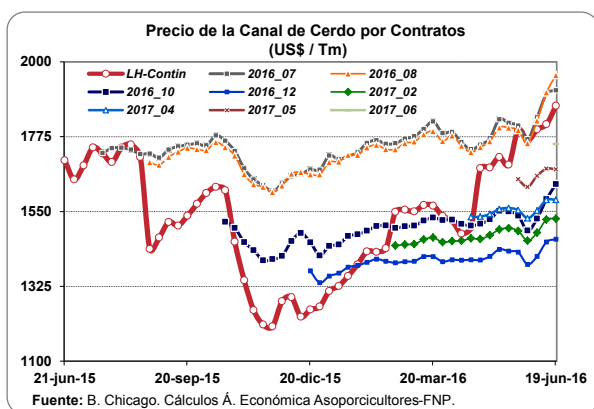
Analista Económico Grado II.

[arojas@asoporcicultores.co](mailto:arojas@asoporcicultores.co)

Los contratos de futuros de las canales de cerdo que se comercializan en la Bolsa de Chicago, pese a sus cotizaciones mixtas, en el mes que esta apunto de terminar, en general exhibieron una marcada tendencia alcista.

Al analizar individualmente los contratos vigentes, debemos tener en cuenta que aquellos títulos con próximo vencimiento (Julio: 2016\_07 y Agosto: 2016\_08), alcanzaron en la última semana de junio, un promedio de US\$1.937,59/Tm, lo que a su vez representa un incremento de 8.2% respecto al promedio general del pasado mes de mayo (US\$1.790,47/Tm) (**Gráfico 1**).

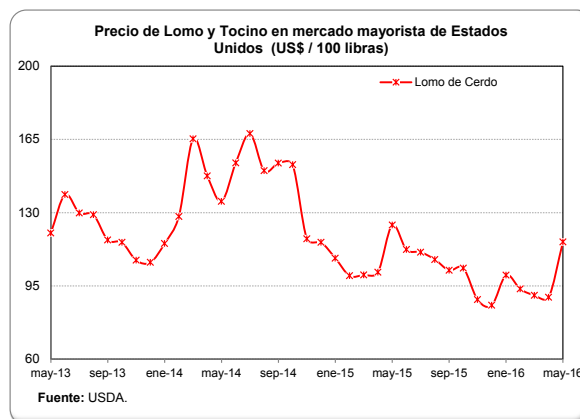
**Gráfico 1**



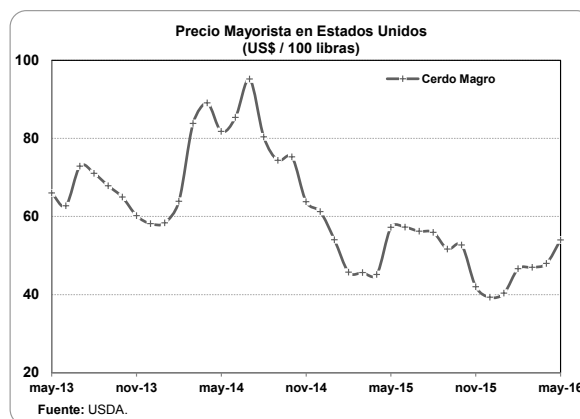
Por su parte, los contratos de vencimiento más lejano (por ejemplo octubre de 2016: 2016\_10), a pesar de compartir la tendencia al alza, ostentaron unos precios moderados, los cuales promediaron US\$1607,1/Tm en la última semana del mes, lo que significa un incremento de 6.5% frente a la media general del mes pasado (US\$1.509,3/Tm) (**Gráfico 1**).

De la misma forma, la firmeza de los precios del cerdo estadounidense, también se vio reflejada en el avance de los precios del mercado mayorista. De hecho, al revisar los últimos datos publicados por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA por sus siglas en inglés) en su reporte “Livestock & Meat Domestic Data”, con corte a mayo; encontramos que referencias como el cerdo magro (US\$54/100 Lb) y el lomo (US\$116/100 Lb), presentaron incrementos del orden de 12,6% y 29,4% frente al mes de abril, respectivamente (**Gráficos 2 y 3**).

**Gráfico 2**



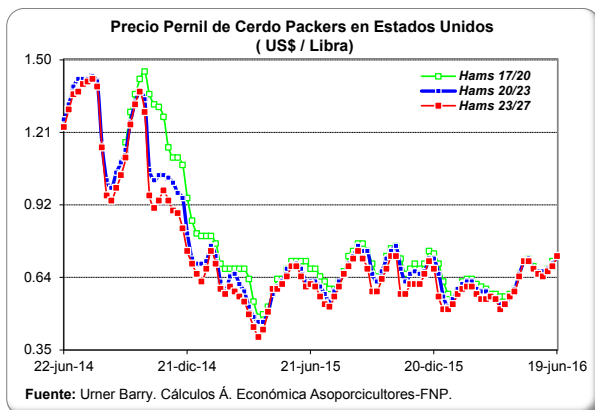
**Gráfico 3**



Asimismo, el incremento de los precios de los empaques (Packers), ratifican una vez más el repunte que en los últimos meses han tenido los valores del cerdo estadounidense en todos los niveles de la cadena. Por ejemplo, uno de los cortes más representati-

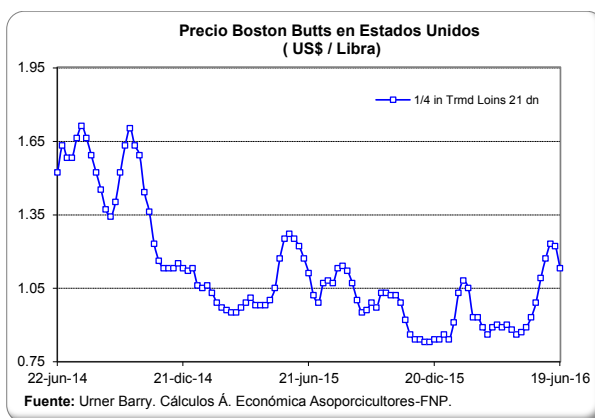
vos como lo es el perril de cerdo, cierra en la última semana del mes de junio con un promedio de US\$0.72/Lb, es decir, un 6.2% por encima de la media general del pasado mes de mayo (US\$0.68/Lb) (Gráfico 4).

Gráfico 4



De otra parte, en el caso del lomo, comparando el mismo lapso, el incremento se da a razón del 11.4%, pasando de US\$1.01/Lb a US\$1.13/Lb (Gráfico 5).

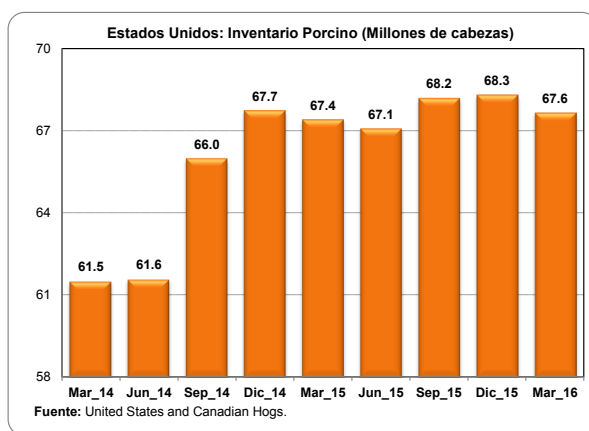
Gráfico 5



Ahora bien, dentro de las causas que estarían motivando el repunte de los precios descrito anteriormente, podríamos citar inicialmente la disminución del *inventario porcino estadounidense*. Según el último informe del Servicio Nacional de Estadísticas Agrícolas (NASS por sus siglas en inglés), para mes de marzo de 2016, se habrían contabilizado 67.6 millo-

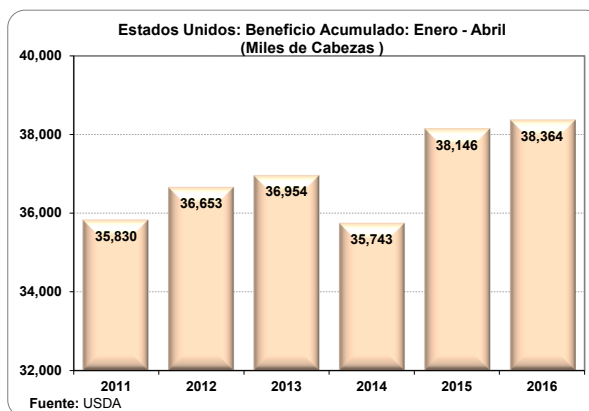
nes de cabezas, lo cual da cuenta de un *leve decrecimiento de 0.96% respecto a lo publicado en diciembre de 2015* (68.3 millones de cabezas) (Gráfico 6).

Gráfico 6



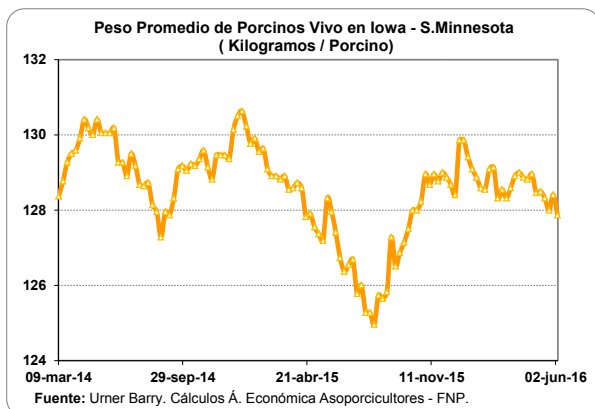
No obstante, a pesar de la disminución en el inventario, el nivel de beneficio en lo corrido del 2016, creció un 0.6% frente al mismo período del año pasado, totalizando 38.364 miles de cabezas (Gráfico 7).

Gráfico 7



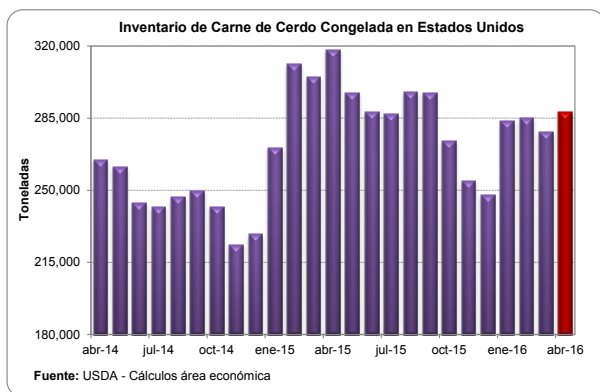
Probablemente, el incremento en el beneficio y el repunte general de los precios han surtido efecto en el peso de los animales en pie, puesto que en las últimas semanas, estos han tendido a bajar casi hasta los 127 Kg (Gráfico 8), lo cual podría indicar que los productores están llevando más rápido sus animales al mercado, aprovechando así las mejores condiciones de precios que existen en la actualidad.

**Gráfico 8**



Por otro lado, aunque los niveles de inventario, peso y beneficio, suponen el fortalecimiento de la oferta estadounidense, paradójicamente todo indica que la demanda no ha sido suficiente para absorber efectivamente los actuales niveles de oferta. De hecho, al revisar últimas cifras de inventarios de carne de cerdo congelada, publicadas por el USDA, encontramos que al mes de abril de 2016 se contabilizaron 288.224 Toneladas (Ton), es decir un 4% más de los stocks que se tenían el pasado marzo (278.416 Ton) (Gráfico 9).

**Gráfico 9**



Adicional a esto, el último reporte publicado por la Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos (USITC por sus siglas en inglés) da cuenta que de enero a abril, las exportaciones consolidaron 506.387 Ton, cifra que constituye un incremento de apenas 0.9% frente al mismo período del año pasado (501.691 Ton), situación que también reafirma la debilidad en la demanda, a pesar de que las exportaciones hacia China se empezaron a recuperar y prácticamente se triplicaron en los primeros cuatro meses del año (Tabla 1).

**Tabla 1**

EXPORTACIONES DE CARNE DE CERDO DE ESTADOS UNIDOS POR DESTINO  
(Enero - Abril 2016)

País	Toneladas			
	2015	2016	Part %	Crec % 2015 - 2016
Mexico	172,027	158,574	31.3%	-7.8%
Japan	123,349	119,624	23.6%	-3.0%
China	21,375	62,081	12.3%	190.4%
Korea	73,706	47,001	9.3%	-36.2%
Canada	31,711	28,982	5.7%	-8.6%
Australia	15,860	18,083	3.6%	14.0%
Hong Kong	10,489	17,870	3.5%	70.4%
Colombia	13,289	10,573	2.1%	-20.4%
Dominican Rep	7,825	7,861	1.6%	0.5%
Honduras	6,251	7,845	1.5%	25.5%
Philippines	3,667	4,457	0.9%	21.5%
Guatemala	3,380	4,130	0.8%	22.2%
Chile	3,086	3,152	0.6%	2.1%
Nicaragua	561	1,811	0.4%	222.6%
Taiwan	2,828	1,774	0.4%	-37.2%
Costa Rica	1,265	1,654	0.3%	30.7%
Otros	11,021	10,915	2.2%	-1.0%
<b>Total</b>	<b>501,691</b>	<b>506,387</b>	<b>100%</b>	<b>0.9%</b>

Fuente: US-ITC. Cálculos Área Económica, Asoporcicultores - FNP.

(\*) 2016: Información consolidada al mes de Abril.

En síntesis, si bien las diferentes cotizaciones de referencia (bolsa, Packers y mercado mayorista) del cerdo y sus diferentes cortes aparentemente se han mostrado en firmes al alza, se encuentra latente la posibilidad de una pronta caída dada la debilidad o poco dinamismo que empieza a presentar algunas variables fundamentales del mercado estadounidense.