

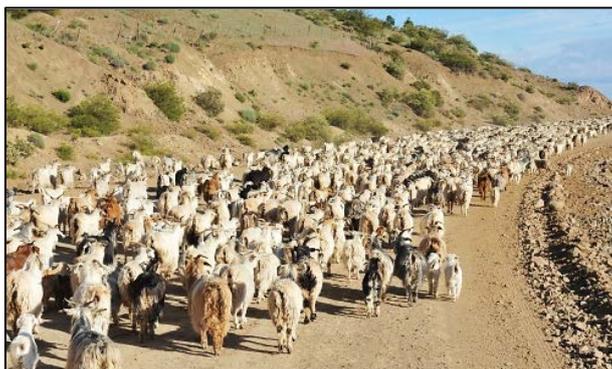
KUME MATRÜ, LA MARCA COLECTIVA QUE REVALORIZA EL CHIVITO MENDOCINO

Reportajes. 2017. INTA.
www.produccion-animal.com.ar

Volver a: [Producción caprina en general](#)

INTRODUCCIÓN

En el sur de Mendoza, unas 100 familias mapuches conservan el modo de producción trashumante. Con el apoyo del INTA, se asociaron y crearon un sello que les permitió obtener un 75 % más de rentabilidad por cada animal vendido, y sin intermediarios.



Al igual que sus antepasados, los González se dedican a criar y vender chivos. Lo mismo hacen otras cien familias de Malargüe y San Rafael, en el sur de Mendoza, pertenecientes a distintas comunidades originarias de la región. Allí, la producción caprina es el principal sustento económico y de esa actividad dependen el desarrollo territorial, el arraigo de los jóvenes y la consolidación de una identidad propia basada en la carne de chivo.

Aún hoy, desde los puestos de pirca que decoran la cordillera, los piños de cabra se crían de forma tradicional y trashumante. En esta zona de campos extensos y fríos extremos, los crianceros alimentan a sus cabras bajo un sistema productivo natural y ancestral, basado en pasturas ricas en minerales, fibras y proteínas.

“Sabemos producir y criar nuestros cabritos, pero tenemos grandes problemas para venderlos, porque recibimos precios muy bajos”, explicó Pedro González, el lonco o líder de la comunidad mapuche Malalweche. Por esto, desde hace cinco años, las organizaciones de productores locales trabajan para revertir la situación. Junto con técnicos del INTA Rama Caída –Mendoza– y mediante herramientas técnicas y de financiamiento propias de los programas Cambio Rural y ProHuerta, la comunidad creó la marca Kume Matrü, que en lengua mapuche significa “buen chivo” y engloba un gran concepto de valor vinculado a la reciprocidad.

“Ellos saben producir, pero les cuesta vender”, explicó Iván Rosales, extensionista del INTA Rama Caída. De hecho, en diciembre de 2015, los crianceros solos recibían \$500 por animal vendido en corral. Un año más tarde, el precio pagado se redujo a un valor que oscilaba entre \$400 y \$450, lo cual llevó a que muchos productores eligieran no vender. “Por ello fue que, junto con las organizaciones, se determinó salir a competir al mercado y se tomó la decisión de comercializar los chivitos pagándose \$600 a corral para fin de diciembre”, dijo Rosales, considerando que “un 20 % más era acorde al año transcurrido”.

De acuerdo con el extensionista, este año y de manera agrupada, los productores podrán vender sus chivos con un valor aproximado de \$700. Así, si se considera el precio más bajo pagado por chivo en corral hacia 2016, el esfuerzo de organización colectiva permitirá que estos productores aumenten su rentabilidad en un 75 %.

“Mediante los organismos que conforman la Mesa de Organizaciones de la Economía Social del Sur Mendocino, se empezó a generar una marca propia de territorio de la carne caprina con el objetivo de abastecer a restaurantes y, a largo plazo, llegar a los consumidores directamente como una carne alternativa a la carne roja”, agregó.

Con el apoyo del INTA, esta iniciativa reúne las tradiciones productivas de las comunidades originarias, además de su cultura gastronómica, presente en los sabores de las recetas heredadas, generación tras generación.

Los bajos precios que reciben, los pagos diferidos y la informalidad comercial los sitúa en una posición de desventaja que no sólo afecta la rentabilidad de los productores de más de 30 comunidades ubicadas en las zonas de Malargüe y de San Rafael, sino que golpea directamente en el corazón de una producción que es parte de la cultura tradicional de las comunidades originarias, frenando toda posibilidad de desarrollo regional.

Con una mirada integral del territorio, su ambiente y la cultura de sus habitantes, Kume Matrú es uno de los productos desarrollados bajo la marca de identidad territorial Kume Rupü (Buen Camino), junto a otros productos como hortalizas, derivados apícolas, cuero y fibra. Todos productos con una fuerte presencia sociocultural.



Rosales: “Este año y de manera agrupada, el esfuerzo de organización colectiva permitirá que estos productores aumenten su rentabilidad en un 75 %”.

LOS SABORES DEL CHIVITO MENDOCINO

Las cocineras de estas comunidades juegan un rol fundamental en Kume Matrú. Entre ellas, las hermanas Margarita y Rosa González son las caras visibles para difundir los sabores de la carne de chivo, un desafío en el que también participan algunos chefs mendocinos. De hecho, las cocineras se lucieron en degustaciones ante funcionarios, dueños de restaurantes y distribuidores gastronómicos, quienes probaron platos y sabores típicos como estofados, milanesas, guisos y hasta arrollados elaborados con este producto.

“Las degustaciones fueron algo que nos sobrepasó en todos los niveles y pudimos dejar conforme a todos los invitados. Se promocionó lo nuestro, que es el chivo y por sobretodo nos llenó de satisfacciones a todos los crianceros”, resumió Pedro González.

Como parte de la estrategia de Kume Matrú, el objetivo es que estos platos se incorporen a los espacios gastronómicos y así aumentar la demanda de carne caprina. Si se instalara dentro de las preferencias de los consumidores, podrían mejorar las condiciones generales de los productores primarios.

“Toda la vida cocinamos carne de chivo”, dijo Margarita, quien indicó: “Todo lo que se prepara con otras carnes se puede preparar con la de chivo, pero a nuestra carne le falta difusión”. En esa línea, la criancera y cocinera consideró que “es increíble pero hasta nuestros propios vecinos de Malargüe no están acostumbrados a comer chivito”.

De acuerdo con Rosales, la marca colectiva avanza con paso firme. “Nos esforzamos para generar convenios con restaurantes para que los platos tengan un precio acorde a todos los ciudadanos y no sea selectivo. Por eso trabajamos con el productor y también con el consumidor”, explicó el extensionista del INTA. Incluso hoy, es habitual que los restaurantes cobren al menos cinco veces más que el precio pagado al productor, debido a los costos acumulados en la cadena. Por lo cual los platos basados en carne de chivo se vuelven opciones exclusivas para un determinado target de consumidor.



Las cocineras de las comunidades juegan un rol fundamental para difundir los sabores de la carne de chivo. Se lucieron en degustaciones con platos como estofados, milanesas, guisos.

UNA CRIANZA MILENARIA DE MANEJO SUSTENTABLE

La crianza de las cabras es una práctica milenaria, parte de una cultura trashumante donde las familias de productores arrear a sus animales y recorren grandes territorios. En invierno se los puede ver en las zonas llanas y, en verano, en las zonas cordilleranas.

“La producción caprina es una forma de vida. En invierno los productores están en las zonas bajas, que se llaman invernadas. En verano, en zonas altas que se llaman veranadas. Y en el medio está el arreo de ida y de vuelta, mediante campos muy extensos y desérticos, en un territorio colmado de volcanes. Ahí se crían estos animales”, explicó Gabriel Jofré, referente de la comunidad mapuche de Malalweche.

Según Jofré, “el trabajo de los crianceros es sacrificado, sobre todo a partir de octubre, cuando las madres comienzan a parir. Los crianceros trabajan en su gran mayoría de forma familiar y llegan a tener como máximo piños promedios de 500 cabritos, a veces combinados con la presencia de ovejas y vacas de cría”.

Gracias al asesoramiento de los técnicos Sebastián Mora e Iván Rosales, del INTA Rama Caída, la mirada fue focalizada hacia un manejo más sustentable de los animales para aumentar su peso y sus rindes. “Toda la vida nos dedicamos a criar chivos. El año pasado trabajamos en mejorar la calidad de los animales mediante la suplementación con forraje. Al mes de nacidos ya estaban en 3 o 4 kilos. Con esa suplementación logramos más carne y calidad, acorde a lo que el mercado nos exige”, precisó el lonco González.

Desde el INTA, además, se trabajó en otros aspectos técnicos que hacen al desarrollo de las distintas comunidades, como el acceso al agua para el consumo humano y animal, así como el desarrollo de varios circuitos cortos de comercialización para reducir las brechas entre el productor y el consumidor de carne caprina. Para ello trabajan no sólo en posicionar la imagen del producto, sino en estrategias que lleven a mejorar la logística de frío de la carne mediante frigoríficos locales.

“Todo está anclado en base a perfeccionar también la cadena de refrigerado desarrollada mediante el ProHuerta, vinculándonos con frigoríficos de la zona y también de Mendoza, para lograr una estructura en base a la carne congelada”, explicó Mora.

Si bien Mendoza es la segunda provincia productora de chivo de la Argentina, detrás de Neuquén, las familias crianceras de Malargüe confían en potenciar su producto emblema. “Es destacable el esfuerzo del INTA y sus técnicos, que trabajaron adaptándose a la cultura local y sus particularidades. Que acercaron nuevas tecnologías y levantaron el ánimo a los productores para que la producción caprina deje de ser una economía de subsistencia, donde sólo ganan los compradores y pierden las familias criadoras y los consumidores que no pueden probar estos manjares ancestrales”, sintetizó Jofré.

[Volver a: Producción caprina en general](#)