

Sector primario:

Este sector está compuesto por criadores que realizan el ciclo de cría completo y la comercialización en el mercado interno. Al iniciar la actividad los productores deben comprar reproductores adultos a criaderos ya establecidos ya que a diferencia del mercado bovino no existen cabañas especializadas en el mejoramiento genético para la comercialización de reproductores. También es inexistente la comercialización de animales para su posterior recría.

Precios de reproductores:

Hembras: \$700

Machos : \$600

Se necesita un macho cada cinco hembras los cuales además de cumplir la función de progenitores se encargan del cuidado de los charitos (pichones).

Cada hembra pone un promedio de 30 huevos por temporada.

Precios de alimento balanceado:

Ñandú Iniciador: \$44 + IVA bolsa de 40 kg Ñandú Adulto: \$42,40 + IVA bolsa de 40 kg



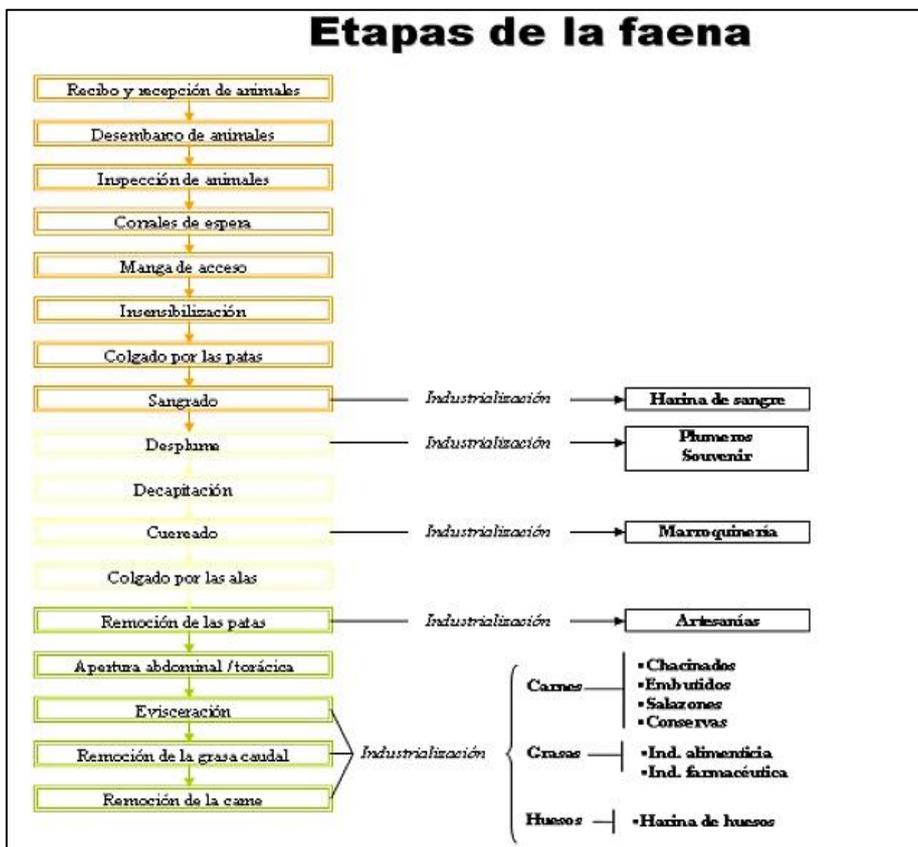
Categoría	Consumo por animal		Costo por animal	Cantidad de animales	Costo total
	Cantidad kg/año	Alimento Precio/kg			
Reproductores	216	\$ 1,06	\$ 228,96	52	\$ 11.906
Cría	48	\$ 1,10	\$ 52,80	540	\$ 25.645
Recría	56	\$ 1,06	\$ 59,36	432	\$ 27.373
IC4:1					\$ 64.924

Por animal se obtiene

	<u>Precio de mercado</u>
Carne : 7 kg	\$40/kg + IVA
Cuero : 0.55m	\$120/unidad + IVA
Pluma : 350 g	\$ 90/kg + IVA

Sector secundario Frigoríficos

- El número de establecimientos frigoríficos habilitados por Senasa para la faena de ñandúes ha variado y fluctuado notablemente desde el año 2005 al 2010. Durante el 2008 se llegó a habilitar un máximo de 6 establecimientos localizados en la región pampeana del país (Entre Ríos, San Luis, Córdoba y Buenos Aires) de los cuales 4 faenaron ese año un total de 594 cabezas, esto estaría representando un total de 594 cueros, 5.346 kg carne (a 9 kg/ave), 534 kg grasa (a 0.9 kg/ave) y aproximadamente 200 gr plumas/ave. A la fecha de realización de este informe dos plantas mantienen habilitado el rubro para faena de ñandú, El Trébol en la provincia de San Luis, y el Frigorífico del Sur en la provincia de Córdoba (MAGyP, 2010)



Establecimientos Frigoríficos Habilitados por el Senasa Período 2005 al 2009

Año	Total frigoríficos		Provincia
	Habilitados	que Faenaron	
2005	2	1	Entre Ríos
2006	3	2	Entre Ríos - San Luis
2007	4	1	Entre Ríos - San Luis - Buenos Aires
2008	6	4	Entre Ríos - San Luis - Buenos Aires - Córdoba
2009	5	2	Entre Ríos - San Luis - Buenos Aires - Córdoba

Fuente: MAGyP – Área Especies No Tradicionales, Dirección de Animales Menores y de Granja en base a datos del Senasa.

Los frigoríficos cobran a los productores un valor aproximado de \$47/animal.

Análisis del mercado

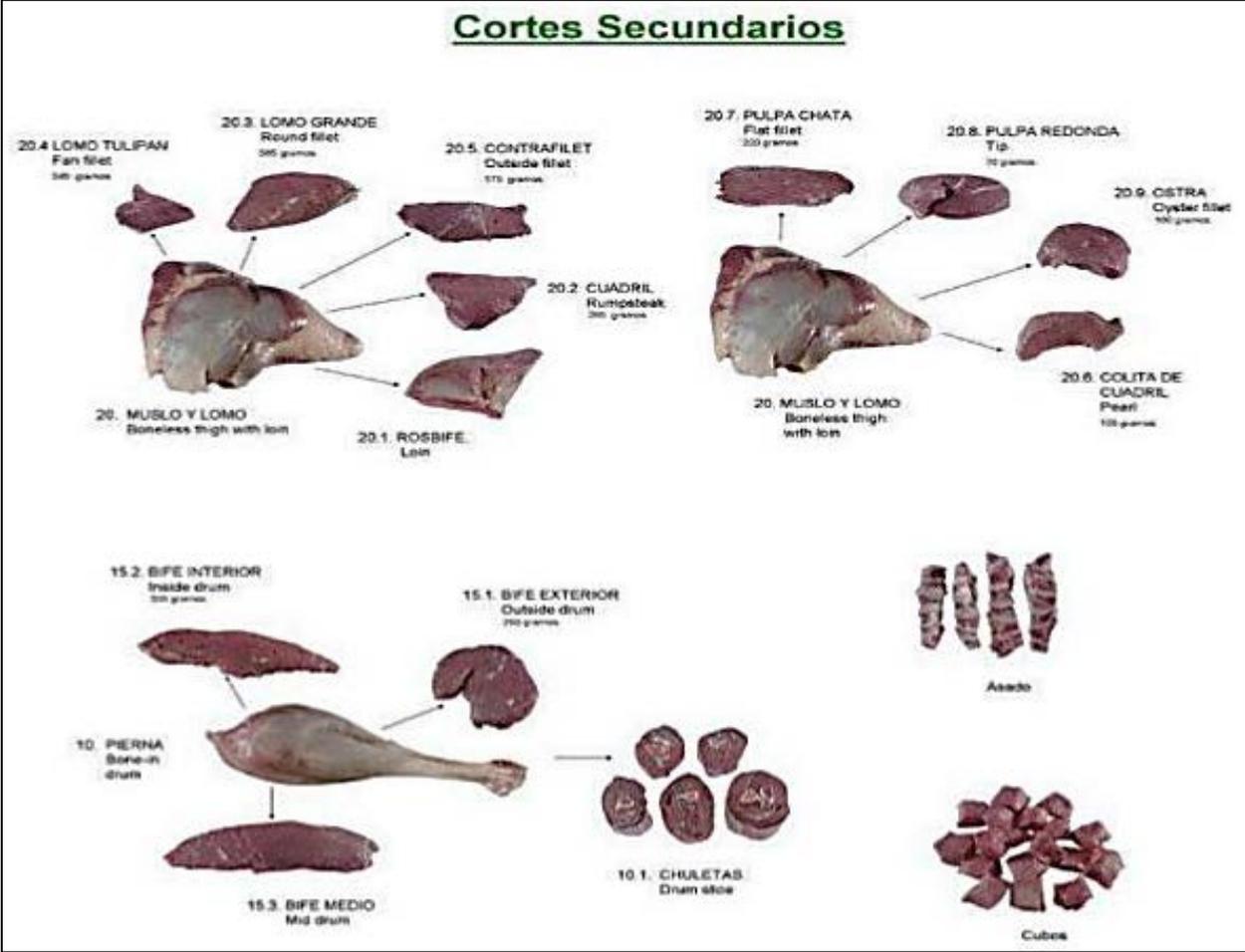
- **Oferta:** En Argentina el número de criaderos de ñandúes ha disminuido desde el 2002 a la fecha. El primer dato referencial de la existencia de criaderos y plantel de reproductores en el país ha sido posible obtenerlo a través del **Censo Nacional Agropecuario 2002**. Los datos arrojados dan cuenta de un total de 163 criaderos de ñandú con 2.270 reproductores, incluyendo el género *Rhea* y *Pterocnemis*. Se excluye la región NOA (Provincias de Catamarca, La Rioja, Jujuy, Salta, Santiago del Estero y Tucumán), y la provincia de Tierra del Fuego ya que el Censo no especificaba datos por especies en esa región.

El Censo da cuenta de un total de 157 criaderos, incluyendo este censo tanto al ñandú pampeano (*Rhea americana*) como al choique patagónico (*Pterocnemis pennata*). Quedaron excluidas del relevamiento las provincias que se agrupan en la región NOA (Catamarca, La Rioja, Jujuy, Salta, Santiago del Estero y Tucumán), ya que no fue consultada la existencia por especies. En la actualidad los criaderos tanto de ñandú como de choique que han permanecido en la actividad (aproximadamente 50), han optimizado las prácticas de manejo y estandarizado el sistema de incubación.

CRIADERO	LOCALIZACIÓN	ANIMALES
Establecimiento López	Florencio Varela	35 adulto 256 juveniles (machos y hembras)
Ñandureta	Pilar	500 Juveniles, 1000 Charos
Rhea Lobos	Lobos	9 adultos 82 juveniles
Rhea Pampa	Zarate	89 adultos (50 hembras - 39 machos) 125 juveniles
Los Talas	Pilar	250 (100 reproductores, 150 para engorde)
La Carbideana	San Vicente	37 (25 hembras, 12 machos)
Ñanducoy	Chivilcoy	20 adultos 120 Juveniles (entre machos y hembras)
Establecimiento del Sur	Cañuelas	320 adultos 90 juveniles
La Soñada	Tandil	16 adultos 4 juveniles

- **Demanda:** formada por la cocina gourmet

No existe una definición del “alimento gourmet”, sino que se trata más bien de un juicio cultural. El mercado gourmet está compuesto por productos exclusivos que exceden la base de las necesidades o del consumo inmediato. Se elige la marca por lo que comunica y por lo que refleja de su usuario como proyección de la individualidad. A diferencia de las commodities, vinculadas a altos volúmenes de producción y bajos precios, los alimentos gourmet se caracterizan por tener una oferta limitada, alto valor diferencial y formas especiales de comercialización. Por otra parte, en un mercado globalizado como el actual, que tanto estima la calidad de las materias primas empleadas, la autenticidad y originalidad de los productos refuerzan el valor agregado.



En el mercado interno, el canal tradicional de comercialización han sido los restaurantes, aunque desde hace algunos años empezaron a desarrollarse negocios minoristas dedicados a productos Premium o que incluyen en sus góndolas y estanterías esta categoría de alimentos. Según fuentes privadas el mercado gourmet argentino está creciendo del 28% al 30% anual.

En referencia al destino de las delicatessen argentinas, Estados Unidos compró el 21% de los alimentos gourmet argentinos exportados. Rusia, Alemania, Brasil y Chile adquirieron el 34% del total, mientras que el 45% restante tuvo como destino más de 136 países, entre los que se destacaron Japón, México y el Reino Unido

Los productos de esta cocina tienen asociado un alto valor agregado, lo que permite obtener altos precios en la venta de estas carnes. Para la comercialización de la carne de ñandú, se optó por dirigirse a tres sectores claramente diferenciados:

- Restaurantes de primer nivel, que incluyen en sus platos carnes exóticas y que dirigen su oferta a comensales de alto nivel adquisitivo o turistas que buscan degustar exquisiteces propias de nuestra tierra.
- Grandes cadenas de hoteles con cocina internacional, que incorporan dentro de sus servicios la “cocina gourmet”.
- Empresas dedicadas al embutido o chacinado, que tienen como finalidad ofrecer productos (escabeches, paté, chorizos, jamón) con nuevos sabores (jabalí, ciervo, ñandú, vizcacha, etc.)

DATOS RELEVADOS DE COMPRA DE CARNE DE ÑANDU (2010)		
<u>Sectores a los que se dirige la</u> Oferta	<u>Kg de carne (mes)</u>	<u>Kg de carne (Año)</u>
Hoteles y restaurantes		
➤ Sabores de la Argentina	120 kg	1440 kg
Empresas elaboradoras de embutidos y chacinados:		
➤ Lemun	200 kg	2400 kg
➤ Kiyen Witrú	105 kg	1260 kg
➤ Secretos del monte	120 kg	1440 kg
TOTAL DEMANDA ESTIMADA DE CARNE		6540 kg/año

Mercado internacional: en estos momentos hay una fuerte demanda extranjera de carne de ñandú. En Estados Unidos, Francia, España, Italia y Suiza se consume mucho este tipo de carne - muy magra y parecida a un lomo de ternero.

A pesar de esto en nuestro país no existen las exportaciones de este producto ya que no se cuenta ni con una producción lo suficientemente grande ni con las normativas necesarias. Es por ello que los productores deben limitarse a la comercialización en el mercado interno.

Análisis FODA

Fortalezas

- La carne de ñandú tiene buen sabor y es similar en textura y apariencia a la carne de ganado vacuno. Sumamente alta en hierro y proteínas, es considerablemente más baja en grasa, colesterol y calorías que la de vacuno.
- Posee claras ventajas comparativas respecto a las demás carnes rojas
- El manejo del ñandú es muy similar en cuanto a alimentación y cuidado que el ganado.
- Los ñandúes se reproducen prolíficamente hasta los 40 años, y producen 5 veces más volumen de carne y cuero que el vacuno. Además necesita la sexta parte del pienso que necesita una res y al mismo tiempo produce una piel suave y resistente y tiene una mejor conversión de comida en carne que cualquier otro animal de granja.
- En el aspecto gastronómico, existen variadas formas de cocinar la carne, siendo un manjar en todas sus presentaciones en los platos.
- El ñandú requiere menor espacio por animal que el ganado vacuno

Oportunidades:

- Existe la preocupación, por un lado, de los ganaderos por criar animales más productivos; y por otro, de los consumidores que optan por productos más saludables ya que empieza a surgir en el mundo una preferencia generalizada por los alimentos bajos en calorías, grasa y colesterol; esta cultura de alimentación sana ha crecido de manera importante en los últimos años, y es aquí donde la carne de ñandú surge como una alternativa interesante debido a sus características.
- Esta especie posibilita la comercialización del 95% del animal permitiendo encontrar rentabilidad en los subproductos.
- Al tratarse de una actividad en etapa de iniciación la competencia de producción es escasa.
- Tiene una alentadora visión a futuro dadas sus características saludables .
- Mediante estrategias de marketing es un potencial competidor con la carne vacuna en las góndolas de supermercados y carnicerías
- Al tratarse de un animal autóctono y rustico no requiere de grandes cuidados sanitarios.
- Con el crecimiento de la producción se podría exportar posibilitando nuevos mercados.

Debilidades:

- Necesidad de un mercado definido y precios establecidos.
- Imposibilidad de competir en mercado internacional
- Falta de incentivos por parte del Estado
- Escasa información técnica para la producción .
- Reducido numero de frigoríficos funcionando.
- No es un producto típico de góndola en nuestro país.
- Alta mortandad de polluelos hasta los 3 meses de vida.
- Precios de reproductores elevados.

Amenazas:

- Cierre de frigoríficos habilitados por SENASA.
- Consumidores ortodoxos no dispuestos a considerar el producto como una alternativa de consumo.
- Disminución de productores por falta de mercado.
- Falta de incentivo por parte del Estado y sectores Agropecuarios.

Conclusiones: el comercio de la carne de ñandú se encuentra en una etapa de formación inicial donde el mercado aun no se ha definido. Teniendo en cuenta el creciente consumo de carnes exóticas y la alta calidad que presenta la carne de ñandú podemos considerarlo un potencial competidor en góndolas a mediano plazo si se establece un marketing adecuado y una producción creciente.

Además cabe destacar la comercialización de los subproductos especialmente la del cuero, el cual es muy demandado por la industria de la marroquinería.

En cuanto al sector primario, es necesario brindar información, mejorar las técnicas de manejo e incentivar a nuevos inversores haciendo énfasis en las ventajas que posee este sector productivo en comparación a la cría bovina tales como la alta carga animal por superficie, la conversión de alimento en carne, el similar manejo, el aumento en la biodiversidad, entre otras.

Bibliografía

- **Asociación de Criaderos de Ñandúes Argentinos (ACRIÑA)**
<http://www.acrina.com.ar/>
- **Criadero Rhea Pampa** <http://www.rheapampa.com.ar>
- **Dirección de Recursos Naturales, Gobierno de La Pampa**
<http://www.drn.lapampa.gov.ar/Fauna/RegistroDeCriaderos.htm>
- **Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca**
<http://www.minagri.gob.ar/SAGPyA/ganaderia/niandues/index.php>
- **Proyecto Ñandúes – Universidad Nacional de Córdoba**
<http://www.efn.uncor.edu/departamentos/cza/nandues/compendio.htm>
- **Taller Sostenibilidad de la Cadena de valor de la Carne y Cuero de Ñandúes.**
Realizado el pasado 31 de Mayo y 1 de Junio de 2010 en la EEA – INTA Balcarce.
<http://www.inta.gov.ar/bariloche/actual/2010/tallerRecursosNaturales.htm>
- **Empresa Chacinadora “Kiyen witrú” (Santa Rosa, La Pampa**

Volver a: [Producción de ñandúes](#)