

SOCIEDAD RURAL DE MAR CHIQUITA

Afiliada a C.A.R.B.A.P.

Gral. Paz 328 – Tel/-Fax: 02265 – 432542

e-mail: ruralmarchi@yahoo.com.ar

(7174) CORONEL VIDAL

PROYECTO CARNE A PASTO **ZONA SUDESTE** **CARBAP 2025**

Agregar valor a nuestra Ganadería aprovechando el recurso más abundante y económico de nuestra Pampa Humedad, identificándolo como “Carne a Pasto del Sudeste”

Interactuaran las Sociedades Rurales con sus productores, el INTA, el IPCVA y nuestras agregadurías comerciales en el Extranjero.

Un nuevo desafío para la Zona Sudeste liderando no solo la Acción Gremial sino trabajando para mejorar los ingresos de nuestros Asociados.

La ganadería australiana atiende en todos los mostradores

Hay nueva demanda para la carne generada a partir de hacienda terminada a pasto. Cómo se maneja este país para aprovechar esta y otras oportunidades que ofrece el mercado global

Por Claudio Gianni

11 Sep, 2024 01:39 p.m. AR

[Guardar](#) El engorde de ganado a pasto es una de las muchas variantes productivas que ofrece Australia a sus clientes (Revista Chacra)

No puede desconocerse la condición exitosa de la ganadería australiana, por supuesto en **un contexto totalmente distinto respecto de nuestra producción pecuaria**. En la nación de Oceanía todo juega a favor del desempeño de la actividad privada, la macro colabora y las leyes e impuestos son razonables. La diplomacia comercial del país le ha abierto numerosas puertas en todo el planeta de la mano de reglas de juego estables, gobierne quien gobierne Australia.



Te puede interesar: **Cayó 10% el consumo de carne vacuna en agosto**

Hecha la salvedad, la noticia pasa por el surgimiento de un sector productivo asociado a carne vacuna Premium, que se centra en el ganado terminado a pasto, justamente en un país donde el corral tiene un rol muy destacado. Una publicación especializada australiana asegura que este sector emergente está impulsado principalmente por la **demanda de los consumidores de productos con menor huella de carbono**, así como por un creciente interés en la carne vacuna orgánica, nacida de la ganadería regenerativa y con etiqueta de sostenibilidad.

Negocios son negocios. Es cierto que **los australianos han ido generando carne vacuna a la medida de cada cliente**, más allá de los juicios de valor que puedan hacerse sobre las razones de una demanda determinada. No se plantean la coincidencia o no con las ideas del comprador, simplemente **buscan colocarse como abastecedores privilegiados en cada caso**. Hoy por hoy consideran que tienen una oportunidad única para sostener su dominio en los mercados de exportación en los que predomina la carne proveniente de feedlot, y al mismo tiempo pretenden aprovechar la **creciente demanda de carne vacuna de primera calidad a partir de hacienda alimentada exclusivamente con pasto**, para un segmento de consumidores emergente. En el mercado dicen que Australia es un ejemplo de adaptabilidad a las cambiantes preferencias de los clientes del mundo desarrollado.

■
Te puede interesar: **Trigo: exportaciones concentradas y baja performance**

Entre ellos, **Japón, Corea del Sur y China han preferido durante mucho tiempo la carne de feedlot** por su rico veteado, ternura y calidad constante, atributos muy valorados en sus tradiciones culinarias. La demanda actual de este tipo de carne garantiza que Australia siga disfrutando de **una cuota estable y lucrativa dentro de estos mercados de exportación tradicionales.**

~~Según la Revista Gentes~~ El ganado terminado en feedlot ha ido del 25% en 2000 a un 40-45% en los últimos años. Sin embargo, si bien el sector alimentado con granos ha crecido, es importante señalar que todavía representa una proporción menor del total de ganado vacuno en producción, respecto de países como Estados Unidos, donde alrededor del 90% de la hacienda se engorda en corrales. **En Australia, el gordo proveniente del feedlot explica el 38% de la faena.**

El ganado terminado en feedlot ha ido del 25% en 2000 a un 40-45% en los últimos años. Sin embargo, si bien el sector alimentado con granos ha crecido, es importante señalar que todavía representa una proporción menor del total de ganado vacuno en producción, respecto de países como Estados Unidos, donde alrededor del 90% de la hacienda se engorda en corrales. **En Australia, el gordo proveniente del feedlot explica el 38% de la faena.**



Te puede interesar: **Economía circular en acción: un frigorífico convierte desechos en biogás y compost**

De todos modos es una veta especializada, que incluye por caso los **estrictos protocolos vinculados con las exigencias de Japón**, que deben cumplirse desde el minuto inicial del engorde a corral y que incluso involucran la faena.

En contraste con estos mercados tradicionales, existe un **segmento creciente de consumidores en Estados Unidos, la Unión Europea y el Reino Unido** que buscan cada vez más carne de primera calidad surgida a partir de

hacienda alimentada con pasto. Estos consumidores dicen estar detrás de la sostenibilidad ambiental y de ciertas consideraciones éticas, y perciben este tipo de carne como una alternativa más saludable debido a sus **niveles más altos de ácidos grasos omega-3 y antioxidantes**. Además, se comercializa con una huella de carbono más baja, lo que atrae a determinados consumidores de alto poder adquisitivo.

El auge de este mercado ofrece a Australia una importante oportunidad para **diversificar sus exportaciones de carne vacuna** y capitalizar la creciente demanda de alimentos producidos de forma sostenible y respetuosa con el ambiente, de nuevo, más allá de que existan otros esquemas para llegar al mismo resultado. El cliente siempre tiene la razón.

El **desarrollo de marcas premium específicas** tanto en el sector de animales alimentados con cereales como en el de hacienda engordada a pasto, mejora aún más la posición competitiva de Australia. Episode 3 destaca programas como Never Ever, de Greenham, la gama Coles Graze, la gama de carne de vacuno alimentado con pasto Woolworths Macro y la gama Hewitt Agribusiness Organic Meat Company. Todos atienden diversas preferencias de los consumidores.

~~El programa Never Ever, de Greenham, se diferencia de~~
~~El programa Never Ever, de Greenham, se diferencia de~~

El programa Greenhams Never Ever, por ejemplo, enfatiza las **cualidades naturales de su carne libre de antibióticos**, atrayendo a los consumidores preocupados por incorporar a la dieta alimentos más sanos. De manera similar, Graze de Coles y Macro Grass-fed de Woolworths se dirigen al mercado con **productos que son rastreables y generados de manera sostenible**, mientras que Hewitt Agribusiness se centra en **prácticas orgánicas y**

regenerativas, atendiendo a un acotado pero creciente segmento de consumidores conscientes de la importancia de preservar el ambiente.

El doble enfoque permite a Australia abarcar todo el abanico de exportaciones, y así **reducir el riesgo de una dependencia excesiva de un solo mercado o tipo de producto**. También proporciona resiliencia frente a las fluctuaciones del mercado, garantizando que la industria pueda adaptarse a las preferencias cambiantes de los consumidores y a las alteraciones de las condiciones económicas.

La capacidad del sector pecuario australiano para atender tanto a los mercados tradicionales alimentados con cereales en Asia como a los mercados emergentes para hacienda engordada con pasto en Occidente, **le garantiza éxito a largo plazo**. Al aprovechar sus fortalezas en ambas áreas, Australia puede mantener su lugar como productor líder de carne vacuna a nivel mundial mientras se adapta y **capitaliza las nuevas tendencias de consumo**.

La Argentina tiene todas las condiciones para ir por el mismo camino, pero **necesita empezar por una macro ordenada y un Estado que deje de meterle la mano en el bolsillo al productor**, al tiempo que libere de trabas que hoy pesan sobre la actividad privada.

Compartir nota: