

4 Caracterización del mercado nacional

En este capítulo se analiza el comportamiento de las principales variables asociadas al mercado de carne de cerdo en Honduras. Se incluye el análisis de los resultados de la encuesta levantada a consumidores en el marco de este estudio, en diferentes ciudades del país.

4.1 Tendencias generales

4.1.1 Comportamiento producción

De acuerdo a datos obtenidos en el Banco Central de Honduras (B.C.H.) y en Anuarios Estadísticos de la F.A.O., en los últimos cinco años la producción de carne de cerdo y el hato porcino nacional, han mostrado bajas tasas de crecimiento, presentando incluso niveles de estancamiento, tal es el caso del año 2000, en donde la producción estimada de carne de cerdo es de 17.0 miles de toneladas de carne, proveniente de un hato de alrededor de 659.6 miles de cabezas. El estancamiento de la producción obedece a diversos factores, tales como: la carencia de profilaxis y tratamientos de enfermedades en forma sistemática (Fiebre Porcina Clásica, Leptospira, parasitismo interno y externo, fungosis, carenciales, practicas de desinfección, entre otras), alimentación no balanceada de los animales, instalaciones nulas o defectuosas, libre movilización del cerdo, incorrecta eliminación de excretas, existencia limitada de letrinas, inadecuada comercialización, carencia de inspecciones veterinarias oficiales, ausencia de requisitos sanitarios mínimos.

Cuadro 4.1
Producción de carne de cerdo y hato porcino en Honduras

Años	Carne de Cerdo (Miles de toneladas)	Hato (Miles de cabezas)
1995	14.0	602.1
1996	15.0	630.0
1997	15.0	644.6
1998	16.0	647.2
1999	17.0	666.3
2000	17.0*	659.6

*Estimado

Fuente: Banco Central de Honduras y Anuarios Estadísticos de FAO 1997 y 1999.

Al respecto, es importante destacar que en Honduras existen dos categorías de sistemas de producción: el tradicional que representa el 85% de la producción y el tecnificado que corresponde al 15% restante. La mayor parte de los problemas que enfrenta la porcicultura hondureña, descritos anteriormente, se presentan principalmente en el sistema tradicional, ya que en el sistema tecnificado se llevan controles zootécnicos y sanitarios, utilizan alimentos concentrados y poseen instalaciones adecuadas.

4.1.2 Consumo

A partir de cifras de producción nacional e importaciones, se ha estimado un consumo aparente de 3.57 kg/persona/año para el caso de Honduras; el cual resulta muy por debajo del consumo promedio per cápita mundial que es de 14.73 Kg. por habitante.

Cuadro 4.2

Consumo aparente de carne de cerdo en Honduras

Concepto	Valores	Notas
Producción nacional	17,000	1/
Importaciones	5,521	
<i>Cerdos en pié</i>	611	2/
<i>Embutidos</i>	607	2/
<i>Carne de cerdo</i>	4,303	3/
Total disponible (Miles de Kg)	22,521	
Población (En miles)	6,300	
Consumo per cápita	3.57	4/

Notas:

1/ Dato corresponde a 1999. Fuente: FAO. Anuario Estadístico 1999.

2/ Fuente: Según datos en poder de la Asociación de Embulidores de Honduras

3/ Fuente: Banco Central de Honduras

4/ Kilogramos por persona al año.

Al analizar el consumo de carne de cerdo por ciudad, de acuerdo a los datos obtenidos en la Encuesta de Ingresos y Gastos realizada por el Banco Central de Honduras se observa que dicho consumo en el área urbana, está concentrado en las siguientes ciudades:

Cuadro 4.3 Distribución del consumo de carne de cerdo. 2000

Ciudad	Consumo (En porcentaje)
La Ceiba	31.2
San Pedro Sula	27.6
Tegucigalpa	23.6
Comayagua	7.0
Juticalpa y Danlí	4.2

Fuente: Banco Central de Honduras. Encuesta de Ingresos y Gastos, ENIGH 1988-99

4.1.3 Legislación e instituciones relacionadas

En Honduras, la protección y sanidad de los animales, y la conservación de sus productos y sub-productos contra la acción perjudicial de las plagas y enfermedades, es contemplada en la Ley Fito Zoosanitaria emitida mediante decreto No. 157-94. El cumplimiento de los objetivos planteados en dicha ley, es responsabilidad de la Secretaría de Agricultura y Ganadería, a través del Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria (SENASA).

En lo referente a sanidad animal, SENASA es la encargada de: el diagnóstico y la vigilancia epidemiológica de las plagas y enfermedades; la inspección higiénico-sanitaria y tecnológica de los productos de origen animal y de los establecimientos que los elaboran; el control cuarentenario de las importaciones, exportaciones y tránsito de animales, productos, subproductos, y medios de transporte; de los programas y campañas de prevención, control y erradicación de las plagas y enfermedades de los animales; la adopción, normatización y aplicación de las medidas fito zoosanitarias para el comercio nacional, regional e internacional de animales, sus productos e insumos agropecuarios; la organización, ejecución y control de la acreditación profesional y de empresas para programas fitozoosanitarios; entre otros.

Asimismo, la Ley establece las infracciones y sanciones que la Secretaría de Agricultura deberá aplicar en los casos que personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, dedicadas a

las actividades agropecuarias, que infrinjan las normas y procedimientos establecidos, con la finalidad de garantizar la salud de los pobladores y de los animales. Dichas multas pueden ser de tipo monetario, en cuyo caso oscilan entre Lps. 100.00 a Lps. 500,000.00, o también pueden consistir en suspensiones temporales o definitivas de registros, autorizaciones, certificados y permisos; decomisos, destrucción, sacrificios, y clausura temporal o definitiva, parcial o total.

Sin embargo, a pesar de que existe la normativa anteriormente descrita, la carencia de controles eficaces impiden que la misma sea debidamente aplicada, y que en el caso de transgredirla los infractores sean sancionados, por ejemplo:

- Es necesario aplicar normas higiénicas estándares en los rastros, para lo cual se debe crear la normativa y su adecuada aplicación, así como también la debida supervisión.
- Con relación a los insumos utilizados, se vuelve indispensable la aplicación de la normativa referente a pesos y medidas; para procurar transparencia y confianza en el intercambio de equivalencias entre proveedores de insumos, productores, intermediarios y procesadores, y los consumidores finales de carne de cerdo.
- En cuanto al proceso de importación, es conveniente la aplicación estricta de los aranceles y de los incentivos especificados, para por un lado, favorecer la importación de pie de cría; pero por otro, evitar el otorgamiento de estos incentivos en caso que se introduzca cerdo en etapa final destinado al sacrificio consumo.

4.1.4 Comercialización

El comercio de la carne de cerdo en el ámbito nacional, es diferente según el sistema de producción: tradicional o tecnificado. En el primero, la venta del animal en pie se hace a través de intermediarios, cuando el cerdo obtiene el peso apropiado los animales son llevados a plazas o directamente a los rastros (la mayoría municipales) donde son sacrificados, sin contar con las debidas inspecciones sanitarias. Además, por tratarse de una comercialización indirecta, la incidencia en los precios es negativa al encontrarse los productores dispersos; en tanto, en el segundo sistema, la comercialización en su mayoría se realiza según contratos establecidos directamente con plantas industriales, o más bien forman parte de una empresa que maneja toda la cadena, desde la producción, industrialización y comercialización del cerdo.

A nivel internacional, el comercio de carne de cerdo se caracteriza por la inexistencia de exportaciones y la tendencia creciente de las importaciones provenientes de Estados Unidos, Canadá, y el resto de los países centroamericanos, tal como se aprecia en los siguientes gráficos:

Gráfica No. 1 Importaciones de Carne de la Especie Porcina. 1990-2000

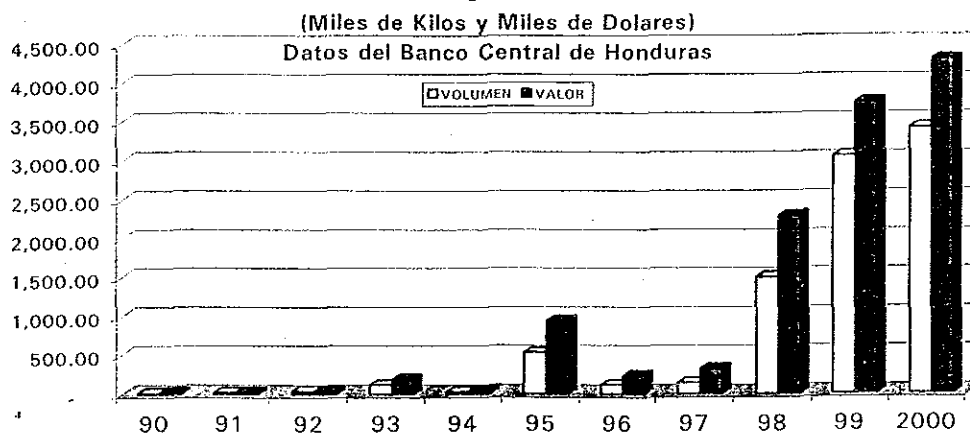
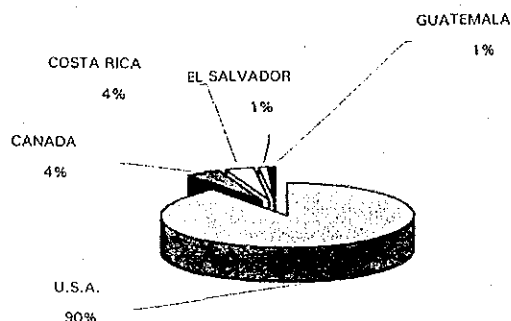


Gráfico No. 2 Importaciones de Carne de Cerdo por país de procedencia durante el periodo Enero-Julio del 2001



Fuente: A partir de cifras del Banco Central de Honduras

Con relación a las importaciones, en opinión de los gerentes de supermercados y de las procesadoras entrevistados, la preferencia por adquirir esta carne en mercados externos obedece principalmente al menor precio obtenido en comparación a los precios nacionales, a la forma de presentación del producto adquirido en el exterior (envasado al vacío) que proporciona una mayor duración del producto, a los controles sanitarios existentes en los países de donde proviene la carne que garantizan la inexistencia de enfermedades, a la fácil obtención de las partes del cerdo que más se demandan, y a la menor proporción de grasa de la carne importada que se traduce en mejor calidad, entre otras.

En el cuadro No. 4.4 se puede observar las partes del cerdo que están siendo compradas en mercados externos, puesto que reúnen las condiciones ya enunciadas, que los establecimientos de venta al consumidor (específicamente los supermercados) exigen, y que en opinión de estos no son proporcionados por los productores nacionales, dado que sus costos aumentarían incidiendo en un mayor precio de venta, que lo volvería menos competitivo con relación a los que se ofrecen en el exterior. Al mes de junio del 2001, las presentaciones que más se demandaron son la carne de cerdo, los cortes de cerdo, la chuleta y la costilla, constituyendo el 81.2% del total importado.

Cuadro 4.4
Importaciones de carne de cerdo en distintas presentaciones. Enero – Junio 2001 (En porcentajes del total)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	TOTAL
Carne de cerdo	7.1%	7.4%	14.4%	2.5%	6.7%	8.6%	46.7%
Cortes de Cerdo	3.9%	2.3%	3.7%	5.9%	3.6%	1.8%	21.1%
Chuleta	1.7%	0.9%	0.8%	1.7%	1.3%	1.2%	7.5%
Costilla	1.0%	0.8%	0.3%	0.3%	0.7%	2.8%	5.9%
Canales Cerdo	1.6%	1.6%	0.5%	0.0%	0.0%	0.4%	4.1%
Tajo	0.6%	1.4%	0.0%	0.7%	0.3%	0.3%	3.2%
Lonjas	0.0%	0.0%	0.2%	1.3%	0.7%	0.7%	3.0%
Embutidos	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.1%	0.8%	1.3%
Patitas	0.5%	0.0%	0.6%	1.0%	0.1%	0.1%	2.3%

Tocino	0.5%	0.5%	0.0%	0.4%	0.6%	0.1%	2.1%
Corazones	0.4%	0.2%	0.2%	0.3%	0.2%	0.2%	1.5%
Pierna	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%
Otros (lascas, paletas, lomo, pate)	0.7%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.9%
Total	453.70	397.4	525.2	365.2	363.3	431.7	2536.5

4.1.5 Reglamentación del Comercio de carne de Cerdo

Al igual que en el resto de los países miembros de la Organización Mundial de Comercio (O.M.C.), Honduras ha asumido iguales compromisos con relación al comercio internacional de la carne de cerdo. Al respecto, actualmente las compras de carne de cerdo provenientes del exterior pagan un arancel del 15% al valor de la importación, y también se exige certificaciones sanitarias del país exportador, con excepción del comercio regional centroamericano, que según el Tratado General de Integración Económica Centroamericano, establece un libre comercio de carne de cerdo. También se han concretado dos tratados de libre comercio con México y República Dominicana, en el primero la carne de cerdo no se incluyó, y en el segundo, se estableció una desgravación arancelaria a tres años (10% primer año, 5% segundo año y 0% tercer año), que finalizan en el año 2005.

4.1.6 Precios

De acuerdo a los datos proporcionados por los poricultores de las cinco zonas encuestadas, para el año 2,000 el precio promedio al que vendieron el cerdo en canal sin cuero fue de Lps. 12.83 por libra, en tanto que el precio al que vendieron la libra de cerdo con tocino fue de Lps 13.45.

Al comparar estos precios pagados a los productores nacionales versus el precio promedio de la carne de cerdo importada que fue de alrededor de Lps 11.35⁷ para ese mismo periodo, se observa que existe un diferencial que oscila entre el 13% y 19% más alto en los precios nacionales, que hace menos competitivos a estos últimos. En este sentido, es importante agregar que la carne de cerdo importada que es adquirida por las procesadoras y los supermercados, posee una presentación más acabada que la nacional, dado que ya viene con los cortes solicitados por el comprador y debidamente empaquetada, generalmente en envasado al vacío, condiciones que de ser asumidas por el productor nacional, incrementarían sus costos, elevando el precio y el diferencial ya existente.

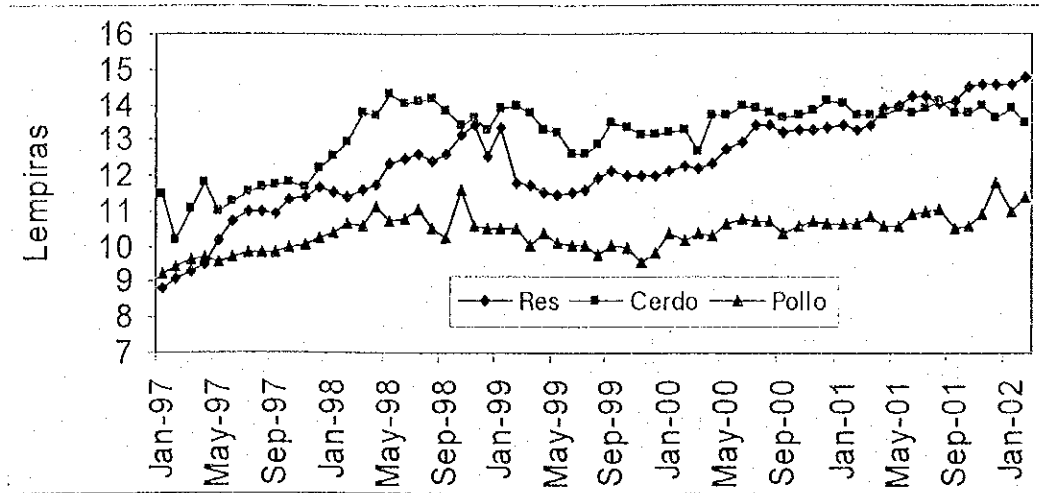
De acuerdo a las fuentes secundarias investigadas, la mayor competitividad de los precios externos radica principalmente en las economías de escala utilizadas por los productores porcinos en los países desarrollados (U.S.A., Canadá), la integración vertical que los megaproyectos han realizado, especialmente en lo relacionado a los concentrados alimenticios, que han permitido la obtención de menores precios de los mismos, la aplicación de una tecnología genética más avanzada que proporciona mayores rendimientos, la dotación de subsidios a los productores (Unión Europea, U.S.A.), entre otros.

Al comparar el comportamiento de los precios de la carne de cerdo con otras carnes, que se consumen en el mercado nacional, durante el periodo comprendido entre enero de 1997 y enero del presente año, se observa que el precio de la carne de cerdo ha sido mayor que los precios de la carne de pollo durante todo el periodo, mostrando similar tendencia al compararlos

⁷ El precio promedio importado de Lps. 11.35 es resultado de dividir el valor de las importaciones del año 2,000 entre la cantidad total importada, ambas cifras proporcionadas por el Banco Central de Honduras multiplicarlo por el tipo de cambio promedio para ese mismo año que fue de Lps. 15.01 por US\$1, convertirlo de kilogramos a libras y aplicarle el 15% de arancel de importación establecido para este producto y un 15% de margen estimado para el importador.

con los precios de la carne de res hasta el mes de abril del 2001, a partir de este mes la carne de res ha sido ligeramente más cara que la de cerdo. Este comportamiento del precio de la carne de cerdo, no proporciona ninguna ventaja al consumidor que lo motive a preferir dicha carne por sobre las demás ofrecidas en el mercado.

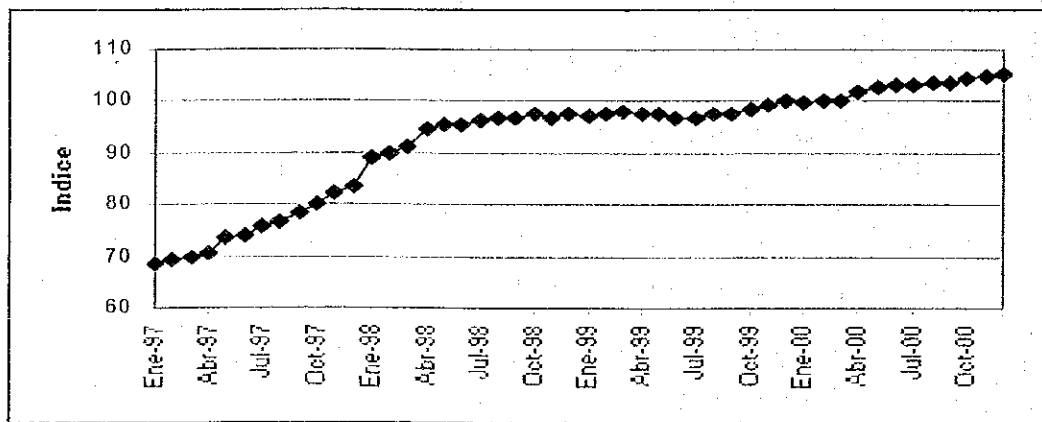
Gráfica No. 4.3 Honduras: Comportamiento mensual precios nominales promedio de carnes. Enero 1997- Febrero 2002 (Lps. por libra)



Fuente: a partir de datos SIMPAH.

De igual manera, en el gráfico 4.4 puede observarse leves crecimientos que muestra la tendencia mensual de los precios de la carne de cerdo pagados por el consumidor, durante el periodo 1997-2000.⁸

Gráfico 4.4 Índice de Precios de Carne de Cerdo (Dic 99 = 100)



Fuente: Banco Central de Honduras

⁸ Una lista de precios vigentes a abril de 2002 para diferentes presentaciones de productos derivados de carne de cerdo, se presentan en Anexo 5.

4.2 Análisis de la encuesta a consumidores

Se aplicó una encuesta a consumidores de mercados y supermercados, tomando como muestra 303 boletas, a fin de establecer opiniones y reacciones de actuales y potenciales consumidores de carne de cerdo. La muestra se distribuyó en cinco de las principales ciudades del país: Distrito Central (Tegucigalpa y Comayagüela), La Ceiba, San Pedro Sula, El Progreso y Choluteca. Para la selección de dichas ciudades también se tomó en consideración la información relacionada al consumo de carne de cerdo, proporcionada por la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Honduras (ENIGH), realizada por el Banco Central de Honduras en 1998, la cual reporta que el 82% del consumo de carne de cerdo en el país está concentrado en La Ceiba (30%), San Pedro Sula (28%) y Tegucigalpa (24%).

Así mismo, los establecimientos donde se aplicaron las boletas (supermercados y mercados) fueron seleccionados considerando la combinación de las variables ubicación- estrato social de los consumidores, a fin de poder incluir en la muestra representatividad de los diferentes estratos: bajo, medio, medio alto y alto. El siguiente cuadro muestra los resultados obtenidos:

Cuadro 4.5

Entrevistas por estrato, según consumo o no de carne de cerdo

Estratos	Numero de Entrevistados			Porcentajes	
	SI	NO	TOTAL	SI	NO
Estrato Medio-Alto: Supermercados Maxi, Colonial, Antorcha, Ceibeño, Mas X Menos	65	32	97	67%	33%
Estrato Medio: Supermercados La Colonia, PriceSmart, Palmira, Palí	65	16	81	80%	20%
Estrato Bajo: Mercados	93	32	125	74%	26%
Totales	223	80	303	74%	26%

El estrato que presenta el mayor consumo relativo de carne de cerdo es el estrato medio (80% de los encuestados en los establecimientos pre definidos), mientras que el que menos consume es el medio-alto (33% de abstención). El estrato bajo, determinado por los encuestados en los mercados presenta un 74% de consumo.

Con relación al diseño de la boleta, se definieron cuatro secciones: Características Personales (del encuestado y del jefe de familia) y del Hogar, Características del Consumo de Carne de Cerdo, Características del Consumo de Embutidos y Percepciones acerca del Consumo de carne de Cerdo y Derivados.

A continuación se analiza los resultados de cada una de éstas secciones, clasificándolo por cada una de las variables encuestadas:

4.2.1 Características Personales y del Hogar

Grado de Escolaridad del Entrevistado.

Tal como puede observarse en el cuadro 4.6, la mayor parte de los entrevistados (44%) que realizan sus compras en los supermercados seleccionados poseen una escolaridad del nivel secundario, exceptuando en el Distrito Central en donde el 45% de la muestra que se localizó en los supermercados presenta instrucción universitaria.

En cambio, en los establecimientos denominados mercados, la mayor parte de la población entrevistada (50%) reportó un grado de escolaridad primario.

Cuadro 4.6
Grado de escolaridad del entrevistado, por ciudad y establecimiento (%)

Grado de escolaridad	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
Primaria	26	18	17	25	21	45	56	43	56	50
Secundaria	29	52	58	33	44	38	27	31	19	29
Universitaria	45	27	19	33	29	10	6.7	20	6.3	11
Ninguna	0	3.3	1.9	8.3	2.8	6.9	11	5.7	13	8.8
Ignorado	0	0	0	0	0	0	0	0	6.3	0.8
Otros	0	0	3.8	0	3.4	0	0	0	0	0.8
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Sexo del Entrevistado.

En ambos tipos de establecimientos, la población entrevistada resultó ser mayoritariamente del sexo femenino (64% mercado y 66% supermercado), reflejando igual situación si se analiza a nivel de ciudad, tal como se aprecia en el cuadro 4.7, lo que indica que son las mujeres las que en un mayor porcentaje realizan las compras de los alimentos, determinando en alguna manera la escogencia de la dieta alimenticia que se consume en los hogares.

Cuadro 4.7
Sexo del entrevistado, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

Sexo	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
Masculino	50	28	27	46	35	41	24	40	31	34
Femenino	50	72	71	50	64	59	76	60	69	66
Ignorado	0	0	1.9	4.2	1.1	0	0	0	0	0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Posición del Entrevistado dentro del Hogar.

Las personas entrevistadas resultaron ser mayoritariamente los jefes de familia (51% supermercados y 54% mercados), siguiéndole en importancia las esposas u esposos con un 35% en supermercados y 33% en mercados; lo cual aporta significancia a la muestra encuestada puesto que generalmente son estos los que toman las decisiones de consumo alimenticio en los hogares.

Cuadro 4.8
Posición del entrevistado dentro del hogar, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

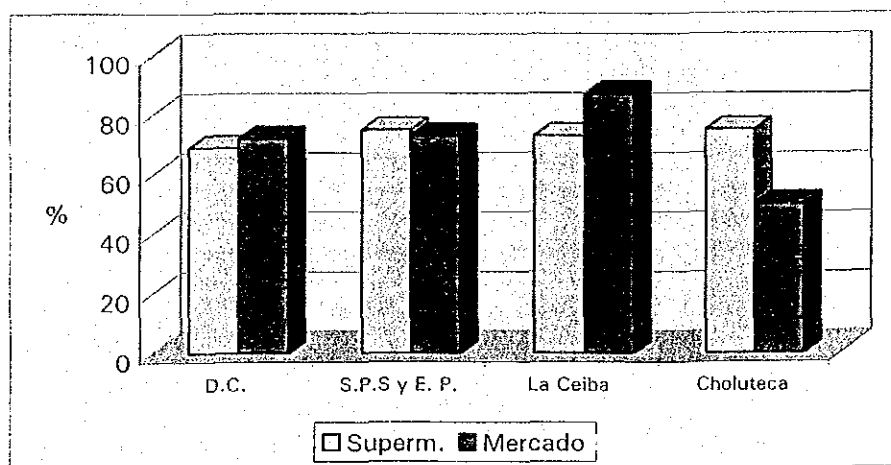
Posición dentro del hogar	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
Jefe de familia	62	38	48	71	51	52	49	60	63	54
Esposa(o)	26	48	35	17	35	31	31	37	31	33
Hijo / hija/	7.1	12	14	13	11	17	16	2.9	0	10
Empleada	2.4	1.7	0	0	1.1	0	2.2	0	0	0.8
Otro	2.4	0	1.9	0	1.1	0	0	0	6.3	0.8
Ignorado	0	0	1.9	0	0.6	0	2.2	0	0	0.8
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

4.2.2 Características del Consumo de Carne de Cerdo

Consumo de carne de cerdo

El 74% del total de entrevistados en los supermercados y en los mercados consumen carne de cerdo. La gráfica 4.5 refleja el consumo a nivel de ciudad y de establecimiento, resultando la ciudad de La Ceiba con los más altos índices de consumo (73% supermercados y 87% mercados); y la ciudad de Choluteca con el más bajo en la muestra que se aplicó en los mercados (50%).

Gráfica 4.5 Consumo de Carne de Cerdo, por Ciudad y Establecimiento



Lugares donde consumen la Carne de Cerdo

El 98% de la muestra encuestada (mercados y supermercados) consume la carne de cerdo en su casa. Adicionalmente, el 11% de las personas que se entrevistaron en los mercados y el 19% en los supermercados, también la consumen en restaurantes o glorietas, y en menor medida, se consume en casas de familiares y amigos.

Cuadro 4.9

Lugares donde se consume carne de cerdo, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

Lugares de consumo	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
En su casa	100	100	95	94	98	100	94	100	100	98
En restaurantes/Glorieta	3.4	11.0	18.0	5.6	11.0	14.0	21.0	19.0	25.0	19.0
Casa de familiar	6.9	18	0	0	7.7	0	9.1	3.2	0	4.3
casa de amigo	0	0	0	0	0	0	0	0	13	1.1
Mercado	0	0	0	0	0	0	3	0	0	1.1
Ignorado	0	0	0	5.6	0.8	0	0	0	0	0

Partes del cerdo que se consumen

En relación a las partes del cerdo que más se consumen, las personas entrevistadas manifestaron su preferencia por el consumo de chuleta (56% en los supermercados y 65% en los mercados), en segundo lugar, la costilla (54% en los supermercados y 46% en los

mercados), la pierna de cerdo en tercer lugar (43% supermercados y 31% en los mercados) y por el lomo (41% supermercados y 25% mercados).

Cuadro 4.10

Partes del cerdo que consumen, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
Chuleta	45	67	68	22	56	52	88	61	13	65
Costilla	48	67	45	50	54	48	55	32	63	46
Pierna	24	60	50	17	43	14	33	45	13	31
Lomo	76	31	7.9	78	41	48	9.1	6.5	100	25
Palitas	3.4	18	13	0	11	9.5	24	0	0	11
Tocino/Bacon	3.4	13	11	0	8.5	4.8	12	0	0	5.4
Lonjas	6.9	13	13	33	15	0	12	0	13	5.4
Tajo	0	6.7	0	0	2.3	0	0	0	0	0
Filete	0	2.2	0	0	0.8	0	0	0	0	0

Formas en que consumen la Carne de Cerdo

Los datos proporcionados por la población encuestada revelan que las formas más comunes de preparación de la carne de cerdo son aquellas que implican un mayor nivel de cocción, como ser: frita (79% supermercados y 87% mercados), horneada (45% supermercados y 27% mercados), guisada (39% supermercados y 29% mercados) y cocida (21% supermercados y 17% mercados).

Cuadro 4.11

Formas de consumo de la carne de cerdo, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
Frita	76	73	87	78	79	91	91	81	88	87
Horneada	31	71	34	28	45	14	42	19	25	27
Guisada	31	56	32	22	39	24	36	19	50	29
Cocida	35	18	16	17	21	43	9.1	6.5	25	17
En embulidos	3.4	31	11	11	16	4.8	21	0	0	8.6
Asada	14	8.9	5.3	28	12	19	12	3.2	38	13
Ahumada	0	0	5.3	0	1.5	0	0	0	0	0

Frecuencia de Consumo

La muestra encuestada establece que la mayor frecuencia con que consumen la carne de cerdo es semanal (14% de los entrevistados en supermercados y 22% en los mercados) con una cantidad aproximada de 2 libras por consumo.

Cuadro 4.12

Frecuencia y cantidad de consumo de carne de cerdo, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

FRECUENCIA Y CANTIDAD EN LBS.	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
Semanal										
1	6.9	2.2	2.6	5.6	3.8	4.8	3	0	0	2.2
2	10	18	13	11	14	33	15	26	0	22
2.5	0	2.2	7.9	0	3.1	0	3	6.5	0	3.2
3	10	4.4	2.6	0	4.6	0	6.1	6.5	13	5.4

4	6.9	6.7	7.9	0	6.2	0	3	3.2	0	2.2
5	0	4.4	2.6	0	2.3	9.5	0	3.2	0	3.2
6	0	4.4	2.6	0	2.3	0	0	3.2	0	1.1
Quincenal										
1	17	0	0	5.6	4.6	14	0	3.2	0	4.3
2	14	8.9	7.9	11	10	4.8	9.1	3.2	0	5.4
2.5	0	0	5.3	0	1.5	0	6.1	0	0	2.2
3	3.4	6.7	2.6	5.6	4.6	4.8	0	3.2	13	3.2
Mensual										
2	3.4	2.2	7.9	11	5.4	4.8	6.1	6.5	13	6.5
2.5	0	2.2	2.6	0	1.5	0	3	0	0	1.1
3	0	2.2	0	5.6	1.5	0	3	0	0	1.1
4	0	2.2	2.6	5.6	2.3	0	0	3.2	0	1.1
5	0	4.4	0	5.6	2.3	0	0	3.2	0	1.1

Personas en el Hogar que disfrutan consumiendo Carne de Cerdo

Según los datos que muestra el cuadro 4.13, los adultos del hogar son los que más disfrutan de comer carne de cerdo, tendencia que se manifiesta en todas las ciudades encuestadas, y en los dos tipos de establecimientos. De acuerdo a la opinión de los entrevistados esto se debe a que en algunos de los hogares que consumen carne de cerdo, a los menores se les excluye de dicho consumo para prevenir enfermedades que ocasiona la ingestión de carne porcina.

Cuadro 4.13

Personas que más disfrutan comiendo carne de cerdo, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

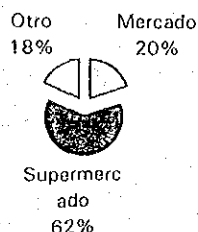
	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
El Entrevistado(a)	90	78	58	56	72	57	64	90	75	72
Su esposo(a)	69	49	45	50	52	52	42	84	63	60
Otros adultos en la casa	62	33	45	39	44	24	46	48	63	43
Los niños	45	42	50	22	42	43	46	42	63	45
Adolescentes	0	13	0	0	4.6	0	12	0	0	4.3

Lugares donde compran la carne de cerdo

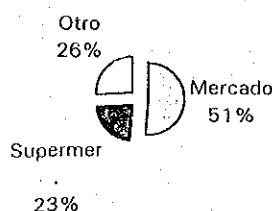
Tal como lo muestra la gráfica 2a, del total de entrevistados en los supermercados un 20% compra la carne de cerdo en el mercado, el 62% realiza la compra de carne en el supermercado, mientras que el 18% lo hace en otro lugar, entre los que mencionaron: carnicerías, centros especializados en ventas de productos porcinos como Delikatessen en Tegucigalpa, pulperías y en Choluteca, destaces realizados por personas conocidas.

En tanto, la gráfica 2b refleja que de los entrevistados en los mercados, un 51% manifestó que compra el cerdo en el mercado, el 23% lo hace en supermercados y un 26% lo hace en otro lugar. De estos otro lugares se hizo mayor referencia de las carnicerías (20.4%), mayoreo, pulperías y destace realizados por personas conocidas.

Gráfica 4.6
Entrevistados en Supermercado



Gráfica 4.7
Entrevistados en Mercados



Formas en que almacena la carne de cerdo

La principal forma de almacenamiento que los encuestados utilizan es la refrigeración (82% de los entrevistados en supermercados y 68% en los mercados). Adicionalmente, el 37% de los entrevistados opinó que prefiere consumirla inmediatamente. Al respecto, es importante resaltar que de la muestra encuestada en Choluteca, porcentajes bastante significativos (41% supermercados y 50% mercados) estiman que es preferible consumir la carne inmediatamente, ya que así evitan que la carne se contamine por almacenarla mucho tiempo.

Por otro lado, los entrevistados en los supermercados de las otras ciudades encuestadas (97% en el D.C., 80% en San Pedro Sula y El Progreso y 84% en la Ceiba), consideran que la refrigeración es un procedimiento bastante confiable para preservar en buen estado la carne de cerdo.

Cuadro 4.14
Formas de almacenamiento de la carne de cerdo, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

	SUPERMERCADOS				MERCADOS					
	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
Refrigerándola	97	80	84	59	82	62	70	74	50	68
Salándola	0	2.2	7.9	5.9	3.9	4.8	0	0	0	1.1
La cocina inmediatamente	3.4	22	13	41	18	43	39	26	50	37

Disposición a aumentar el consumo

Solamente el 21% de las personas entrevistadas en los supermercados y el 13% en los mercados, que si consumen carne de cerdo están dispuestos a aumentar su consumo, y es en la ciudad de La Ceiba donde un mayor número de los encuestados (26% en supermercados y 19% en mercados) se inclina a incrementar dicho consumo.

La mayoría de las personas que manifestaron disposición a aumentar el consumo de carne de cerdo opinaron que su consumo se incrementaría semanalmente, en cantidades que oscilan en un rango de 1.5 a 8 libras por hogar.

Cuadro 4.15

Disposición a aumentar su consumo de carne de cerdo, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

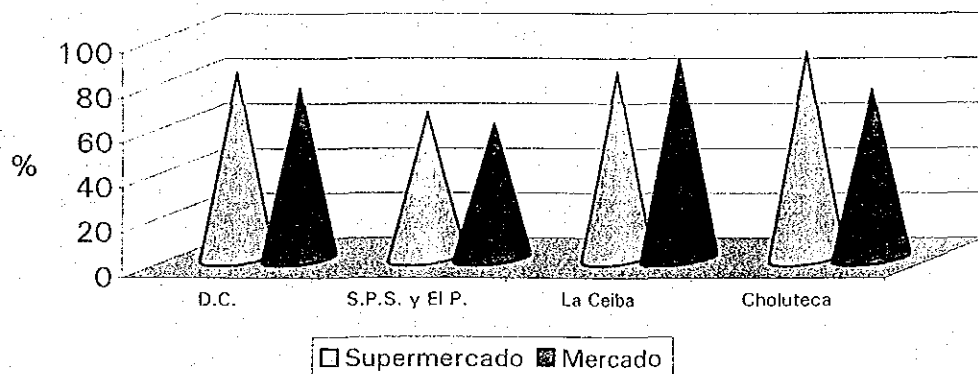
	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
Si	6.9	27	26	17	21	9.5	9.1	19	13	13
No	93	73	74	78	79	91	91	81	88	87
Ignorado	0	0	0	5.6	0.8	0	0	0	0	0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

4.2.3 Características del Consumo de Embutidos

Consumo Embutidos Elaborados a base de Carne de Cerdo

Alrededor del 76% de la muestra encuestada afirmó que consume embutidos elaborados a base de carne de cerdo, siendo nuevamente en La Ceiba donde se presenta el consumo más alto (83% en supermercados y 89% en mercados), tal como se refleja en la siguiente gráfica.

Gráfica 4.8 Consumo de embutidos a base de carne de cerdo, por Ciudad y Establecimiento



Frecuencia de consumo

Alrededor del 60% de los entrevistados manifestaron que los embutidos son consumidos de preferencia semanalmente, el 19% de los entrevistados en supermercados y el 13% en los mercados los consumen diariamente, mientras que un 20% de las personas que se encuestaron en los mercados y el 11% en los supermercados dijeron consumirlos cada quince días.

Cuadro 4.16

Frecuencia de consumo de embutidos, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
Diaria	17	13	21	30	19	9.0	11	16	17	13
Semanal	77	54	58	48	60	46	56	55	75	55
Quincenal	5.7	21	7	8.7	11	41	11	19.3	0	20
Mensual	0	2.0	12	13	6.4	4.0	11	9.7	8.0	8.7
Fechas especiales	0	10	2.0	0	3.6	0	11	0	0	3.3
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Lugar donde compra los embutidos

La mayor parte de la población encuestada (83% en supermercados y 54% en mercados) compra los embutidos en el supermercado. El segundo lugar preferido para comprar embutidos es la pulpería (11% de los entrevistados en supermercado y 14% en mercados). También se mencionaron como lugares de compra predilectos: el mercado, los establecimientos especializados como El Marranito en La Ceiba y Delikatessen en el D.C., el mayoreo o feria del agricultor y los mini súper, entre otros.

Cuadro 4.17

Lugar donde se compran embutidos de cerdo, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y La Ceiba	Cholut	TOTAL		
Supermercado	89	82	84	74	83	41	48	68	58	54
Pulpería	5.7	13	12	13	11	18	15	13	8.3	14
Mercado	0	5.1	0	8.7	2.9	9.1	41	0	25	17
Marranito	0	0	4.7	0	1.4	0	0	19	0	6.5
Mayoreo / feria del agricultor	0	0	0	0	0	14	3.7	0	0	4.3
Mini Súper	0	0	0	0	0	0	0	3.2	0	1.1
Delicatese	5.7	0	0	0	1.4	4.5	0	0	0	1.1
Ignorado	0	0	2.3	4.3	1.4	0	0	0	0	0

Personas en el Hogar que disfrutan consumiendo embutidos a base de carne de cerdo

Los adultos de la casa son los que más disfrutan comiendo embutidos de carne de cerdo, sin embargo, a diferencia del consumo de carne de cerdo, más de la mitad de los niños que forman parte de los hogares encuestados también gustan de comer embutidos. En este sentido, la opinión de los jefes de familia favorece el consumo de embutidos por parte de los menores, pues no visualizan los mismos riesgos al consumir el cerdo en productos procesados versus consumir la carne directamente.

Cuadro 4.18

Quiénes disfrutan más consumiendo embutidos de cerdo, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y La Ceiba	Cholut	TOTAL	D.C.	S.P.S. y La Ceiba	Cholut	TOTAL		
Los niños	49	67	56	61	58	59	44	61	75	58
Usted	91	56	58	61	66	27	67	81	92	65
Su esposo	51	36	40	39	41	41	44	65	58	52
Otros adultos en la casa	63	36	33	48	44	36	44	55	50	47
Adolescentes	0	13	0	0	3.6	0	15	0	0	4.3

4.2.4 Percepciones acerca el Consumo de Carne de Cerdo*Aspectos que consideran al comprar o consumir Carne de Cerdo*

Los aspectos más valorados por los consumidores entrevistados resultaron ser la higiene del establecimiento donde realiza la compra (58% supermercados y 51% mercados), la frescura de la carne (48% supermercados y 53% mercados), la procedencia confiable del producto (26% supermercados y 22% mercados), lo cual fue relacionado con la higiene del establecimiento. Los aspectos nutricionales no les preocupan mucho pues solamente un 8% de los consumidores mencionaron que les interesa al momento de la compra. Entre los otros aspectos mencionados están: que la carne este libre de grasa, la calidad, el color y sabor, el precio y la presentación. Adicionalmente, alrededor del 18% manifestó que ignoraba que aspectos valorar al momento de realizar la compra de la carne.

Cuadro 4.19

Aspectos que se consideran al comprar/consumir carne de cerdo, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y La El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y La El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
Higiene del establecimiento	88	55	37	63	58	83	47	31	50	51
Frescura	55	47	42	50	48	52	53	60	38	53
Procedencia confiable del producto	26	43	0	42	26	14	42	2.9	19	22
Nutrición	0	18	5.8	4.2	8.4	0	20	2.9	0	8
Ignorado	0	22	33	8.3	18	3.4	24	11	25	16

Restricciones o riesgos que conocen derivadas del consumo de Carne de Cerdo

El 76% de la muestra manifestó que sí conoce restricciones o riesgos relacionados al consumo de carne porcina, siendo en Choluteca y Tegucigalpa, donde un mayor porcentaje de los encuestados opinaron conocer dichos riesgos, tal como puede visualizarse en el cuadro 4.20.

Cuadro 4.20

Conoce restricciones o riesgos de consumir carne de cerdo, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y La El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y La El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
Sí	88	70	65	92	76	90	64	77	81	76
No	12	30	35	8.3	24	10	36	23	19	24
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Riesgos mencionados en consumo de Carne de Cerdo

Los principales riesgos o restricciones mencionadas por los entrevistados que están relacionadas con el consumo de carne de cerdo son: la triquina/ cisticercosis (87% en mercados y 83% supermercados) y problemas de grasa/ colesterol (17% en supermercados y 13% en mercados). En menor medida, también se mencionaron los problemas digestivos (diarreas, dolores estomacales, problemas del colon, gastritis, infecciones intestinales), parásitos, alergias, Mal de Parkinson, osteoporosis / artritis, y restricciones de tipo religioso.

Cuadro 4.21

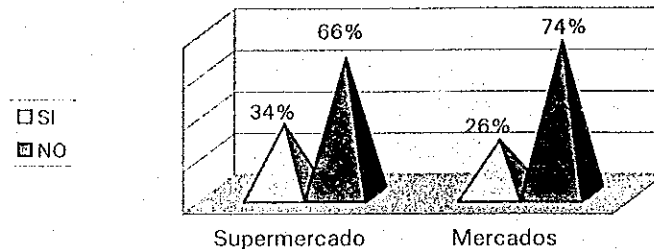
Riesgos o restricciones de consumir carne de cerdo, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y La El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y La El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
Triquina	84	67	62	77	72	92	86	63	92	82
Cisticercosis	14	7.1	5.9	23	11	0	3.4	11	7.7	5.3
Grasa / Colesterol	22	14	18	14	17	7.7	17	11	15	13
Ignorado	0	4.8	0	0	1.5	0	3.4	0	0	1.1

Conocimiento de familiares o amigos que se hayan enfermado por consumir carne de cerdo

La mayor parte de los entrevistados (66% supermercados y 74% mercados) manifestó que no conocen familiares, ni amistades que se hayan enfermado por consumir carne de cerdo, lo cual indica que los riesgos o restricciones que la mayoría de los entrevistados (76%) dijo conocer es resultado de información proveniente de terceros, y no de haberla experimentado de alguna persona cercana a ellos.

Gráfica 4.9 Conoce familiares o amigos que han enfermado por consumir carne de cerdo

*Enfermedades padecidas por familiares o amigos atribuidas al consumo de carne de cerdo*

Los encuestados que señalaron conocer personas que han enfermado por consumir carne de cerdo (34% de los entrevistados en supermercados y 26% en los mercados), mencionaron como principal enfermedad padecida la cisticercosis/ triquina con un porcentaje de alrededor del 53% en ambos tipos de establecimientos seleccionados. También indicaron como enfermedades experimentadas por personas conocidas y atribuidas al consumo de la carne en cuestión, el dolor estomacal, colesterol alto, alergias, diarrea; y en menor proporción enunciaron parasitosis, infecciones intestinales, triglicéridos y enfermedades del colon.

Cuadro 4.22

Tipo de enfermedad padecida por consumir carne de cerdo, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
Cisticercosis	75	38	30	55	49	43	42	67	57	50
Triquina	0	8.3	0	0	3.3	0	8.3	0	0	3.1
Dolor Estomacal	0	8.3	20	18	9.8	14	8.3	33	14	16
Colesterol alto	6.3	13	10	9.1	9.8	0	25	0	14	13
Alergias	0	17	0	0	6.6	29	8.3	0	14	13
Diarrea	6.3	21	10	9.1	13	14	17	0	0	9.4
Ignorado	0	0	0	9.1	1.6	0	8.3	0	0	3.1

Motivos para no consumir carne de cerdo

Los entrevistados que respondieron que no consumen carne de cerdo (26%), señalaron como principal motivo el temor a enfermedades causadas por la ingestión de carne porcina. En segundo lugar aludieron que por restricciones médicas preferían no consumir de este tipo de carne. El tercer motivo para el no consumo es que no les gusta dicha carne. También expusieron como razones de su abstención: el precio, el exceso de grasa que afecta el colesterol, las creencias religiosas, dietas y problemas del colon.

Cuadro 4.23

Motivos para no consumir carne de cerdo, por ciudad y establecimiento (En porcentajes)

	SUPERMERCADOS					MERCADOS				
	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL	D.C.	S.P.S. y El Prog.	La Ceiba	Cholut.	TOTAL
Temor a enfermedades	100	60	36	83	67	50	67	50	63	59
Restricción médica	7.7	47	14	17	23	38	25	25	25	28
No Le Gusta	0	6.7	29	0	10	25	17	0	13	16
Precio	7.7	0	7.1	0	4.2	13	8.3	0	13	9.4
Mucha Grasa / Colesterol	0	0	14	0	4.2	0	0	25	0	3.1
Religioso	7.7	0	0	0	2.1	0	0	25	38	13
Problemas Del Colon	0	0	7.1	0	2.1	0	0	0	0	0
Dieta	0	0	0	0	0	0	0	0	13	3.1

Disposición a consumir carne de cerdo si se mejora esta situación.

Del total de entrevistados que no consume carne de cerdo, alrededor del 66% respondió no estar dispuesto a consumir, aún si se superaran las circunstancias por las cuales no consumen carne de cerdo. En tanto el 34% si se mostró anuente a consumir cerdo si desaparecieran los riesgos de ingerir este tipo de carne.

Gráfica 4.10 Disposición de los No consumidores a consumir carne de cerdo

**4.2.5 Análisis de variables cruzadas***Número de Personas en el Hogar versus consumo de Carne de Cerdo*

El análisis de ambas variables confirma que son los adultos del hogar los que determinan el consumo de carne de cerdo, dicha tendencia se evidencia en cada una de las ciudades encuestadas.

Cuadro 4.24

Consumo de carne de cerdo, según número de personas en el hogar (En porcentajes)

* Numero de Personas	Consumo Carne de Cerdo			
	S	SI	M	NO
Distrito Central				
1. Niños < 12 Años	16.5	30.9	22.9	32.4
2. Adolescentes	20.5	15.5	20.8	21.6
3. Adultos > 21 Años	63.0	53.6	56.3	45.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0
SPS y Progreso				
1. Niños < 12 Años	20.4	25.3	22.4	25.0
2. Adolescentes	27.0	20.9	13.2	17.3
3. Adultos > 21 Años	52.6	53.8	64.5	57.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0
La Cejiba				
1. Niños < 12 Años	27.7	30.8	32.8	31.6
2. Adolescentes	24.5	16.1	8.6	15.8
3. Adultos > 21 Años	47.9	53.1	58.6	52.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0
Choluteca				
1. Niños < 12 Años	27.8	36.8	37.5	26.8
2. Adolescentes	22.2	17.5	12.5	29.3
3. Adultos > 21 Años	50.0	45.6	50.0	43.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Grado de Escolaridad versus Frecuencia de consumo

La mayor frecuencia de consumo de carne de cerdo reflejada en la encuesta es la semanal, definida por los entrevistados de los niveles secundario y universitario de las ciudades seleccionadas, exceptuando en Choluteca en donde la frecuencia de consumo de los niveles secundario y universitario, se concentra en los periodos mensual y fechas especiales.

Por otro lado, los entrevistados del nivel primario de la región centro-sur manifiestan que su mayor frecuencia de consumo es la quincenal; mientras que en la Ceiba, los encuestados de todos los niveles prefieren consumirla cada semana, reflejando una alta asiduidad a consumir carne de cerdo.

Cuadro 4.25

Frecuencia de consumo de carne de cerdo, según grado de escolaridad número de personas en el hogar (En porcentajes)

Frecuencia de Consumo	Grado de Escolaridad											
	D.C.			S.P.S. y El Prog.			La Ceiba			Choluteca		
	P	S	U	P	S	U	P	S	U	P	S	U
Semanal	31	42	46	30	52	47	55	55	47	0	17	43
Quincenal	50	42	23	22	22	12	19	19	13	30	17	43
Mensual	6	11	8	22	11	18	23	23	20	30	33	14
Fechas Especiales	13	5	23	26	15	24	3	3	20	40	33	0

Grado de Escolaridad versus Lugares donde compra la carne de cerdo

Las personas encuestadas manifestaron que los establecimientos preferidos donde compran la carne de cerdo son los mercados y supermercados; los entrevistados cuyo grado de escolaridad es el nivel primario compran la carne de cerdo principalmente en los mercados (51%), mientras que los que pertenecen a los niveles de secundaria y universitario, realizan la compra de carne de cerdo preferentemente en los supermercados (58% y 60% respectivamente).

En el Distrito Central, la población de niveles primario y secundario (19% y 20 % respectivamente) opinó también que compran cerdo en el mayoreo o feria del agricultor, en tanto en la Ceiba, entrevistados de todos los niveles de escolaridad (45% primaria, 23% secundaria y 13% universidad) dicen comprar en las carnicerías. En Choluteca, alrededor del 33% de los encuestados de primaria y secundaria compran carne a los destasadores conocidos del lugar.

Cuadro 4.26

Lugares de compra de carne de cerdo, según grado de escolaridad (En porcentajes)

Lugares de compra	Grado de Escolaridad														
	D.C.			S.P.S. y El Prog.			La Ceiba			Choluteca			Total		
	P	S	U	P	S	U	P	S	U	P	S	U	P	S	U
Mercado	38	11	31	78	22	18	33	26	20	30	33	29	51	22	23
Supermercado	38	63	54	30	71	71	0	52	60	40	17	43	25	58	60
Pulperías	0	0	0	4	7	0	22	7	7	10	0	29	9	5	2
Carnicerías	0	11	0	4	4	12	45	23	13	10	0	0	14	11	12
Mayoreo	19	21	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	5	0
Autoconsumo	0	0	8	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Destazan personas conocidas	0	0	0	0	0	0	6	0	7	30	33	0	6	4	0

Grado de Escolaridad versus Aspectos que considera al consumir carne de cerdo

Este análisis refleja que para los entrevistados de los niveles primarios en el Distrito Central y Choluteca (83% y 60% respectivamente), la higiene del establecimiento resulta la cualidad de

mayor importancia al momento de comprar la carne de cerdo, mientras que los encuestados del mismo nivel de la región norte (San Pedro Sula, El Progreso y Ceiba), dicha cualidad es menos valorada (50% y 29% respectivamente), dándole igual o mayor importancia a la frescura de la carne al momento de la compra.

Igual situación se presenta entre los entrevistados de nivel secundario. Sin embargo, para los encuestados universitarios del Distrito Central y Choluteca, el aspecto más valorado es la frescura de la carne (90% y 67% respectivamente), siguiéndole en orden de importancia la higiene del establecimiento (50% y 56% respectivamente).

Cuadro 4.27

Aspectos considerados al consumir carne de cerdo, según grado de escolaridad (En porcentajes)

Aspectos considerados	Grado de Escolaridad											
	D.C.			S.P.S. y El Prog.			La Ceiba			Choluteca		
	P	S	U	P	S	U	P	S	U	P	S	U
Higiene del Establecimiento	83	83	50	50	49	68	29	43	24	60	73	56
Frescura	63	48	90	50	46	53	42	45	71	47	27	67
Procedencia Confiable del producto	17	35	15	42		59	0	3	18	33	27	33
Nutrición	0	0	0	19	15	32	4	3	12	0	0	11
Ignorado	0	0	0	22	29	11	29	25	18	13		11

Posición dentro del Hogar versus Aspectos que consideran al comprar la carne de cerdo

En vista que las personas de los hogares encuestados que realizan las compras de alimentos en supermercados y mercados son los jefes de familia y/o sus esposas (os), estos también deciden que aspectos considerar al comprar la carne de cerdo, resultando que en las ciudades de la región centro-sur (D.C. y Choluteca), el aspecto que más valoran es la higiene del establecimiento, en segundo lugar la frescura y en tercero la procedencia confiable del producto. Mientras que en la región norte (San Pedro Sula, El Progreso y La Ceiba), la población tiene mayor confianza en la sanidad de la carne de cerdo que consume, ya que es más importante la frescura de la carne que la higiene del establecimiento o la procedencia de la misma. También es importante mencionar que exceptuando el Distrito Central, en las otras ciudades encuestadas existe un porcentaje de entrevistados que oscila entre el 11% y 27% que ignoran que aspectos considerar al comprar o consumir carne de cerdo.

Cuadro 4.28

Aspectos considerados al consumir carne de cerdo, según posición dentro del hogar (En porcentajes)

Aspectos considerados al consumir Carne de Cerdo	Posición dentro del hogar							
	D.C.		S.P.S. y El P.		La Ceiba		Choluteca	
	Jefe de Familia	Esposo (a)	Jefe de Familia	Esposo (a)	Jefe de Familia	Esposo (a)	Jefe de Familia	Esposo (a)
Higiene del Establecimiento	87.8	95	48.9	51.2	43.5	19.4	51.9	55.6
Frescura	46.3	70	55.2	55.8	45.7	61.3	40.7	66.7
Procedencia Confiable del producto	26.8	10	37.8	48.8	2.2	0	22.2	55.6
Nutrición	0	0	24.4	14	2.2	9.7	3.7	0
Ignorado	2.4	0	26.7	20.9	19.6	25.8	18.5	11.1

Sexo del Entrevistado versus aspectos que consideran al comprar la carne de cerdo

Al analizar los aspectos que son considerados al comprar carne de cerdo se observa que los entrevistados del sexo masculino, en todas las ciudades priorizan por la higiene del establecimiento, ubicando en segundo lugar la frescura, con excepción de San Pedro Sula y El Progreso donde el segundo aspecto contemplado es la procedencia confiable, cualidad que ocupa el tercer lugar para la mayoría de los hombres entrevistados en las otras ciudades.

Sin embargo, para las mujeres encuestadas en la región norte, la frescura es la cualidad de mayor valor al comprar carne de cerdo, mientras que las compradoras de la región centro-sur coinciden con la opinión masculina que da el primer lugar a la higiene del establecimiento. En tanto, a criterio del segmento femenino total encuestado, la procedencia confiable del producto se plantea como el tercer aspecto a considerar en la compra de carne de cerdo.

Es importante mencionar que para las compradoras femeninas de la mayor parte de las ciudades seleccionadas, la nutrición no resulta importante en el consumo de carne de cerdo

Cuadro 4.29

Aspectos considerados al comprar carne de cerdo, según sexo del entrevistado (En porcentajes)

Aspectos considerados		Sexo del entrevistado							
		D.C.		S.P.S. y El P.		La Ceiba		Choluteca	
		Masc.	Femen.	Masc.	Femen.	Masc.	Femen.	Masc.	Femen.
Higiene del Establecimiento		87.9	84.2	64.3	46.8	50.0	25.9	56.3	56.5
Frescura		42.4	63.2	35.7	54.5	46.4	50.0	37.5	47.8
Procedencia del producto	Confiable	27.3	15.8	53.6	39.0	3.6	5.2	31.3	34.8
Nutrición		0	0	17.9	19.5	3.6	0	6.3	0
Ignorado		0	2.6	25.0	22.1	14.3	29.3	12.5	17.4

Motivos para no consumir carne de cerdo versus Grado de Escolaridad

Para los entrevistados no consumidores de carne de cerdo, de los todos los niveles de escolaridad (primaria, secundaria y universidad), la razón más determinante para no consumir es el temor a las enfermedades relacionadas con la ingesta de carne de cerdo.

En el Distrito Central, San Pedro Sula y El Progreso, el 100% de los encuestados de nivel universitario manifestaron no consumir por el riesgo a contraer enfermedades, y en Choluteca el 100% de los de nivel secundario opinaron de manera similar. Sin embargo, en La Ceiba, la muestra encuestada manifiesta menor temor a este factor (50% primaria, 44% secundaria, 0% universitaria), si se compara con el resto de las ciudades seleccionadas, lo que confirma el mayor nivel de confianza que existe en esta ciudad respecto al consumo de carne de cerdo.

Cuadro 4.30

Motivos para no consumir carne de cerdo, según grado de escolaridad (En porcentajes)

Motivos para No consumir		Grado de Escolaridad											
		D.C.			S.P.S. y El Prog.			La Ceiba			Choluteca		
		P	S	U	P	S	U	P	S	U	P	S	U
Temor a enfermedades		75	75	100	68	57	100	50	44	0	80	100	50
Restricción Médica		13	25	14	33	43	0	17	22	0	40	20	0
No le gusta		13	0	0	0	21	0	17	0	100	20	0	0
Precio		25	0	0	11	0	0	0	11	0	0	0	0
Religión		0	0	0	0	0	0	17	0	0	40	0	0
Mucha grasa/ Colesterol		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dieta		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	50

Motivos para no consumir carne de cerdo versus Sexo del Entrevistado

En la mayoría de las ciudades seleccionadas, tanto la población masculina como la femenina, opina que el principal riesgo que conlleva el consumo de carne de cerdo es el temor a las enfermedades.

Cuadro 4.31

Motivos para no consumir carne de cerdo, según sexo del entrevistado (En porcentajes)

Motivos para No Consumir	Sexo del entrevistado							
	D.C.		S.P.S. y El P.		La Ceiba		Choluteca	
	Masc.	Femen.	Masc.	Femen.	Masc.	Femen.	Masc.	Femen.
Temor a enfermedades	80	82	57	65	67	33	67	75
Restricción Médica	20	18	14	45	0	20	33	13
No le gusta	20	0	29	5	0	27	0	13
Precio	10	9	14	0	33	0	17	0
Religión	10	0	0	0	0	7	0	38
Mucha grasa/ Colesterol	0	0	0	0	0	20	0	0
Dieta	0	0	0	0	0	0	0	0

4.3 Situación de la agroindustria nacional

Honduras cuenta con un inventario porcino tecnificado y semi-tecnificado, distribuido en todo el territorio nacional; regionalizándose la mejor calidad en el sector norte del país debido a la introducción de material genético de mayor calidad. Sin embargo, esta producción porcina aún no es capaz de procesar y cubrir la demanda de consumo de carne fresca y del sector industrial (embutidos). Cabe mencionar que en dichos procesos existen muchas variables a estudiar que impiden lograr esos objetivos debido a:

- **La calidad de carne de cerdo:** Las embutidoras cada día exigen partes específicas del cerdo, ideales para lograr un producto terminado de buena calidad, sin embargo, el mercado nacional presenta dificultad en el abastecimiento de dichas partes.
- **Disponibilidad:** La producción de las embutidoras requiere de un abastecimiento diario constante durante el año, por lo que necesitan de la industria porcina nacional que el producto esté siempre disponible y en cantidades según la demanda.
- **Rendimientos:** Las embutidoras buscan partes del cerdo que, además de calidad, logren pesos con atractivos rendimientos para una mayor eficiencia en su producto terminado.
- **Precios:** Las embutidoras, para maximizar sus utilidades, buscan menores precios de las partes de cerdo apropiadas para su producción, y al no encontrarlos en el mercado nacional, dirigen sus políticas a la adquisición de dichas partes en el mercado externo.
- **Importaciones:** Las embutidoras, después del análisis de todas las variable anteriores, tienden a generar altas importaciones cada año.

Actualmente, en el país se encuentran los siguientes embutidores: La Europea, Delikatesen, Germanos, California, Alicia, San Miguel, Delicia, Carnes Toledo (COVEPA), Progcarne, El Marranito y algunos otros pequeños embutidores. También existen empresas importadoras de alimentos de producto terminado, partes frescas de cerdo y pasta de pollo que abastecen al mercado nacional como fuentes de materias primas para la elaboración de embutidos.

Todas estas plantas procesadoras manifiestan encontrarse en su grado de certificación de plantas por parte de SENASA para poder exportar, para tal efecto gozan de un ambiente propicio para la elaboración de producto terminado, con suficiente área, agua de pozo, energía eléctrica gubernamental y propia, distribución física adecuada, capacidad de refrigeración para la conservación de producto por procesar y procesado, logrando una adecuada rotación de inventarios y almacenamiento de materias primas para ser eficientes en el uso racional de la

refrigeración, que es donde varias de las empresas encuentran una limitante para expansión. La Asociación de Embutidores manifestó su interés en recibir asistencia técnica de expertos internacionales en procesamiento y conservación de productos específicos para el mercado de exportación.

De la producción total de embutidos, el 70% tiene presencia nacional y el 30% restante está localizado puntualmente en la región central del país. También dicha producción está dirigida en un 50% a un estrato de ingreso bajo, el 30% a un estrato medio y el 20% a un estrato alto. Dentro de los objetivos del 90% de las plantas procesadoras actuales se encuentra la expansión de producción, tratar de cubrir su capacidad instalada, haciendo énfasis en que su crecimiento es industrial, posibilitando un impulso al fomento de la producción porcina nacional.

La capacidad instalada de producción en la industria de embutidos en el país oscila 200,000 libras/día y en los momentos actuales la producción es de 100,000 libras/día de embutido terminado. Dichas cantidades demandan altas importaciones, pudiendo considerarse más de 800,000 libras por mes de partes de cerdo y de 850,000 libras por mes de pasta de pollo, los cuales son ingredientes que ocupan el 80% de la composición del embutido. Su relación entre ambas es que, al ser más alta la pasta de pollo, menor calidad de producto y precio; y al ser menor la relación de pasta de pollo, mejor calidad y precio; cubriendo el diferencial con carne de cerdo y carne de res con lo que se logra conseguir en el mercado nacional buen precio y calidad, compitiendo con producto proveniente del mercado internacional.

Respecto a la situación de insumos para la elaboración de embutidos, la importación tiende a aumentar cada año debido a que las procesadoras asumen su criterio que la producción nacional porcina no está debidamente uniformizada y estandarizada, por tal razón ellas no pueden realizar su proyección de producción bajo incertidumbre de obtener o no dicha materia, por lo tanto se ven obligados a realizar sus compras en Canadá y Estados Unidos, logrando precios similares o mejores, además de partes calificadas y de inventarios oportunos. Tal medida preocupa al sector productor de carne de cerdo, debido a que el volumen de producción interna no está al alcance de cubrir esta demanda en el momento oportuno, por lo cual es necesario fortalecer la Asociación de Productores para concertar con plantas procesadoras el mercado de las partes y lograr el apoyo gubernamental para el fomento de la industria porcina en el país.

5 Tendencias en el mercado internacional

5.1 Producción

De acuerdo a datos recabados por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (FAO), en 1999, los criadores de cerdo de todas partes del mundo producían alrededor de 88,429 millones de toneladas de carne, con un hato de aproximadamente, 1 billón de animales. La mayor producción (53.2% del total) se realizaba en Asia, procedente de un hato con 577.2 millones de cabezas (60.3% del hato mundial de cerdos). En segundo lugar, tal como puede observarse en el cuadro 5.1, se sitúa el continente europeo, con 28.9 % de la producción y 20.8% del hato. Sigue el continente americano, con 16.3% y 16.0%, África con 0.5 y 2.4% y Oceanía con 0.5% y 0.5%, respectivamente.

Cuadro 5.1

Producción y hato mundial porcino, por continentes. 1999

Continente	Producción (Millones Ton.)	%	Hato (Millones de cabezas)	%
Asia	47.06	53.2	577.2	60.3
Europa	25.56	28.9	198.8	20.8
América	14.35	16.3	153.1	16.0
África	0.99	1.1	22.3	2.4

Oceanía	0.47	0.5	5.0	0.5
Total Mundial	88,43	100.0	956.4	100.0

Fuente: adaptado de FAOstat, 2000, por L. Roppa, "La globalización y las perspectivas de producción de cerdos en el continente Sud-Americano".

Con relación a la productividad, considerando ésta como la relación entre el tamaño del hato y la cantidad de carne producida, el continente europeo es el que tiene la mejor productividad, al producir 28.9% de la carne de cerdo del mundo, con solo 20.8% del hato mundial. Al analizar por país la producción mundial de carne de cerdo, se observa que los principales productores mundiales de acuerdo a las estadísticas que arroja la FAO para 1999 son:

Cuadro 5.2

Principales productores mundiales de carne de cerdo. 1999

País	Millones de Tons.
1.- China	39.85
2.- U.S.A.	8.78
3.- Alemania	3.94
4.- España	2.90
5.- Francia	2.38
6.- Polonia	2.02
7.- Brasil	1.75
8.- Holanda	1.70
9.- Dinamarca	1.64
10.- Canadá	1.52

Fuente: Cifras publicadas por FAOstat, 2000

Los datos reflejan que China se ubica con un amplio margen como el mayor productor mundial de carne de cerdo, produciendo el 45% del total mundial. Paralelamente, las estadísticas de la FAO lo presentan como el mayor consumidor individual con respecto a cantidad, porque la casi totalidad de la carne producida es consumida internamente por la población china, que alcanza más de 1.25 billones de habitantes. De ésta solo 20% es tecnificada, mientras que el restante 80% es de producción familiar, calculándose unos 477 mil criadores, la gran mayoría pequeños que crían sus cerdos para la propia subsistencia.

Estados Unidos es el segundo mayor productor mundial. En 1999 produjo 8.78 millones de toneladas con un hato aproximado de 60 millones de cabezas; caracterizándose su producción por la alta concentración de los productores, en donde los pequeños han dejado la actividad, y los megaproyectos (Cuadro 5.3) han aumentado la participación, lo que ha llevado a considerar que en los próximos años 80% de la producción se concentrará en menos de 15 compañías.

Cuadro 5.3
Mayores productores de carne de cerdo en USA. 1999
1. - Smithfiels/Carroll's Foods
2. -Murphy Family Farms
3. -Continental Grain Co
4.-Seabord Corporation
5.- Prestage Farms
6.-Tyson Foods
7.- Cargill

Fuente: Pig International, 1999

Siguiendo en orden de importancia se sitúan Alemania, España y Francia (3.94, 2.9, y 2.38 millones de toneladas respectivamente) que en conjunto poseen el 51.5% de la producción de la Unión Europea, que se caracteriza por un lado, por el alto alojamiento de cerdos por kilómetro cuadrado (36.8) que crea serios problemas con el estiércol y que ha llevado a grandes presiones ecológicas para el mantenimiento y hasta la disminución del hato en algunos países (Holanda por ejemplo); por otro lado, se considera que sus costos de producción son altos (entre US\$ 1.00 y 1.30 por kilo de cerdo vivo), y el mercado es protegido a través de subsidios a los productores e impuestos a los productos del exterior.

El cuadro 5.2 también muestra que para 1999 los 10 mayores productores concentran el 75.2% de la producción mundial, sumando 66.48 millones de toneladas de carne de cerdo.

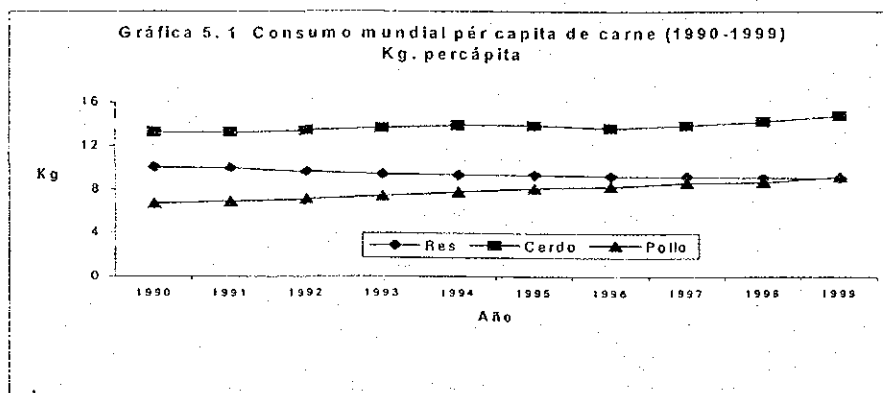
5.2 Consumo

Si se divide la producción mundial de carne de cerdo (88,425.764 toneladas), por la población del planeta, estimada para inicios de 1999 en 6 billones de personas, se puede concluir que el consumo aproximado por habitante fue de 14.73 Kg/persona/año. Esta cifra coloca a la carne de cerdo en el primer lugar de preferencia de la población, posición que ocupa desde 1976, año en que superó al consumo de carne bovina. En 1999, como puede observarse en el cuadro 5.4, el consumo de carne de pollo ocupó el segundo lugar con 10.61 Kg por habitante y la carne bovina se situó en tercer lugar con 9.7 Kg por habitante.

Carne	Producción (Millones de Toneladas)	Consumo (Kg por persona)
Cerdo	88.4	14.7
Pollo	63.7	10.62
Bovino	58.7	9.78
Otros	16.2	2.70
Total	227.0	37.83

Fuente: Cifras tomadas de FAOstat

Al respecto, el Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria del Uruguay, en el documento "Programa Nacional de Bovinos para carne", establece que este aumento del consumo per cápita de carne de cerdo y de pollo se debe en parte a la mayor producción de dichas carnes, así como también, al estancamiento experimentado por el consumo de carne bovina (ver gráfica 5.1), cuya producción actualmente representa el 25% de la producción total de carne, en tanto que en la década del 60 representaba casi el 40%.



Fuente: Food & Agribusiness Research

Así mismo, se determina como principales razones del estancamiento del consumo de carne bovina a las crecientes prevenciones del consumidor de determinados mercados (especialmente en las naciones desarrolladas) sobre la seguridad de la carne bovina y ovina (fiebre aftosa, BSE, E.Coli, Salmonella, etc.); caída en la demanda en algunos mercados como consecuencia de lo anterior e imposición de nuevas restricciones sanitarias (barreras no arancelarias); inestabilidad en los mercados financieros internacionales, entre otros.

Por otro lado, en los últimos 30 años, el consumo de carne de cerdo por parte de la población mundial ha crecido en la proporción que oscila entre el 1% y 2% anual, tal como se muestra en el cuadro 5.5, a continuación.

Cuadro 5.5
Consumo de carne de cerdo per cápita por década

Año	Consumo en Kg por persona
1970	9.20
1980	11.70
1990	12.80
1999	14.73

Fuente: Revista Pig Internacional y FAOstat

En 1970 el consumo era de 9.2 Kg. por habitante y para 1999 se ha elevado a 14.73 Kg., lo que significa un crecimiento de 184.33 gramos por año.

El elevado crecimiento del consumo de la carne de cerdo se explica en parte por el crecimiento de la economía china, país que, como ya se mencionó anteriormente posee la mayor producción de carne de cerdo a nivel mundial, y que además, de manera tradicional tiene preferencia por el consumo de comidas a partir de la carne porcina.

El continente europeo también representa una de las áreas de mayor consumo de carne de cerdo, alcanzando la cifra anual de 44.6 Kg por persona; mientras que en Estados Unidos el consumo per cápita observado en 1999, fue de 30.7 Kg.

5.3 Comercialización

De acuerdo a estadísticas manejadas por la Unidad de Economía Agraria del Gobierno de España, en el documento "El Comercio Exterior de Carne de Cerdo", actualmente, el intercambio mundial de carne de cerdo se realiza fundamentalmente entre Europa, Estados Unidos y Japón. Entre estos tres bloques se da el 91.7% de la exportación y el 81.0% de las importaciones, y solamente el 8.4% de las compras son realizadas por el resto del mundo, por lo que se puede deducir que el comercio mundial de carne de cerdo, especialmente el intercambio de productos elaborados es realizado entre países desarrollados.

Sin embargo, el comercio de la carne de cerdo a nivel mundial es marginal en relación con su producción, ya que de acuerdo a los datos proporcionados en el cuadro 5.6, el intercambio fue de alrededor de 2.7 millones de toneladas en 1999, lo que representa apenas un 3.0% de la producción mundial, siendo los países productores pertenecientes a la Unión Europea los mayores exportadores de carne porcina y subproductos, gracias a la mayor eficiencia que han logrado en la producción de dicha carne a través de tecnología más avanzada, y a los subsidios con que cuentan los productores de este rubro que les permite una mayor competitividad en el mercado mundial.

Cuadro 5.6
Exportaciones de carne de cerdo, 1999

País	Millones de toneladas
Unión Europea	1.388
Canadá	0.631
U.S.A.	0.580
Polonia	0.215
China	0.119
Otros países	0.391
Total	3.324

Fuente: USDA

Al respecto, el alto consumo en los países productores y la Fiebre Porcina Clásica entre otras razones, han limitado severamente el comercio internacional de carne y subproductos de cerdo. De acuerdo con la Oficina Internacional de Epizootias (OIE) solo catorce países están libres de la fiebre porcina clásica. Estos países son los siguientes: Finlandia, Dinamarca, Suecia, Nueva Zelanda, Panamá, Australia, Canadá, Noruega, Estados Unidos, España, Inglaterra, Países Bajos, Polonia y Costa Rica. Dada esa condición no enfrentan barreras sanitarias para exportar a otros socios comerciales productos o subproductos derivados del cerdo. De los países mencionados anteriormente, la mayor parte corresponde a la Unión Europea, lo cual confirma la predominancia de dicho bloque como exportadora neta de carne de cerdo, especialmente en cuanto a productos elaborados se refiere.

Con relación a las importaciones, Japón es el principal importador mundial de carne de cerdo, con estándares en la sanidad y la calidad de la carne bastante altos, pues mantiene la política de "riesgo cero" al no aceptar ningún tipo de carne proveniente de países que no hayan erradicado Fiebre Porcina Clásica, mostrando, no obstante, una tendencia creciente tal como se refleja en el siguiente cuadro:

Cuadro 5.7
Importaciones mundiales de carne de cerdo por país. (Millones de TM carne en canal)

País	1998	1999	2000
Japón	721	857	931
Rusia	375	500	350
U.S.A.	319	375	439
Hon Kong	252	260	310
Corea	66	155	174
Otros Países	391	534	646
TOTAL	2,124	2,681	2,850

Fuente: USDA

5.4 Reglamentación Internacional del Comercio de Carne de Cerdo

Las principales normas por las que se rige el comercio internacional de productos animales figuran en el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (Acuerdo MSF) de la Organización Mundial de Comercio (O.M.C.). La no-discriminación, la armonización, la equivalencia y la transparencia, constituyen los principios fundamentales que el Acuerdo MSF establece para la redacción de las disposiciones reguladoras de las importaciones y exportaciones en materia de sanidad animal. El cumplimiento de esos criterios puede requerir tanto una evaluación de riesgos como una regionalización, sin lo cual sería difícil garantizar la adopción de medidas justas y pertinentes desde un punto de vista científico sobre productos importados; por tal razón se ha institucionalizado la Oficina Internacional de Epizootias (OIE), cuyo papel consiste

en dictar normas actualizadas y aceptables a nivel internacional que se ajusten a los criterios mencionados.

Con relación a algunos de los aspectos tendientes a regular el comercio mundial de la carne, que son contemplados en el marco de la O.M.C., es importante resaltar que las consolidaciones arancelarias, las mayores oportunidades de acceso a los mercados y la reducción de las subvenciones a la exportación, constituyen puntos esenciales que contribuyen a dinamizar el comercio de dicha carne. Al respecto, los países miembros de la O.M.C., se han comprometido a convertir sus medidas no arancelarias en aranceles generales y consolidarlos, por lo que la mayoría de los países han consolidado entre el 15% y 50% los aranceles que aplican a los productos cárnicos, variando estos entre los distintos miembros: por ejemplo Canadá y Hong Kong aplican un arancel consolidado a la carne de cerdo de 0%, mientras que en la Unión Europea dicha consolidación es más alta.

Por otro lado, los países miembros de la O.M.C., contraen la obligación de mantener las oportunidades de acceso a los mercados, por lo cual surgen los contingentes arancelarios mínimos, calculados en base al volumen anual medio importado de carne entre determinados años, con el propósito de no bloquear los mercados completamente cuando las circunstancias en los países importadores sean desfavorables para las exportaciones provenientes de sus socios comerciales. Adicionalmente, también existe el compromiso de eliminar los subsidios a las exportaciones.

Una vez cumplidos los compromisos enunciados anteriormente, las únicas medidas de control que prevalecerán para regular el comercio internacional de la carne de cerdo serán la inspección y la certificación sanitarias. En este sentido, es importante destacar que las repercusiones del Acuerdo M.S.F. afectará principalmente a los países en desarrollo ya que el "derecho de entrada" estará constituido por elevados controles veterinarios y de normas de salud e higiene animal exigidos dentro del país, siendo un obstáculo que excluirá a la mayoría de estos países, y reducirá ostensiblemente sus posibilidades de acceso a los mercados.

Finalmente, también se puede mencionar dentro del conjunto de normas internacionales que regulan el comercio mundial de carne de cerdo: el Código Zoosanitario Internacional y el Manual de Normas para Pruebas de Diagnóstico y Vacunas, así como diversos artículos firmados por especialistas de prestigio mundial que cubren una amplia gama de conocimientos que permiten determinar los requisitos zoosanitarios necesarios para evitar los potenciales riesgos zoosanitarios asociados a la carne de cerdo y embutidos.

5.5 Perspectivas

El documento de la FAO, titulado "Agriculture Towards 2010" evalúa la tendencia actual con base a la historia de los últimos años. Este estudio muestra que en 1978, 60% de la producción de cerdos estaban los países desarrollados y que solo 40% en los países en desarrollo. Sin embargo, esta situación se ha modificado drásticamente, ya que como se puede observar en el cuadro 5.8, el crecimiento de la producción de cerdos, en los últimos años se concentró en mayor proporción en los países en desarrollo.

Cuadro 5.8

Producción mundial de carne de cerdo en países desarrollados y en desarrollo. 1995-1999

Millones de TM

	Mundial	Países	
		Desarrollado	En Desarrollo
1995	78.88	36.09	42.75
1996	78.83	36.02	42.80
1997	82.73	35.40	47.32
1998	87.99	37.55	50.44
1999	88.43	37.87	50.56

Fuente: adaptado de FAOstat, 2000, por L. Roppa, "La globalización y las perspectivas de producción de cerdos en el continente Sud-Americano".

Basándose en esta tendencia, el informe de la FAO concluye que para el año 2010 el 60% de la producción de cerdos en el mundo estará en los países en Desarrollo. Si dicha predicción se diera, los países en desarrollo tendrían que contar con las condiciones necesarias para pretender ser un gran productor de cerdos en el futuro.

Según el documento "La globalización y las perspectivas de producción de cerdos en el continente Sud - Americano" escrito por el médico veterinario Luciano Roppa, para la Agrupación de Consultores en Tecnologías del Cerdo (Argentina), las principales condiciones a las cuales el país productor debe darle mayor énfasis son: conservar el medio ambiente, cuidar del bienestar de los animales, poseer suficiente agua (para beber y para la producción de granos) y tener extensiones de tierra y el clima apropiado, para guardar el estiércol y producir los granos básicos para la alimentación de los cerdos a un costo menor.

En lo que respecta a los grandes productores mundiales de cerdos actuales, el documento establece que China, no obstante ser el mayor productor del mundo, posee solamente el 20% de su producción tecnificada, mientras que el restante es de tipo familiar, por lo que existen 477,000 criadores que crían cerdos para su propia subsistencia, teniendo dos factores que limitan sus posibilidades de exportar cerdos y abastecer el crecimiento del resto de la población mundial: la Fiebre Aftosa y la mala calidad de las carcazas. Consecuentemente, la tendencia es de incrementar su producción para atender el mercado interno, y en el futuro, es probable que se vuelva importador de cerdos.

La Unión Europea, con un consumo de carne de cerdo bastante elevado (44.6 Kg. anual por persona), enfrenta grandes presiones ecológicas para el mantenimiento de su plantel, lo que ha llevado a fuertes demandas para que se reduzcan los mismos en algunos de sus países miembros. Adicionalmente sus costos de producción son altos y el mercado es protegido a través de subsidios a los productores e impuestos a los productos del exterior, por lo que al reducir o eliminar éstos, se volverían menos competitivos.

Por último, U.S.A., segundo mayor productor del mundo, posee excelentes condiciones para aumentar la producción, porque es el mayor productor mundial de maíz y soya, posee abundantes fuentes de agua y áreas de plantío, sin embargo, debido a la alta concentración de sus productores en megaproyectos, cuyas granjas producen grandes cantidades de estiércol, se han generado problemas ambientales, originando que algunos estados norteamericanos ya prohíben la implantación de nuevos megaproyectos a fin de conservar el medio ambiente y sus fuentes de agua. Otro problema lo constituye la manipulación del mercado por pocas manos que en determinados periodos han causado crisis en dicho sector debido a excesos de producción.

6 Principales conclusiones y recomendaciones

6.1 Conclusiones

6.1.1 Situación de los productores

- Honduras tendrá que trabajar incansablemente en los próximos años en el sector de la industria porcina, con verdadero énfasis productivo-modernista, con el conocimiento de índices mundiales que cada día demuestre la importancia de este rubro. La agricultura jugará un papel importante dentro de su modernización, debido a que el 80% de las raciones porcinas son en base a granos, lo que tiende a demostrarle al agricultor hondureño que existe un potencial de mercado para garantizar la alimentación porcina.
- El productor nacional demuestra con un 72.7% de su preferencia hacia el concentrado comercial y un 37.4% de los productores se inclinan hacia el uso del concentrado propio, siendo el maíz, soya, coquito, aceite de palma, sorgo, etc. los principales

ingredientes de una ración balanceada de una ración de cerdos. Un 69.7% de los productores utiliza su concentrado en forma racionada. A pesar de existir en el país la mayor cantidad de ingredientes para la formulación del concentrado el costo del mismo sigue siendo un cuello de botella que incide fuertemente en los costos de producción.

- La tendencia de la industria es de alcanzar altos volúmenes de producción, para contrarrestar sus altos costos de los insumos ya que no ha existido una política integral, unión de grupos, etc., para realizar adquisiciones de materia prima en escala.
- Cabe señalar que la detección de necesidades y barreras en el sector porcino, como la oferta de insumos, la producción, industrialización y comercialización de la carne de cerdo tendrá que acceder a la mayor fuente de información posible, de cara a los próximos problemas de la industria, derivados de la situación mundial de mercados y tecnología y a los cuales tendrá que hacer frente.
- La información de registros tendrá que ocupar un papel importante en la estructura de la industria, lo cual resulta de gran utilidad para la oportuna y eficiente toma de decisiones, para tener una visión clara y completa de la realidad de la empresa, para no obstaculizar las medidas necesarias que produzcan verdaderos cambios positivos, procurando que la información sea lo más confiable y oportuna para hacer ajustes en sus diferentes componentes de la estructura porcina.
- Problema esencial es la no continuidad de los programas de capacitación, se pierde el sentido de su efectividad debido a que una gran cantidad de instituciones de todo tipo lo realizan sin existir un patrón a seguir o marco referencia por el nivel cultural del productor, tamaño de la finca, regionalización, etc.
- La gama de temas de capacitación en la industria porcina (ambiental, recurso humano, genética, producción, sanidad, registros, crédito, comercialización) necesita de una concertación entre productores industriales, casa comerciales, gobierno, etc., para poder orientar con propiedad y eficacia dichos programas.
- Resulta de capital importancia el fortalecer y promover la organización legal y tenencia de la tierra de cada empresa porcina, como un medio de soporte para su subsistencia económica y social.
- La política ambiental, frente a la existencia de fincas porcina, aún no ha sido un problema de crisis ante las exigencias por parte de organizaciones ambientalistas y del mismo gobierno. Pero el ejemplo de otros países que han tomado medidas previsoras del medio ambiente será de gran importancia a advertir a productores nacionales de lo que puede acontecer en un futuro inmediato.
- Se recomienda que Salud Pública, Recursos Naturales, Asociación Porcicultores, etc., diseñen una estrategia con la debida reglamentación que norme los aspectos inherentes a la ubicación, construcción y operación de las actuales y las futuras fincas porcinas.
- Fomentar la creación de la Unidad Técnica Porcina o la Comisión Nacional de Porcicultura, a nivel privado y/o estatal de forma que haya un conductor de la política de producción nacional.
- Crear a nivel gubernamental con apoyo de la empresa privada la Comisión de Estadística de la Industria Porcina.
- Concertar productores y agroindustria el "Mercado de las Partes", con el ánimo de fortalecer la producción nacional de carne y competir exitosamente con las importaciones como medida primordial en el corto plazo.
- Es conocida la baja rentabilidad en la industria porcina, lo que la hace vulnerable a una carga financiera alta, por lo que habrá que contrarrestarla con volúmenes atractivos, con índices reproductivos significativos y colateralmente con buenos precios. El crédito constituye un elemento dinamizador en toda actividad de producción, tendrá que

lograrse en forma integral y planificada para lograr éxitos en la etapa productiva y de comercialización. Las principales necesidades son la adquisición de materias primas y concentrado, la infraestructura y el pie de cría. Los resultados de la encuesta muestran que el 60.4% de los productores no utilizan financiamiento.

- La peste porcina clásica puede considerarse como el mayor riesgo de la industria, el país deberá afrontar el problema con magnitud nacional, ya que crear programas individuales o regionales tiende a desestabilizar a pequeños y medianos productores del resto del país, pues se crea una división interna sin control de fronteras pecuarias que podría echar a perder varias unidades regionales de producción.
- La asistencia técnica está muy ligada al componente de capacitación, ambas conforman la oferta que el productor tendrá que recibir para el conocimiento, buen manejo y control de la empresa para fortalecerla productiva y administrativamente. Se sugiere la clara intervención de cada una de ellas, porque permitirá la viabilidad de alcanzar objetivos deseados de producción nacional.
- La rentabilidad de la unidad de producción porcina tiende a incrementarse conforme aumenta el número de hembras de cría. Se debe velar por el fortalecimiento y seriedad de los centros especializados de pie de cría, fuente original de cualquier proyecto que pueda cimentar su inicio con propiedad en el patrón genético.
- Las razas Duroc, Landrace, Yorkshire y Hampshire ocupan los primeros lugares en conocimiento de los productores nacionales, causando también una impresión favorable en el uso del híbrido (PIC y TriHíbrido). El patrón genético de las fincas porcinas del país es fuertemente representado por el encaste logrando un 94.5% de aceptación del productor nacional.

6.1.2 Producción y comercialización mundial

- En 1999, la mayor producción de carne de cerdo se realizó en Asia (53.2% del total mundial), en donde China es el país que más produce (45%) en el mundo, y de acuerdo a las estadísticas de la FAO, consume internamente la totalidad de su producción.
- Estados Unidos es el segundo mayor productor de carne de cerdo (8.78 mill. de toneladas), y se caracteriza por la alta concentración de sus productores, que han dado paso a megaproyectos. En tercer lugar se ubican los países de la Unión Europea (Alemania con 3.94, España con 2.9 y Francia con 2.38 millones de toneladas), que enfrentan por un lado, serias presiones de tipo ecológico al presentar un alto alojamiento de cerdos por kilómetro cuadrado que genera problemas con el estiércol; y por otro lado, costos de producción demasiados altos (US\$ 1.00 y US\$ 1.30) únicamente sostenibles a través de subsidios e impuestos al comercio exterior para proteger los mercados.
- Se calcula que el consumo de carne de cerdo por habitante para 1999, es de aproximadamente 14.73 Kg. por habitante, lo que la coloca en primer lugar de preferencia entre la población, superando el consumo per cápita de carne de pollo (10.61 kg/habitante) y el de carne bovina (9.7 kg/habitante).
- De acuerdo al documento "El Comercio Exterior de Carne de Cerdo" publicado por la Unidad de Economía Agraria de España, el comercio mundial de carne de cerdo es marginal en relación con su producción (2.7 millones de toneladas en 1999), pues representa apenas el 3% de la producción mundial. Así mismo, este intercambio mundial se realiza fundamentalmente entre países desarrollados, en vista que el 91.7% de la exportación y 81% de las importaciones se dan entre Europa, Estados Unidos y Japón.
- Entre los factores que obstaculizan un mayor flujo de comercio internacional de la carne porcina están el alto consumo interno de los países productores y la presencia de la Fiebre Porcina Clásica en la mayoría de los hatos porcinos.

- En 1999, los mayores exportadores de carne de cerdo fueron los países pertenecientes a la Unión Europea (1.388 mill. de toneladas), mientras que Japón es el principal importador a nivel mundial de dicha carne (0.857 Mill. de toneladas).
- Con relación a la reglamentación del comercio mundial de carne de cerdo, los países productores que forman parte de la Organización Mundial del Comercio (O.M.C.) se han comprometido a realizar consolidaciones arancelarias, dar mayor acceso a los mercados y reducir/eliminar las subvenciones a las exportaciones, con el propósito de dinamizar el comercio mundial; por lo que una vez cumplidos estos compromisos las únicas medidas de control estarían contempladas en el Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (M.S.F.) que incluye inspecciones y certificaciones sanitarias por parte de los países importadores.
- De acuerdo al documento de la FAO "Agriculture Towards 2010", las tendencias del mercado de la carne de cerdo apuntan: hacia un consumo de carne de cerdo en crecimiento, y una producción que está modificándose drásticamente concentrándose en un 60% en los países en vías de desarrollo.
- Adicionalmente, el documento "La globalización y las perspectivas de producción de cerdos en el continente Sud - Americano" de L. Roppa, se señala que los grandes productores actuales, enfrentan restricciones de producir más, tal es el caso de China en donde solamente el 20% de la producción es tecnificada y el restante 80% de tipo familiar (477,000 productores para su subsistencia), además, posee factores que limitan su posibilidad de exportar como ser la Fiebre Porcina Clásica y la mala calidad de las carcazas; la Unión Europea, en donde el consumo es elevado, por lo que las grandes porquerizas originan presiones ecológicas por el estiércol que se produce, lo que obliga a la reducción y/o eliminación de las mismas, además de estar comprometidos a eliminar las subvenciones, lo que los haría menos competitivos al asumir los elevados costos reales de producción; y finalmente, Estados Unidos, en donde también se han originado grandes presiones medioambientales por la contaminación que los megaproyectos producen, por lo que en algunos estados se gestiona la prohibición de la implementación de nuevos megaproyectos.

6.1.3 Características de consumidores en Honduras

- El estrato que presenta el mayor consumo relativo de carne de cerdo es el estrato medio (80% de los encuestados en los establecimientos pre definidos), mientras que el que menos consume es el medio-alto (33% de abstención). El estrato bajo, determinado por los encuestados en los mercados presenta un 76% de consumo.
- La mayor parte de los entrevistados (44%) que realizan sus compras en los supermercados seleccionados poseen una escolaridad del nivel secundario, exceptuando en el Distrito Central en donde el 45% de la muestra que se localizó en los supermercados presenta instrucción universitaria. En cambio, en los establecimientos denominados mercados, la mayor parte de la población entrevistada (50%) reportó un grado de escolaridad primario.
- 66% de los compradores son del sexo femenino, lo que indica que las mujeres son las que en un mayor porcentaje realizan las compras de los alimentos, determinando en alguna manera la escogencia de la dieta alimenticia que se consume en los hogares.
- El 74% del total de entrevistados en los supermercados y en los mercados consumen carne de cerdo.
- El 98% de la muestra encuestada (mercados y supermercados) que consume carne de cerdo, la consume también en su casa.

- a las partes del cerdo que más se consumen, las personas entrevistadas manifestaron su preferencia por el consumo de chuleta (56% en los supermercados y 65% en los mercados), en segundo lugar, la costilla (54% en los supermercados y 46% en los mercados), la pierna de cerdo en tercer lugar (43% supermercados y 31% en los mercados) y por el lomo (41% supermercados y 25% mercados).
- Las formas más comunes de preparación de la carne de cerdo son aquellas que implican un mayor nivel de cocción, como ser: frita (79% supermercados y 87% mercados), horneada (45% supermercados y 27% mercados), guisada (39% supermercados y 29% mercados) y cocida (21% supermercados y 17% mercados).
- La mayor frecuencia con que consumen la carne de cerdo es semanal (14% de los entrevistados en supermercados y 22% en los mercados) con una cantidad aproximada de 2 libras por consumo.
- Los adultos del hogar son los que más disfrutan de comer carne de cerdo, tendencia que se manifiesta en todas las ciudades encuestadas, y en los dos tipos de establecimientos. De acuerdo a la opinión de los entrevistados esto se debe a que en algunos de los hogares que consumen carne de cerdo, a los menores se les excluye de dicho consumo para prevenir enfermedades que ocasiona la ingestión de carne porcina.
- Los lugares donde compran la carne de cerdo son: supermercados en primer lugar, mercados en segundo y pulperías en tercer lugar.
- La principal forma de almacenamiento que los encuestados utilizan es la refrigeración (82% de los entrevistados en supermercados y 68% en los mercados). Adicionalmente, el 37% de los entrevistados opinó que prefiere consumirla inmediatamente. Al respecto, es importante resaltar que de la muestra encuestada en Choluteca, porcentajes bastante significativos (41% supermercados y 50% mercados) estiman que es preferible consumir la carne inmediatamente, ya que así evitan que la carne se contamine por almacenarla mucho tiempo.
- Solamente el 21% de las personas entrevistadas en los supermercados y el 13% en los mercados, que sí consumen carne de cerdo están dispuestos a aumentar su consumo, y es en la ciudad de La Ceiba donde un mayor número de los encuestados (26% en supermercados y 19% en mercados) se inclina a incrementar dicho consumo.
- Alrededor del 76% de la muestra encuestada afirmó que consume embutidos elaborados a base de carne de cerdo, siendo nuevamente en La Ceiba donde se presenta el consumo más alto (83% en supermercados y 89% en mercados).
- Alrededor del 60% de los entrevistados manifestaron que lo embutidos son consumidos de preferencia semanalmente.
- La mayor parte de la población encuestada (83% en supermercados y 54% en mercados) compra los embutidos en el supermercado.
- Los adultos de la casa son los que más disfrutan comiendo embutidos de carne de cerdo, sin embargo, a diferencia del consumo de carne de cerdo, más de la mitad de los niños que forman parte de los hogares encuestados también gustan de comer embutidos. En este sentido, la opinión de los jefes de familia favorece el consumo de embutidos por parte de los menores, pues no visualizan los mismos riesgos al consumir el cerdo en productos procesados versus consumir la carne directamente.
- Los aspectos más valorados por los consumidores entrevistados resultaron ser la higiene del establecimiento donde realiza la compra (58% supermercados y 51% mercados), la frescura de la carne (48% supermercados y 53% mercados), la

procedencia confiable del producto (26% supermercados y 22% mercados), lo cual fue relacionado con la higiene del establecimiento.

- El 76% de la muestra manifestó que si conoce restricciones o riesgos relacionados al consumo de carne porcina, siendo en Choluteca y Tegucigalpa, donde un mayor porcentaje de los encuestados opinó conocer dichos riesgos.
- Los principales riesgos o restricciones mencionadas por los entrevistados que están relacionadas con el consumo de carne de cerdo son: la triquina/ cisticercosis⁹ (87% en mercados y supermercados) y problemas de grasa/ colesterol (17% en supermercados y 13% en mercados).
- La mayor parte de los entrevistados (66% supermercados y 74% mercados) manifestó que no conocen familiares, ni amistades que se hayan enfermado por consumir carne de cerdo, lo cual indica que los riesgos o restricciones que la mayoría de los entrevistados dijo conocer es resultado de información proveniente de terceros, y no de haberla experimentado de alguna persona cercana a ellos.
- Los encuestados que señalaron conocer personas que han enfermado por consumir carne de cerdo (34% de los entrevistados en supermercados y 26% en los mercados), mencionaron como principal enfermedad padecida la cisticercosis/ triquina con un porcentaje de alrededor del 53% en ambos tipos de establecimientos seleccionados. También indicaron como enfermedades experimentadas por personas conocidas y atribuidas al consumo de la carne en cuestión, el dolor estomacal, colesterol alto, alergias, diarrea; y en menor proporción enunciaron parasitosis, infecciones intestinales, triglicéridos y enfermedades del colon.
- Los entrevistados que respondieron que no consumen carne de cerdo (26%), señalaron como principal motivo el temor a enfermedades causadas por la ingestión de carne porcina. En segundo lugar aludieron que por restricciones médicas preferían no consumir de este tipo de carne. El tercer motivo para el no consumo es que no les gusta dicha carne. También expusieron en menor medida como razones de su abstención: el precio, el exceso de grasa que afecta el colesterol, las creencias religiosas, dietas y problemas del colon.
- Solamente el 34% de los no consumidores de carne de cerdo se mostró anuente a consumirlo si desaparecieran los riesgos de ingerir este tipo de carne.

6.1.4 Comportamiento reciente

- En los últimos cinco años la producción de carne de cerdo y el hato porcino nacional, han alcanzado bajas tasas de crecimiento, presentando incluso niveles de estancamiento, tal es el caso del año 2000, en donde la producción estimada de carne de cerdo es de 17.0 miles de toneladas de carne, proveniente de un hato de alrededor de 659.6 miles de cabezas.
- El estancamiento de la producción obedece a diversos factores, tales como: la carencia de profilaxis y tratamientos de enfermedades en forma sistemática (Fiebre Porcina Clásica, Leptospira, parasitismo interno y externo, fungosis, carenciales, practicas de desinfección, entre otras), alimentación no balanceada de los

⁹ Es importante aclarar que entre la población hondureña erróneamente se denomina la triquina como termino similar al cisticercos o semilla, sin embargo, en Honduras lo que prevalece es el cisticercos, siendo los casos de triquina prácticamente inexistentes.

- animales, instalaciones nulas o defectuosas, libre movilización del cerdo, incorrecta eliminación de excretas, existencia limitada de letrinas, inadecuada comercialización, carencia de inspecciones veterinarias oficiales, ausencia de requisitos sanitarios mínimos.
- En Honduras existen dos categorías de sistemas de producción: el tradicional que representa el 85% de la producción y el tecnificado que corresponde al 15% restante. La mayor parte de los problemas que enfrenta la porcicultura hondureña, descritos anteriormente, se presentan principalmente en el sistema tradicional, ya que en el sistema tecnificado se llevan controles zootécnicos y sanitarios, utilizan alimentos concentrados y poseen instalaciones adecuadas.
 - El consumo de carne de cerdo por hondureño es de aproximadamente 3.57 Kg. por persona, muy por debajo del consumo promedio per cápita mundial que es de 14.73 Kg. por habitante.
 - El comercio de la carne de cerdo en el ámbito nacional, es diferente según el sistema de producción: tradicional o tecnificado. En el primero, la venta del animal en pie se hace a través de intermediarios. Cuando el lote de cerdos obtiene cierto nivel de peso promedio, los animales son llevados a plazas o directamente a los rastros (la mayoría municipales) donde son sacrificados, en la mayoría de casos sin contar con las debidas inspecciones sanitarias. Además, por tratarse de una comercialización indirecta, la incidencia en los precios al productor es negativa al encontrarse los productores dispersos; en tanto, en el segundo sistema, la comercialización en su mayoría se realiza según contratos establecidos directamente con plantas industriales, o más bien forman parte de una empresa que maneja toda la cadena, desde la producción, industrialización y comercialización del cerdo.
 - En materia de comercio exterior, el comercio de carne de cerdo en Honduras se caracteriza por la inexistencia de exportaciones y la tendencia creciente de las importaciones provenientes de Estados Unidos, Canadá, y el resto de los países centroamericanos.
 - En opinión de los gerentes de supermercados entrevistados, la preferencia por adquirir carne de cerdo en mercados externos obedece principalmente al menor precio obtenido en comparación a los precios nacionales, a la forma de presentación del producto adquirido en el exterior (envasado al vacío) que proporciona una mayor duración del producto, a los controles sanitarios existentes en los países de donde proviene la carne que garantizan la inexistencia de enfermedades, a la fácil obtención de las partes del cerdo que más se demandan, entre otras.
 - En el marco de la O.M.C., Honduras ha asumido iguales compromisos con relación al comercio internacional de la carne de cerdo. Al respecto, actualmente las compras de carne de cerdo provenientes del exterior, pagan un arancel del 15% al valor de la importación, y también se exige certificaciones sanitarias del país exportador, con excepción del comercio regional centroamericano, que según el Tratado General de Integración Económica Centroamericano, establece un libre comercio de carne de cerdo. También se han concretado dos tratados de libre comercio con México y República Dominicana, en el primero la carne de cerdo no se incluyó, y en el segundo, se estableció una desgravación arancelaria a tres años (10% primer año, 5% segundo año y 0% tercer año), que finalizan en el año 2005.

6.2 Recomendaciones

6.2.1 En relación a la tendencia mundial

- La reglamentación internacional que rige el comercio mundial de la carne de cerdo es orientada a través del Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF), en donde existen elevados controles sanitarios y normas de higiene animal y de salud, por lo que Honduras deberá intensificar las campañas de erradicación de las enfermedades que afectan el ganado porcino, especialmente la Fiebre Porcina Clásica, y de esta manera lograr la obtención de la certificación indispensable que le permita el "derecho de entrada" a los mercados externos.
- Las tendencias mundiales de la producción de carne de cerdo, indican que dados los problemas que atraviesan los grandes productores actuales, dentro de algunos años la producción se concentrará en los países en vías de desarrollo, lo que representa oportunidades para países como Honduras. Sin embargo, para aprovechar esta coyuntura, los productores nacionales deberán enfatizar su producción basada en determinadas condiciones esenciales que aseguren resultados positivos en el largo plazo, como ser: la conservación del medio ambiente a través del buen uso del estiércol y de una adecuada planificación del crecimiento de las instalaciones, disposición de extensiones de tierra que permitan producir granos básicos para la alimentación de cerdos a un menor costo, preservar climas apropiados y fuentes de agua para la crianza de los cerdos y cuidar del bienestar de los animales a través de instalaciones y prácticas de manejo adecuadas.
- Crear alianzas estratégicas con otros países en desarrollo, a fin de trabajar al nivel político internacional para reducir los subsidios de los países desarrollados a sus agriculturas, para que el mercado pueda estar disponible a los países con mayor poder competitivo.

6.2.2 Elementos estratégicos para la promoción del consumo

A través del presente estudio se ha logrado determinar algunos de los aspectos esenciales a considerar en la formulación de una campaña orientada a incrementar el consumo de carne de cerdo, tomando en cuenta el sector de la población a quien se desea dirigir dicha campaña. A continuación se plantean los aspectos más relevantes:

Consumidores Actuales

El aumento de carne porcina en este segmento entrevistado, no presenta un futuro muy prometedor, en vista que solamente el 21% de los consumidores entrevistados en los supermercados y el 13% en los mercados, estarían dispuestos a aumentar su consumo. En el caso de dirigir esfuerzos tendientes a capturar estos consumidores, la promoción se deberá enfocar hacia:

- La población femenina, en vista que constituyen las dos terceras partes del total de los compradores, indicando que son estas las que de alguna manera determinan la escogencia de la dieta alimenticia que se consume en los hogares.
- El estrato medio- alto, al presentar un menor consumo versus un mayor poder adquisitivo,
- Los adultos el hogar, que son los que más disfrutan de comer carne de cerdo
- resaltar los aspectos más valorados que resultaron ser la higiene del establecimiento, la frescura de la carne y la procedencia confiable del producto
- Mejorar las presentaciones de los cortes de carne, siendo la chuleta, la costilla, la pierna de cerdo y el lomo, las partes del cerdo de mayor preferencia
- Los establecimientos comercializadores deberán desarrollar platos semi-listos que se adapten al consumidor moderno, que dispone de un menor tiempo para su preparación; tomando en

cuenta además que las formas de preparación preferidas son aquellas que implican un mayor nivel de cocción (frita y horneada).

No Consumidores

El motivo principal por el cual el 26% de los entrevistados no consume carne de cerdo lo constituye el temor a las enfermedades causadas por la ingestión de carne porcina; en segundo lugar, aluden que por restricciones médicas, factores que deberán tomarse en cuenta en las campañas promocionales tendientes a convertirlos en consumidores de carne de cerdo.

Con base a lo anterior es importante resaltar, que un 34% de estos no consumidores se mostró anuente a consumir cerdo si desaparecen los riesgos por ingerir este tipo de carne, por lo que cualquier estrategia que conlleve a incorporar esta población al consumo de carne porcina tendrá que basarse en:

1. Publicitar reales y mayores controles de inspección de los animales, en todos los establecimientos que intervienen en la compra y destace del cerdo, a fin de asegurar la sanidad del animal y eliminar los temores existentes en todos los sectores de la población en cuanto a las enfermedades que se adquieren a través de su consumo, especialmente lo relacionado a la cisticercosis.
2. Poner a disposición de la población, los procedimientos mediante los cuales se certifica el origen de la carne e informar acerca de las instituciones que realizan dicha certificación, a fin de garantizar al consumidor que están adquiriendo un producto confiable, original de granjas tecnificadas, de calidad y de buen patrón sanitario.
3. Dar a conocer a la población estadísticas que demuestren la real incidencia de enfermedades adquiridas por la ingesta de carne de cerdo, a fin de erradicar la información errónea transferida por terceros, en vista que alrededor del 70% de los entrevistados manifestaron no conocer personas cercanas que hayan enfermado por consumir carne.
4. Realizar campañas promocionales en donde se enfatice los cambios que los establecimientos que comercializan la carne de cerdo (rastros, procesadoras, mercados, supermercados, carnicerías, etc.) están llevando a cabo con el propósito de mejorar la presentación del producto, la higiene de dichos establecimientos, la procedencia confiable del producto, a fin de garantizar en los clientes una mayor confianza en el consumo de carne porcina.
5. Llevar a cabo campañas informativas tendientes a romper el tabú existente contra la carne de cerdo, referente al desconocimiento de su calidad actual, basándose en la evolución que dicha carne ha tenido en los últimos 20 años, con relación a la tenencia de grasa y calorías.
6. Promocionar los progresos genéticos, de nutrición y manejo, a través de campañas de marketing, conferencias para los grupos médicos y nutricionistas; deben hacerse también en los supermercados, carnicerías, restaurantes, a fin de que la gran mayoría de la población tenga acceso a la verdadera información sobre este producto.

7 Bibliografía

1. Anuarios Estadísticos de la FAO 1995,96,97,98,99
2. "la Globalización y las perspectivas de producción de cerdos en el continente Sud-Americano" por Luciano Roppa, Agrupación de Consultores en Tecnologías del cerdo, Argentina
3. "Producción Nacional de Bovinos para Carne", Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria, Uruguay
4. "El Comercio Exterior" Unidad de Economía Agraria, España, Feb, 2002
5. "Comentarios de la UE, Revista ANAPORC, Dic. 2001
6. "Producción Actual y Perspectivas del Mercado Porcino" Unidad de Economía Agraria, Gobierno de España, Enero, 2002

7. Estadísticas mundiales de comercio, producción, consumo de carne de cerdo, Servicio de Información Agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador
8. "Carne y Productos cárnicos" FAO/SMIA- Perspectivas alimentarias No. 4, Septiembre 2000
9. "La Aftosa y el mercado mundial de carnes" Revista Escenario2 No. 4, junio 2001
10. "La Cadena Agroalimentaria del cerdo en Costa Rica" por José Wilberth Alfaro Zamora, Escuela de Zootecnia, Universidad de Costa Rica, 1998
11. Proyecto de Control y erradicación de la Peste Porcina Clásica, SENASA, Secretaría de Agricultura y Ganadería, Octubre 2000

8 Anexos

1. Ingredientes en elaboración de concentrado propio
2. Forma de uso del concentrado comercial y propio
3. Utilización de vitaminas y minerales por zona y fase fisiológica porcina
4. Características del concentrado comercial, según especificaciones del fabricante
5. Precios promedio en el mercado local, de principales productos derivados de cerdo

ANEXOS

ANEXO TÉCNICO 1

INGREDIENTES EN ELABORACIÓN DE CONCENTRADO PROPIO

ANEXO TÉCNICO No. 1 INGREDIENTES EN ELABORACION DE CONCENTRADO PROPIO

La amplia disponibilidad de recursos y/o materias primas para el alimento de la industria porcina puede ser procesado a nivel industrial, artesanal y empírico, cumpliendo en cualquiera de las modalidades anteriores el objetivo de aportar todos los requerimientos nutricionales que demanda el cerdo.

MAIZ Y SORGO. Principal ingrediente en la ración por su mayor digestibilidad y aporte fundamental de proteínas.

SOYA, GANDUL. Contribuyen con porcentajes valiosos de proteínas.

MELASA. Valor energético de la ración.

HARINAS (carne, arroz, pescado camarón, hueso, coco). Mezclas ideales para minerales, proteínas y para la palatabilidad del concentrado.

BLOQUES, PREMEZCLA, PAQUETES. Concentración de minerales, antibióticos, vitaminas.

SUERO. Líquido procedente del proceso lácteo que se brinda en cantidades libres en forma directa e indirecta en la ración de concentrado.

Los restantes ingredientes también participan en la elaboración del concentrado dependiendo del interés del productor y de la disponibilidad que haya en la zona.

El ingrediente maíz es agregado en la ración por el 97.9% de los productores nacionales, convirtiéndose en el vital y más importante en la constitución de la ración. Dentro del análisis por regiones se observa que en la zona 1, 2, 3 y 4 su presencia es del 100% lo que confirma en el cuadro anterior que dichas zonas son las que más producen el concentrado propio. La zona 5 disminuye su presencia de maíz a un 75% debido a mayor presencia de otros ingredientes tales como el coquito con un 75% de la opinión de los productores en esa zona.

El sorgo / maicillo se convierte en un sustituto cuando prevalece la ausencia de maíz por eso el promedio nacional asciende a un 24.4% casi muy similar a la tendencia a nivel de zonas.

La soya ocupa un lugar muy especial en la zona 1, 2, y 3 todas y cada una con una participación del 100% lo que reafirma de que en estas zonas es donde prevalece la elaboración del concentrado propio.

Como podrá notar el listado de la fuente de ingredientes para la preparación del concentrado propio es amplia, asumiendo que el resto de los ingredientes contribuyen con una modesta participación porcentual pero significativa en los niveles apropiados para lograr resultados carentes de deficiencias nutricionales. Los bloques de aminoácidos, minerales, vitaminas, sales, etc juegan un papel importante.

INGREDIENTES PARA PREPARACION DEL CONCENTRADO PROPIO

Formas de Aplicación	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Total
Mafz	100.0	100.0	100.0	100.0	75.0	95.0
Sorgo / Maicillo	25.0	38.9	33.3	0.0	25.0	24.4
Soya	100.0	100.0	100.0	66.7	75.0	88.3
Gandul	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
Coquito	70.0	61.1	0.0	33.3	75.0	47.9
Aceite de palma	70.0	5.6	66.7	33.3	0.0	35.1
Afrecho de arroz	25.0	44.4	0.0	66.7	25.0	32.2
Melaza	90.0	22.2	33.3	0.0	25.0	34.1
Harina de pescado	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0
Harina de camarón	40.0	11.1	0.0	0.0	0.0	10.2
Harina de hueso	25.0	72.2	100.0	33.3	25.0	51.1
Sal	45.0	50.0	33.3	33.3	25.0	37.3
Biofos	40.0	22.2	0.0	0.0	0.0	12.4
Calcio	45.0	44.5	66.6	0.0	0.0	31.2
Lisina	45.0	16.7	0.0	0.0	0.0	12.3
Metionina	30.0	22.2	0.0	0.0	0.0	10.4
Minerales	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	2.2
Aceite Vegetal	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	2.2
Paquete Nutricional	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	2.2
Calcio	25.0	5.6	33.3	0.0	0.0	12.8
Pre-Mezclas	5.0	5.6	0.0	0.0	0.0	2.1
Antibioticos	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0	4.4
Promotor	10.0	5.6	0.0	0.0	0.0	3.1
Harina Carne	20.0	11.2	0.0	0.0	0.0	6.2
Pecutino	5.0	5.6	33.3	0.0	0.0	8.8
Semolina de Arroz	10.0	16.7	0.0	33.3	25.0	17.0
Harina de Pollo	30.0	16.7	0.0	0.0	0.0	9.3
Harina de trigo,soya	10.0	5.6	0.0	0.0	0.0	3.1
Sulfato de cobre	10.0	5.6	0.0	0.0	0.0	3.1
Nucleo de Vitaminas	35.0	27.8	33.3	33.3	0.0	25.9
Cebo	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	1.1
Suplemento de leche	5.0	5.6	0.0	0.0	0.0	2.1
Aceite animal	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0
Premix	45.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.0
Trigo	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.0
Salvado de trigo	10.0	0.0	33.3	0.0	0.0	8.7
Fosfato de calcio	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0
Coco	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	6.7
Total de Fincas	20.0	18.0	3.0	3.0	4.0	48.0

ANEXO TÉCNICO 2

FORMA DE USO DEL CONCENTRADO COMERCIAL Y PROPIO

ANEXO TÉCNICO N° 2
FORMA DE USO DEL CONCENTRADO COMERCIAL Y PROPIO

El 69.7% de los productores nacionales acostumbran la distribución de su alimento en forma racionada por efectos de conocer pesos, consumos y conservar una mejor calidad del alimento. El 26.9% de los productores practica ambas formas, por lo cual se acrecenta la tendencia aun mas en la forma de uso racionado a nivel nacional.

En la distribución por zonas se puede observar en la 1 y 2 comportamientos casi similares de acuerdo al uso del concentrado. también se considera total restricción en la opinión de ad-livitum en las zona 1, 3 y 4.

Cuadro Anexo 2-A
FORMA DE USO DEL CONCENTRADO EN LA ETAPA DE ENGORDE POR ZONA

Forma de Uso	Zona 1 %	Zona 2 %	Zona 3 %	Zona 4 %	Zona 5 %	Total %
Racionado	53.6	45.8	86.2	81.8	81.0	69.7
Ad-livitum / libre	0.0	12.5	0.0	0.0	4.8	3.5
Ambas	46.4	41.7	13.8	18.2	14.2	26.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Total de Fincas	28.0	24.0	29.0	44.0	21.0	146.0

Con marcada tendencia se demuestra que el 95.5% de los productores nacionales mantiene una ración fija de alimentación a sus cerdas gestantes a nivel nacional que marca tendencia similar a nivel de zonas.

Cuadro Anexo 2-B
FORMA DE USO DEL CONCENTRADO EN CERDAS GESTANTES POR ZONA

Forma de Uso	Zona 1 %	Zona 2 %	Zona 3 %	Zona 4 %	Zona 5 %	Total %
Ración fija	85.2	100.0	100.0	92.3	100.0	95.5
Ración variable	14.8	0.0	0.0	7.7	0.0	4.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Total de Fincas	28.0	25.0	29.0	46.0	21.0	149.0

El 79.9% de los productores hondureños su tendencia es favorecer a la forma de uso de ración fija por los mismo conceptos vertidos en el cuadro No. (forma de uso del concentrado en cerdas gestantes). Pero a merita observar la zona 2 la cual comparte casi porcentualmente la ración fija con la ración variable en un 40.0% y 45.0% respectivamente. La variable ad-livitum mantiene porcentajes bajos a nivel nacional y entre zonas.

Cuadro Anexo 2-C
FORMA DE USO DEL CONCENTRADO EN CERDAS LACTANTES POR ZONA

Formas de Uso	Zona 1 %	Zona 2 %	Zona 3 %	Zona 4 %	Zona 5 %	Total %
Ración fija	92.6	40.0	100.0	66.7	100.0	79.9
Ración variable	7.4	45.0	0.0	20.5	0.0	14.6
Ad-livitum	0.0	15.0	0.0	12.8	0.0	5.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Total de Fincas	28.0	25.0	29.0	46.0	21.0	149.0

El 96.5% de los productores hondureños reafirma en el manejo de cerdas vacías su criterio de mantener la ración fija a nivel nacional con comportamiento similar a nivel de zonas.

El productor nacional demuestra con un 72.7% de su preferencia hacia el concentrado comercial y un 37.4% de la opinión de los productores se inclinan hacia el uso del concentrado propio, siendo el maíz, soya, coquito, aceite de palma, sorgo, etc. los principales ingredientes de una ración balanceada de una ración de cerdos. Un 69.7% de los productores utiliza su concentrado en forma racionada porque consideran que el costo y lo delicado del producto necesita de un adecuado manejo.

Además de existir en el país la mayor cantidad de ingredientes para la formulación del concentrado el costo del mismo sigue siendo un cuello de botella que incide fuertemente en los costos de producción.

Cuadro Anexo 2-D
FORMA DE USO DEL CONCENTRADO EN CERDAS VACIAS POR ZONA

Formas de Uso	Zona 1 %	Zona 2 %	Zona 3 %	Zona 4 %	Zona 5 %	Total %
Racionado	96.3	88.9	100.0	97.4	100.0	96.5
Ad-livitum	3.7	11.1	0.0	2.6	0.0	3.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Total de Fincas	28.0	25.0	29.0	46.0	21.0	149.0

ANEXO 3

UTILIZACIÓN DE VITAMINAS Y MINERALES POR ZONA Y FASE FISIOLÓGICA PORCINA

Anexo 3

Utilización de vitaminas y minerales por zona y fase fisiológica porcina

A. Fase de Engorde

VITAMINA ADE

Frecuencia	Zona 1		Zona 2		Zona 3		Zona 4		Zona 5		Total	
Diario	5	23.8	1	7.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	5.4
Semanal	0	0.0	2	14.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	1.8
Mensual	1	4.8	0	0.0	2	7.4	1	2.4	0	0.0	4	3.6
Trimestral	9	42.9	7	50.0	24	88.9	17	41.5	8	100.0	65	58.6
Semestral	5	23.8	3	21.4	1	3.7	22	53.7	0	0.0	31	27.9
Anual	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	2.4	0	0.0	1	0.9
Ocasional	1	4.8	1	7.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	1.8
Total	21	100.0	14	100.0	27	100.0	41	100.0	8	100.0	111	100.0

VITAMINA B

Frecuencia	Zona 1		Zona 2		Zona 3		Zona 4		Zona 5		Total	
Diario	4	28.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	7.8
Semanal	0	0.0	1	16.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	2.0
Mensual	1	7.1	0	0.0	2	66.7	2	10.5	3	33.3	8	15.7
Trimestral	5	35.7	4	66.7	1	33.3	4	21.0	5	55.6	19	37.3
Semestral	2	14.3	0	0.0	0	0.0	12	63.2	0	0.0	14	27.5
Ocasional	2	14.3	1	16.7	0	0.0	1	5.3	1	11.1	5	9.8
Total	14	100.0	6	100.0	3	100.0	19	100.0	9	100.0	51	100.0

SALES MINERALES

Frecuencia	Zona 1		Zona 2		Zona 3		Zona 4		Zona 5		Total	
Diario	1	33.3	15	100.0	0	0.0	17	100.0	0	0.0	33	75.0
Mensual	0	0.0	0	0.0	2	22.2	0	0.0	0	0.0	2	4.5
Trimestral	1	33.3	0	0.0	7	77.8	0	0.0	0	0.0	8	18.2
Ocasional	1	33.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	2.3
Total	3	100.0	15	100.0	9	100.0	17	100.0	0	0.0	44	100.0

En las porquerizas hondureñas se cuenta con nutrimentos complementarios dentro del programa alimentario, los cuales se basan en vitaminas y minerales, dichas proporciones se realizan para cada etapa fisiológica del cerdo y en diferentes frecuencias de aplicación dependiendo de la zona del país; en el caso de la etapa de engorde la vit ADE y vit B se usan con mayor frecuencia trimestralmente (58.6% y 37.3%) principalmente en la zona 5 (100% y 55.6%), seguido por la zona 2 (50% y 66.7%) y la zona 1 (42.9% y 35.7%), incluyendo además a la zona 3 con respecto a la vit ADE (88.9%), ya que en esta zona la vit B se aplica en su mayoría mensualmente (66.7%) y solamente en la zona 4 la vit ADE y vit B se aplica semestralmente (53.7% y 63.2%), Las sales minerales por supuesto se utilizan mayormente a diario (75%) y con especialidad se ejecuta en la zona 2 y 4 (100% c/u), mientras que el abastecimiento trimestral sucede mayormente en la zona 3 (77.8%) y en la zona 1 donde no existe diferencia de aplicación entre la ocasión diaria y trimestral.

B. Fase de Pie de Cría Hembras

VITAMINA ADE

Frecuencia	Zona 1		Zona 2		Zona 3		Zona 4		Zona 5		Total	
Diario	3	11.5	2	12.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	5	4.5
Semanal	1	3.8	3	18.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	3.6
Mensual	1	3.8	0	0.0	2	8.3	0	0.0	1	12.5	4	3.6
Trimestral	18	69.2	5	31.3	11	45.8	15	39.5	6	75.0	55	49.1
Semestral	2	7.7	5	31.3	7	29.2	22	57.9	1	12.5	37	33.0
Anual	0	0.0	0	0.0	4	16.7	1	2.6	0	0.0	5	4.5
Ocasional	1	3.8	1	6.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	1.8
Total	26	100.0	16	100.0	24	100.0	38	100.0	8	100.0	112	100.0

VITAMINA B

Frecuencia	Zona 1		Zona 2		Zona 3		Zona 4		Zona 5		Total	
Diario	3	21.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	6.1
Semanal	0	0.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	1	11.1	2	4.1
Mensual	1	7.1	0	0.0	2	66.7	2	10.5	1	11.1	6	12.2
Trimestral	7	50.0	2	50.0	1	33.3	5	26.3	4	44.4	19	38.8
Semestral	1	7.1	0	0.0	0	0.0	11	57.9	2	22.2	14	28.6
Ocasional	2	14.3	1	25.0	0	0.0	1	5.3	1	11.1	5	10.2
Total	14	100.0	4	100.0	3	100.0	19	100.0	9	100.0	49	100.0

SALES MINERALES

Frecuencia	Zona 1		Zona 2		Zona 3		Zona 4		Zona 5		Total	
Diario	1	20.0	15	100.0	0	0.0	17	100.0	0	0.0	33	73.3
Semanal	1	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	2.2
Mensual	0	0.0	0	0.0	2	25.0	0	0.0	0	0.0	2	4.4
Trimestral	2	40.0	0	0.0	2	25.0	0	0.0	0	0.0	4	8.9
Anual	0	0.0	0	0.0	4	50.0	0	0.0	0	0.0	4	8.9
Ocasional	1	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	2.2
Total	5	100.0	15	100.0	8	100.0	17	100.0	0	0.0	45	100.0

En cuanto a las hembras del pie de cría, la mayor parte de la vit ADE y vit B también se aplica trimestralmente (49.1% y 38.8%), principalmente en la zona de Colón y Atlántida (75% y 44.4%) y en Choluteca, Francisco Morazán y El Paraíso (69.2% y 50.0%), seguido por Olancho (31.3% y 50%) y por Comayagua, La Paz y Yoro donde la vit ADE se suministra trimestralmente (45.8%) y la vit B mensualmente (66.7%) y solamente en Cortés y Santa Bárbara se suministra cada semestre el complejo vitamínico antes indicado (57.9% c/u). Las sales minerales continúan siendo aplicadas en forma diaria (73.3%) con especialidad en Olancho, Cortés y Santa Bárbara (100% c/u), mientras que en Choluteca, Francisco Morazán y El Paraíso se suministra trimestralmente (40%) y en Comayagua, La Paz y Yoro anualmente (50%).

C. Fase de Pie de Cría Machos

VITAMINA ADE

Frecuencia	Zona 1		Zona 2		Zona 3		Zona 4		Zona 5		Total	
Diario	4	16.0	1	6.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	5	4.6
Semanal	1	4.0	2	13.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	2.8
Mensual	2	8.0	0	0.0	2	8.3	1	2.6	1	14.3	6	5.5
Trimestral	11	44.0	5	33.3	11	45.8	15	39.5	5	71.4	47	43.1
Semestral	6	24.0	5	33.3	7	29.2	21	55.3	1	14.3	40	36.7
Anual	0	0.0	0	0.0	4	16.7	1	2.6	0	0.0	5	4.6
Ocasional	1	4.0	2	13.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	2.8
Total	25	100.0	15	100.0	24	100.0	38	100.0	7	100.0	109	100.0

VITAMINA B

Frecuencia	Zona 1		Zona 2		Zona 3		Zona 4		Zona 5		Total	
Diario	2	14.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	4.0
Semanal	0	0.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	1	10.0	2	4.0
Mensual	2	14.3	0	0.0	2	66.7	3	15.8	2	20.0	9	18.0
Trimestral	7	50.0	2	50.0	1	33.3	5	26.3	4	40.0	19	38.0
Semestral	0	0.0	0	0.0	0	0.0	11	57.9	2	20.0	13	26.0
Ocasional	3	21.4	1	25.0	0	0.0	0	0.0	1	10.0	5	10.0
Total	14	100.0	4	100.0	3	100.0	19	100.0	10	100.0	50	100.0

SALES MINERALES

Frecuencia	Zona 1		Zona 2		Zona 3		Zona 4		Zona 5		Total	
Diario	1	33.3	15	100.0	0	0.0	17	100.0	0	0.0	33	75.0
Mensual	0	0.0	0	0.0	2	22.2	0	0.0	0	0.0	2	4.5
Trimestral	1	33.3	0	0.0	2	22.2	0	0.0	0	0.0	3	6.8
Anual	0	0.0	0	0.0	5	55.6	0	0.0	0	0.0	5	11.4
Ocasional	1	33.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	2.3
Total	3	100.0	15	100.0	9	100.0	17	100.0	0	0.0	44	100.0

Los machos del pie de cría también mayormente reciben en forma trimestral la vit ADE y vit B (43.1% y 38%), y como se dice anteriormente esto sucede principalmente en la zona de Colón y Atlántida (71.4% y 40%) y en Choluteca, Francisco Morazán y El Paraíso (44.0% y 50.0%), seguido por Olancho (33.3% y 50%) y por Comayagua, La Paz y Yoro donde la vit ADE se suministra trimestralmente (45.8%) y la vit B mensualmente (66.7%) y solamente en Cortés y Santa Bárbara se suministra cada semestre el complejo vitamínico antes indicado (55.3% y 57.9%). Las sales minerales continúan siendo mayormente aplicadas en forma diaria (75%) con especialidad en Olancho, Cortés y Santa Bárbara (100% c/u), mientras que en Choluteca, Francisco Morazán y El Paraíso se suministra en forma ocasional, diario y trimestral (33.3% c/u) y en Comayagua, La Paz y Yoro anualmente (55.6%).

ANEXO 4

CARACTERÍSTICAS DEL CONCENTRADO COMERCIAL, SEGÚN ESPECIFICACIONES DEL FABRICANTE

100 Libras Netas al Envasarse

ALCON

Pre - Inicio Cerdo Delicia

Contenido Nutricional:

Proteínas:	18.0% Mínimo
Grasa:	3.0% Mínimo
Fibra:	5.0% Máximo
Humedad:	13.0% Máximo

Ingredientes:

Trigo, harina de soya, maíz, sorgo, subproductos de origen animal y vegetal, semolinas de arroz, Lisina, metionina, colina, carbonato de calcio, bentonita, melaza, fosfato de calcio, sal, premezclas vitamínicas y minerales.

Metodología de Suministro:

Suministrar el alimento entre los 10 días de edad hasta 1 semana después del destete a partir de cuando se suministrará Inicio Delicia. Brindar al principio la cantidad que pueda tomar una persona adulta en su mano. El consumo conforma la

100 Libras Netas al Envasarse

ALCON

Inicio Cerdo Delicia

Contenido Nutricional:

Proteínas:	18.0% Mínimo
Grasa:	2.0% Mínimo
Fibra:	4.0% Máximo
Humedad:	13.0% Máximo

Ingredientes:

Trigo, harina de soya, maíz, sorgo, subproductos de origen animal y vegetal, semolinas de arroz, Lisina, methionina, colina, carbonato de calcio, bentonita, melaza, fosfato de calcio, sal y premezclas vitamínicas y minerales.

Metodología de Suministro:

Suministrar alimento 1 semana después del destete hasta alcanzar un peso de 45 libras, 6 semanas aproximadamente. Brindar al principio la cantidad que pueda tomar una persona adulta en sus manos. El consumo aumenta conforme la edad del cerdo, se estima un consumo promedio diario de 1 a 1.5 libras de alimento por cerdo. Brindar el alimento en comederos secos y de fácil acceso con abundante agua fresca. Proteger el alimento de la luz solar y de roedores, para mejores rendimientos continuar con alimento crecimiento delicia. No brindar a otras especies y otras etapas de vida.

100 Libras Netas al Envasarse

ALCON

Crecimiento Cerdo Delicia

Contenido Nutricional:

Proteínas:	18.0% Mínimo
Grasa:	3.0% Mínimo
Fibra:	5.0% Máximo
Humedad:	13.0% Máximo

Ingredientes:

Trigo, harina de soya, maíz, sorgo, subproductos de origen animal y vegetal, semolinas de arroz, lisina, metionina, colina, carbonato de calcio, bentonita, melaza, fosfato de calcio, sal y premezclas vitamínicas y minerales.

Metodología de Suministro:

Está diseñado para cerdos con un promedio de 45 libras de peso hasta alcanzar las 60 libras. 6 semanas aproximadamente se espera un consumo cercano de 2.5 a 3.3 libras / día / cerdo. Es imperativo disponer de corredores higiénicamente limpios, numerosos y apropiados. Mantener abundante agua fresca. Aislar el alimento de la luz solar y de roedores. Se recomienda continuar con el alimento Desarrollo Delicia. No brincar a otras especies ni otras etapas de vida.

100 Libras Netas al Envasarse

ALCON

Desarrollo Cerdo Delicia

Contenido Nutricional:

Proteínas:	15.0% Mínimo
Grasa:	3.0% Mínimo
Fibra:	5.0% Máximo
Humedad:	13.0% Máximo

Ingredientes:

Trigo, harina de soya, maíz, sorgo, subproductos de origen animal y vegetal, semolinas de arroz, lisina, metionina, colina, carbonato de calcio, bentonita, melaza, fosfato de calcio, sal y premezclas vitamínicas y minerales.

Metodología de Suministro:

Brindar el alimento de las 60 hasta las 150 libras promedio de peso aproximadamente 6 semanas se estima un consumo de 4.5 a 5 libras por día. Es preciso contar con corredores con amplio acceso y muy limpios, mantenga abundante agua fresca, mantener el alimento alejado de la luz solar y de roedores. Para mejores resultados seguir con alimento final delicia. No brindar a otras especies ni otras etapas de vida.

100 Libras Netas al Envasarse

ALCON
Final Cerdo Delicia

Contenido Nutricional:

Proteínas:	14.0% Mínimo
Grasa:	3.0% Mínimo
Fibra:	5.0% Máximo
Humedad:	13.0% Máximo

Ingredientes:

Trigo, harina de soya, maíz, sorgo, subproductos de origen animal y vegetal, semolinas de arroz, lisina, metionina, colina, carbonato de calcio, bentonita, melaza, fosfato de calcio, sal y premezclas vitamínicas y minerales.

Metodología de Suministro:

Alimentar desde las 150 libras de peso aproximadamente hasta obtener un peso promedio de 200 - 220 libras. Un tiempo de 6 semanas se estima un consumo de concentrado de 6 a 6.5 libras por día / cerdo. Es importante recordar que los cerdos adultos son capaces de regular el consumo de acuerdo con la densidad del alimento. Es preciso contar con corredores limpios y libres de humedad y mantener una fuente de agua fresca. Proteger de la luz solar y de roedores. No brindar a otras especies ni otras etapas de vida.

100 Libras Netas al Envasarse

ALCON
Gestación Cerdo Delicia

Contenido Nutricional:

Proteínas:	13.5% Mínimo
Grasa:	4.0% Mínimo
Fibra:	7.0% Máximo
Humedad:	13.0% Máximo

Ingredientes:

Trigo, harina de soya, maíz, sorgo, subproductos de origen animal, harina de pescado, subproductos de trigo, semolinas de arroz, lisina, metionina, colina, carbonato de calcio, bentonita, melaza, aceite vegetal o animal, fosfato de calcio, sal y premezclas vitamínicas y minerales.

Metodología de Suministro:

Alimentar esta dieta a chanchillas seleccionadas hasta 10 días después del segundo celo y continuar con el mismo después de la monta hasta la semana 13 de gestación. A cerdas múltipara alimentar desde la monta hasta la semana 13 de gestación. El consumo se calcula entre 4 y 5 libras de concentrado. El día del parto no alimentar. Brindar el alimento en comederos de fácil acceso con abundante agua fresca. Proteger de la luz solar y roedores. No brindar a otras especies ni otras etapas de vida.

100 Libras Netas al Envasarse

ALCON

Gestación Cerdo Especial

Contenido Nutricional:

Proteínas:	13.5% Mínimo
Grasa:	4.0% Mínimo
Fibra:	7.0% Máximo
Humedad:	13.0% Máximo

Ingredientes:

Trigo, harina de soya, maíz, sorgo, subproductos de origen animal, harina de pescado, subproductos de trigo, semolinas de arroz, lisina, metionina, colina, carbonato de calcio, bentonita, melaza, aceite vegetal o animal, fosfato de calcio, sal y premezclas vitamínicas y minerales.

Metodología de Suministro:

Alimentar después de la monta hasta la semana 13 de gestación. El consumo se calcula entre 4 y 5 libras de concentrado. También se pueden alimentar verracos en uso de 6 - 8 libras diarias. Un sistema exitoso utilizado por Swine Project es el de utilizar el alimento desde la monta hasta el día 84 de gestación en un nivel de 4 libras (2 en la mañana y 2 en la tarde) del día 8 al día 113 de gestación y brindar concentrado a un nivel de 6 libras por día (3 en la mañana y 3 en la tarde) el día del parto no alimentar. Brindar el alimento en comederos secos y de fácil acceso con abundante agua fresca. Aislar el alimento de la luz solar y roedores. No brindar a otras especies ni otras etapas de vida.

100 Libras Netas al Envasarse

ALCON

Marrana Cerdo Delicia

Contenido Nutricional:

Proteínas:	16.0% Mínimo
Grasa:	3.0% Mínimo
Fibra:	4.5% Máximo
Humedad:	13.0% Máximo

Ingredientes:

Trigo, harina de soya, maíz, sorgo, subproductos de origen animal y vegetal, carbonato y fosfato de calcio, bicarbonato y cloruro de sodio, subproductos de trigo, semolinas de arroz, bacitrina de zinc, lisina, metionina, colina, melaza, sal y premezclas vitamínicas y minerales.

Metodología de Suministro:

Suministrar de 7 a 8 libras de balanceado desde la semana 13 de gestación hasta 10 días después del destete. No alimentar el día del parto. En chanchillas se recomienda alimentar un promedio de 7 libras de marrana 10 - 12 días antes de la monta. Este alimento se puede brindar también a los verracos. Información detallada de alimentación se puede observar un cuadro adjunto al final. Alimentar en comederos limpios y secos con abundante agua fresca, mantener el alimento fuera del alcance de la luz solar y de roedores, no brindar a otras especies ni a otras etapas de vida.

COVEPA S. de R. L.

Cerdo Inicio

Análisis Nutricional:

Proteína: 18.0% Min.
Fibra: 3.0% Max.
E.M. Cerdos: 3,400 kcal/kg. Min.
Humedad: 13.0% Max.

Ingredientes:

Maíz, harina de soya, harina de galleta, aceite vegetal, sal, fosfato dicálcico, carbonato de calcio, aminoácidos esenciales, lactosa, premezclas vitamínicas y minerales, antibióticos.

Fundamento de Alimentación:

Suministrar **Cerdo Inicio** desde los 15 días de edad hasta alcanzar un peso de 35 libras. Se estima un consumo promedio de 1 a 2 libras de alimento por cerdo / día. Brindar el alimento en comederos secos y de fácil acceso con abundante agua fresca. Para mejores rendimientos continuar con **Crecimiento Cerdo COVEPA**.

Centros de venta COVEPA:

Tegucigalpa: 225 - 0203
San Pedro Sula: 551 - 5588
Danlí: 883 - 2110
Juticalpa: 885 - 2627
Choluteca: 882 - 3646

COVEPA S. de R. L.

Cerdo Crecimiento

Análisis Nutricional:

Proteína: 17.0% Min.
Fibra: 4.0% Max.
E.M. Cerdos: 3,200 kcal/kg. Min.
Humedad: 13.0% Max.

Ingredientes:

Maíz, harina de soya, subproductos de origen animal, melaza de caña, lactosa, suero, aceite vegetal, carbonato de calcio, sal, fosfato dicálcico, aminoácidos esenciales, antibióticos, premezclas vitamínicas y minerales.

Fundamento de Alimentación:

Suministrar **Cerdo Crecimiento** desde un promedio de 35 libras de peso hasta alcanzar las 60 libras. Se espera un consumo cercano de 2.0 a 3.5 libras día / cerdo. Brindar el alimento en comederos secos y de fácil acceso con abundante agua fresca. Para mejores rendimientos continuar con **Desarrollo Cerdo COVEPA**.

Centros de venta COVEPA:

Tegucigalpa: 225 - 0203
San Pedro Sula: 551 - 5588
Danlí: 883 - 2110
Juticalpa: 885 - 2627
Choluteca: 882 - 3646

COVEPA S. de R. L.
Cerdo Desarrollo

Análisis Nutricional:

Proteína: 15.0% Min.
Fibra: 5.0% Max.
E.M. Cerdos: 3,250 kcal/kg. Min.
Humedad: 13.0% Max.

Ingredientes:

Maíz, harina de soya, melaza de caña, aceite vegetal, sal, fosfato dicálcico, carbonato de calcio, aminoácidos esenciales, antibióticos, premezclas vitamínicas y minerales.

Fundamento de Alimentación:

Suministrar Cerdo Desarrollo desde las 60 libras de peso hasta alcanzar las 150 libras. Se espera un consumo promedio de 3.5 a 5.5 libras cerdo / día. Brindar el alimento en comederos secos y de fácil acceso con abundante agua fresca. Para mejores rendimientos continuar con Final Cerdo COVEPA.

Centros de venta COVEPA:

Tegucigalpa: 225 - 0203
San Pedro Sula: 551 - 5588
Danlí: 883 - 2110
Juticalpa: 885 - 2627
Choluteca: 882 - 3646

COVEPA S. de R. L.
Cerdo Final

Análisis Nutricional:

Proteína: 14.0% Min.
Fibra: 5.0% Max.
E.M. Cerdos: 3,200 kcal/kg. Min.
Humedad: 13.0% Max.

Ingredientes:

Maíz, harina de soya, melaza de caña, aceite vegetal, sal, carbonato de calcio, fosfato de calcio, aminoácidos esenciales, antibióticos, premezclas vitamínicas y minerales.

Fundamento de Alimentación:

Suministrar Cerdo Final desde un promedio de 150 libras de peso hasta alcanzar el peso de mercado 200 - 220 libras. Se estima un consumo de 5.5 a 6.5 libras por cerdo / día. Brindar el alimento en comederos secos y de fácil acceso con abundante agua fresca.

Centros de venta COVEPA:

Tegucigalpa: 225 - 0203
San Pedro Sula: 551 - 5588
Danlí: 883 - 2110
Juticalpa: 885 - 2627
Choluteca: 882 - 3646

COVEPA S. de R. L.
Cerda Marrana

Análisis Nutricional:

Proteína:	18.0% Min.
Fibra:	4.0% Max.
E.M. Cerdos:	3,250 kcal/kg. Min.
Humedad:	13.0% Max.

Ingredientes:

Maíz, harina de soya, aceite vegetal, melaza de caña, carbonato de calcio, fosfato dicálcico, subproductos de trigo, sal, antibióticos, aminoácidos esenciales, premezclas vitamínicas y minerales.

Fundamento de Alimentación:

Suministrar **Cerdo Marrana** después del parto a libre voluntad. El consumo de alimento fluctúa de 10 a 12 libras diarias durante el período de lactancia. Alimentar en comederos limpios y secos con abundante agua fresca. Para mejores rendimientos continuar con Desarrollo Cerdo COVEPA.

Centros de venta COVEPA:

Tegucigalpa: 225 - 0203
San Pedro Sula: 551 - 5588
Danlí: 883 - 2110
Juticalpa: 885 - 2627
Choluteca: 882 - 3646

COVEPA

COMPRA VENTA DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS
Vita Cerdo 2

Análisis Nutricional:

Proteína:	15.0% Min.
Fibra:	4.0% Max.
Grasa:	4.0% Min.
Humedad:	13.0% Max.

Ingredientes:

Maíz, harina de soya, subproductos de origen animal, aceite vegetal, carbonato de calcio, sal, fosfato dicálcico, aminoácidos esenciales, antibióticos, premezclas vitamínicas y minerales.

Fundamento de Alimentación:

Alimentar desde las 100 hasta las 160 libras de peso. Se estima un consumo de 5.5 libras por día / cerdo. Mantenga agua fresca y limpia en todo momento.

Centros de venta COVEPA:

Tegucigalpa: 225 - 0203
San Pedro Sula: 551 - 5588
Danlí: 883 - 2110
Juticalpa: 885 - 2627
Choluteca: 882 - 3646

** Este tipo de concentrado es el sustituto de Cerdo Desarrollo*

ANEXO 5

PRECIOS PROMEDIO DE PRINCIPALES PRODUCTOS
DERIVADOS DE CERDO

Anexo 5
Precios Promedio de Principales Productos derivados de cerdo

Producto	Precio/Lb. Pulperia	Precio/Lb. Supermercado	Precio /Libra Consumidor
Mortadela Rollo	17.50	21.95	25.90
Hot Dog	27.90	27.90	
Hot Dog Especial	23.70	23.70	27.00
Extremeño a granel	21.00	21.00	28.75
Longaniza a granel	21.00	21.00	
Salami Rollo	28.00	28.00	38.50
Chorizo Criollo	27.00	28.00	
Chorizo Moreno	26.00	35.00	
Jamón Prensado Rollo	36.00	35.00	41.45
Jamón Bavaria Rollo	25.00	28.00	35.30
Jamón Ahumado Rollo	33.00	35.00	49.95
Jamón Pierna	28.00	28.00	41.85
Jamonada Rollo	23.00	26.00	
Chuleta Ahumada Cortada	35.00	44.00	41.95
Costilla Ahumada Entera	33.00	42.00	
Bacon Lonja	28.00	33.00	37.00
Costilla fresca entera	17.00	24.00	
Pierna con cuero	23.30	26.75	
Pierna sin cuero	26.75	28.75	

Precios vigentes en el mercado local (Tegucigalpa y alrededores) a Abril de 2002.

