

Cuadro 2. Parámetros de calidad de la carne de res proveniente de Estados Unidos y Puerto Rico, según se ofrece a los consumidores en los supermercados de la ciudad de Mayagüez.

Origen	Terneza de la carne cocida		Contenido de grasa intramuscular (%) ³
	Mecánica (kg) ¹	Panel de probadores ²	
EEUU	2.62 _a	6.62 _a	3.74 _a
PR	3.91 _b	5.10 _b	1.41 _b

¹ Resistencia al corte de un cilindro de carne de 1.27 cm de diámetro.

² Escala de 1 = carne dura y seca, 8 = carne muy tierna y jugosa.

³ Muestras de carne cruda.

_{a,b} Sufijos indican que las diferencias dentro de columna son significativas (P<0.05).

de carne de res local, trascendería en beneficios para **TODOS**, desde el productor hasta el detallista. Implantar un sistema práctico de clasificación de canales y realizar mejoras radicales en las técnicas de producción y manejo de los animales a nivel de finca para dos propósitos: 1) aumentar la cantidad de carne producida por unidad de superficie y 2) mejorar su terneza. También se requiere espacio en los anaques de los expendios identificados correctamente para la carne de res del país. A modo de ejemplo al respecto puede tomarse la promoción que utiliza la carne **“Certified Angus”**.

También es necesario mejorar la presentación del producto. Las etiquetas deben diseñarse utilizando colores llamativos y deben indicar el grado de clasificación del corte de carne y la edad del animal del que proviene para ilustrar al consumidor el significado de aquel sistema. También se puede agregar el nombre del músculo (lomillo, filete, etc.) para ubicar mejor al cliente en la ana-

tomía del bovino y educarlo en las diferencias que éstas conllevan en términos de calidad y precio. Esta estrategia debe ir acompañada de la preparación de folletos explicativos para distribuirlos a los consumidores en cada carnicería o supermercado, con los nombres de los cortes de carne, su localización en la canal bovina, sus características nutritivas y organolépticas y el método de cocción recomendado. Hay otras medidas que deberán considerarse en su momento, tal

como agregar valor a la canal vendiendo otros cortes, como el músculo *Infraspinatus* (algunos lo hacen y lo mercadean con el nombre de *chicken steak*) que proviene del cuarto delantero que es el segundo más tierno luego del filete.

Con lo expresado alcanza para indicar que hay mucho por hacer en pro de la industria y a todos los niveles de la misma. Y como expresamos en un número anterior de La Res, esta es **una responsabilidad compartida** donde todos cargamos con los éxitos como con los fracasos. La pregunta ahora es **¿Quiénes están dispuestos a tomar las riendas y pasar de la palabra a la acción? El GTBC está, como siempre, en la mejor disposición de ayudarlos en todo este proceso.**

Referencias

LA RES INFORMATIVA

VOLUMEN 9, NÚMERO 1
MARZO 2005

Grupo de Trabajo en Bovinos
para Carne (GTBC)
Departamento de Industria Pecuaria



COLEGIO DE CIENCIAS AGRÍCOLAS

REDACTORES

Prof. Américo Casas
Dr. Danilo Cianzio
Prof. Aixa Rivera

Para suscribirse escriba a:

Prof. Aixa Rivera
Depto. de Industria Pecuaria
P.O. Box 9030 Mayagüez
Puerto Rico 00681-9030
airivera@UPRM.EDU

Contenido

- Importancia del Mercado consumidor de carne de res.....1
- Editorial.....2
- Hay Noticias Alentadoras.....2

IMPORTANCIA DEL MERCADO CONSUMIDOR DE CARNE DE RES



MERCADEO se define como un conjunto de actividades complejas diseñadas para producir y distribuir un producto de la forma y manera en que los CONSUMIDORES lo desean.....

En el último número de **La Res Informativa** indicamos que la industria de carne de res de Puerto Rico no puede darse el lujo de seguir desatendiendo el mercado consumidor. Uno de los problemas que presenta el mercadeo del producto local es que en muy pocos supermercados del país está bien identificado y se presenta de forma atractiva para el consumidor. En muchos comparte las góndolas con el importado y en todos no existe información adecuada que oriente al consumidor sobre la calidad gustativa y nutritiva del mismo. La carne de toros, toretes, novillas y vacas de razas cárnicas y lecheras de edades diferentes se mezclan y resultan indistinguibles para el consumidor. No importa la calidad organoléptica ni el origen del producto, todo es igual y todo vale lo mismo por libra de peso. **Es un desorden de mercado tal, que anula cualquier esfuerzo que se realice para mejorar el producto que se ofrece.** Los resultados negativos se aprecian cuando la participación de la industria local en el mercado ha caído dramáticamente del 32% en 1997/98 a un 15% en el presente. Sin embargo, si se reconoce este mal endémico de nuestra industria de carne de res, aún se está a tiempo para revertir los hechos.



SERVICIO DE
EXTENSION AGRICOLA
COLEGIO DE CIENCIAS AGRICOLAS

Trabajo cooperativo de las unidades del Colegio de Ciencias Agrícolas: Facultad, Estación Experimental y Servicio de Extensión

NOTA DEL EDITOR

Las noticias más recientes son un poco estimulantes para la industria de carne de res de Puerto Rico, al menos si se observan las últimas estadísticas de la división homónima del Departamento de Agricultura del ELA. De acuerdo a ellas, la matanza de bovinos y por ende la producción de carne aumentó en cifras significativas en el año fiscal 2003-2004 respecto al anterior. La matanza se incrementó en 31% (a 62,944 animales) y la producción en un 12% superando los 26.4 millones de libras. Pero lo más interesante es que por primera vez en siete años, **el porcentaje de vacas sacrificadas fue menor que el de toros (35 vs. 44%)**. ¿Significará este último dato que se está reconstruyendo el hato de cría nacional o que ya no hay más vacas para matar excepto los descartes de vaquerías? Esperemos que sea por lo primero y que esta tendencia continúe y se repita en el año fiscal en curso. Que el hato de cría crezca nuevamente y que continúen los intentos de revitalizarla mediante diálogos sazonados con actitud positiva entre sus componentes. SIN DUDA, ES UNA BUENA SEÑAL PARA LA INDUSTRIA.

(viene de la página 1)

HAY NOTICIAS ALENTADORAS

1. Existe en Puerto Rico un mercado consumidor de carne de res que se ha mantenido relativamente estable en los últimos 24 años. El **Cuadro 1** sustenta esta afirmación. Aunque el consumo por persona al año sea un estimado que compendia carne en canal y carne limpia, es útil en la medida que refleja cierta estabilidad del mercado local de carne de res a lo largo de varios años. La otra cara de la moneda es la composición

de dicho consumo donde se observa un aumento consistente de la importación, llenando el espacio que deja la disminución en la producción local. Este dato es en sí alentador más que preocupante, en la medida en que actúe como aliciente para mejorar la industria local y revertir esta tendencia de las últimas décadas.

2. La marcada preferencia que muestra el consumidor por el producto local en las encuestas que se han realizado es algo que también obliga a la industria a modernizarse y a crecer. En 1999 la Oficina de Reglamentación de Carne de Res contrató los servicios de la compañía pri-

vada *The Marketing Center* para sondear la opinión pública respecto al consumo de carne de res en Puerto Rico. El 89% de los encuestados respondió que consume carne de res mientras que solo un 11% no lo hace. De los que la consumen, un 63% indicó que prefieren el producto local al importado. Estos números reflejan que del universo de consumidores, sean o no carnívoros, más de la mitad, 56% aproximadamente, comería carne de res del país. El problema radicaría en la disponibilidad de la carne de res local en sus carnicerías favoritas. Dos argumentos interesantes fueron los esgrimidos por los consumidores al justificar sus preferencias por el producto nativo: **su frescura y por solidaridad con la industria local**. Recientemente, en el 2003, otra encuesta realizada por estudiantes de Industria Pecuaria a nivel de la ciudad de Mayagüez arribó a números similares a los indicados en términos de consumo y preferencia de carne de res. Sin embargo, muy pocos tenían *cultura carnicera* por lo que no conocen los diferentes cortes que se ofrecen (lomillo;



Presentación de la carne importada Angus al público en los supermercados Xtra del área metropolitana

masa redonda; punta de cadera; etc.) ni las maneras distintas en que éstos se deben cocinar. Todo esto sin entrar en el tema de que no existe un **sistema de clasificación local** que oriente al consumidor sobre la calidad de la carne de res que compra. De lo expuesto, se deducen dos aspectos de suma importancia para la industria: **a) existe un mercado consumidor que prefiere el producto local y b) es necesario educarlo para consolidar dicha tendencia**. El punto de convergencia para satisfacer ese mercado es el abastecimiento de carne de calidad y es aquí donde la industria fracasa.

3. La carne de res de Puerto Rico es un producto bajo en grasa en relación a la que proviene de Estados Unidos. Presenta además otras bondades nutricionales debidas al sistema de alimentación en base al pastoreo de yerbas tropicales que fueron mencionadas en el número anterior de **La Res In-**

formativa. Existen pues, ventajas comparativas importantes del producto criollo que deben ser enfatizadas y divulgadas al consumidor. No se utilizan promotores de crecimiento o anabólicos hormonales exógenos porque la unidad básica de producción de carne es el toro que no los necesita, ya que sus testículos se los provee naturalmente. En Estados Unidos y otros países productores de carne los machos se castran para estimular la formación de grasa intramuscular o *marmoleo* ("marbling") y facilitar el manejo de los animales (ejemplo: machos y hembras pueden pastorear juntos o estar en un mismo corral de engorde). Si se adoptan medidas de control sanitario preventivo de los animales a nivel de finca que se agreguen a las que se toman a nivel de los mataderos requeridas por el USDA, la carne de res de Puerto Rico bien puede ser considerada como un producto **natural** e

inclusive en el caso de ciertos productores **orgánico**, bajo en grasa, colesterol y proveedor de ácidos grasos poliinsaturados como los de la familia omega 3. Todos factores claves para competir con el producto foráneo. Además, es información verificable, no presunta.

4. Los resultados de una tesis de maestría del programa de Tecnología de Alimentos del Colegio de Ciencias Agrícolas indicaron lo que se sospechaba (**Cuadro 2**):

Los valores del **Cuadro 2** son promedios de tres músculos (lomillo, masa redonda y lechón de mechar). Estos claramente indican que la carne de PR tiene un contenido menor de grasa intramuscular pero a su vez es menos tierna. Lo primero es favorable pero lo segundo constituye el problema principal de calidad que es necesario enfrentar para aumentar la capacidad competitiva del producto local. El consumidor detecta que la carne de PR es más dura y eso tiene explicaciones que escapan al propósito de este artículo y que en otra oportunidad comentaremos.

El número anterior de *La Res Informativa* formulaba una pregunta que traemos nuevamente a colación: **¿Qué hacer para recuperar nuestro espacio en el mercado consumidor de carne de res en Puerto Rico?** A lo expresado en aquel artículo y de la perspectiva de los ganaderos, agregamos ahora la importancia que tiene en este asunto crucial desarrollar estrategias de mercadeo en conjunto con los otros segmentos de la industria (procesadores y detallistas), educando al consumidor a través de una propaganda efectiva de los méritos nutritivos de la carne que se produce localmente. Este es un esfuerzo que de rendir frutos, incrementando la demanda

Cuadro 1. Producción local, importación y consumo de carne de res en años selectos.

Años	Producción local ¹	Importación ²	Disponible ²	Consumo per cápita ³
1979/80	48,676	88,342	137,018	42.8
1989/90	48,676	112,746	158,886	45.1
1990/91	27,293	110,924	144,262	37.8
2000/01	23,473	140,427	167,720	43.8
2002/03	20,743	136,236	159,709	41.4
2002/03	20,743	134,964	155,707	40.2
2003/04	26,582	160,521	187,103	48.2

¹ Miles de libras de canal caliente.

² Miles de libras de importación neta.

³ Lbs/año, corregido por el aumento poblacional.

Fuente: Oficina de Estadísticas Agrícolas; Depto. de Agricultura del ELA.