

LUIS BERNARDO LAGRIFA

Email: escargot@netverk.com.ar

Web: www.lescargots.com.ar

T.E.: 0054 221 4250689

Un poco de Historia.....

- Epoca del Paleolítico.
- Manuscritos bíblicos.
- Siglo III a.de J:C: Aristoteles.
- Siglo 1 a.de J.C.: Primeros criaderos.Griegos y Romanos. Fulvius Lippinus. Los Patricios. En Pompeya.
- Durante la Edad Media.
- Desaparece el consumo del caracol.
- Siglo XIX (1814) cocinero frances Bourgignone. En epoca de Cuaresma.
- Crisis económicas y bélicas en Europa (1816 y posteriores).
- Origen del gran desarrollo del consumo en Cataluña y el Midi (Francia del sur: Languedoc, Provenza y Rosellón)

HELICICULTURA



NOSOTROS !

Helici: referido a la familia Helicidae

■ *Cultura: significa cultivo*

■ *Cultivo del caracol terrestre*

Expectativas:

- **MERCADO EXTERNO**: El mayor consumidor es Francia, luego Italia, España, Alemania. Otros países europeos lo consumen en menor cantidad.
- **Mercado potencial**: E.E.U.U., Japón, China, Australia, Bélgica, Grecia, Portugal, Noruega, Holanda.
- En menor grado algunos países latinoamericanos: Chile, Ecuador, México, Venezuela, Brasil, Uruguay, Perú.
- **MERCADO INTERNO**: requiere una importante campaña publicitaria de concientización y valorización del producto (especialmente como ventaja alimenticia).

Autorizaciones de la Comunidad Económica Europea para la Argentina

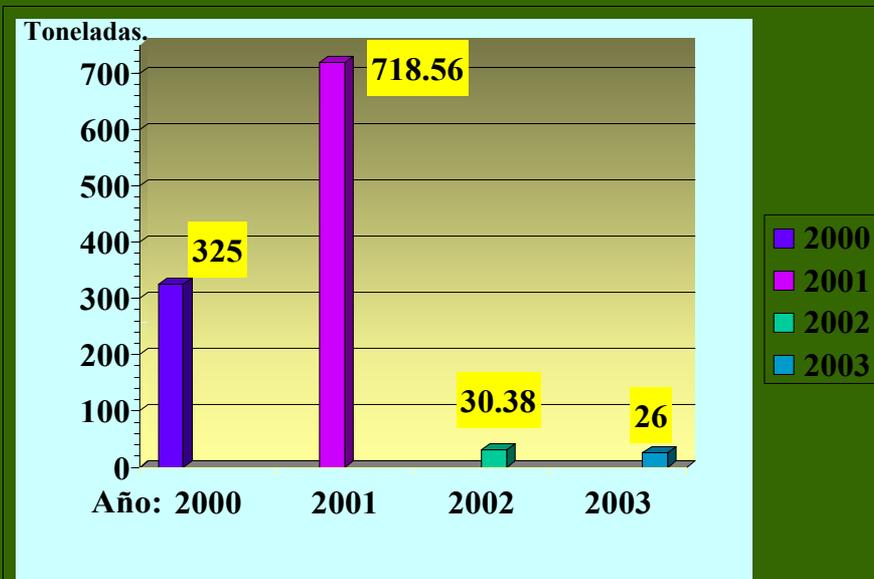
. Decisión Número 96/166/CE

Para exportar caracoles destinados al consumo humano

. Decisión Número 96/340/C.E

Los caracoles elaborados y procesados en los establecimientos argentinos pueden exportarse a la Unión Económica Europea.

Captura y Comercialización de caracoles silvestres



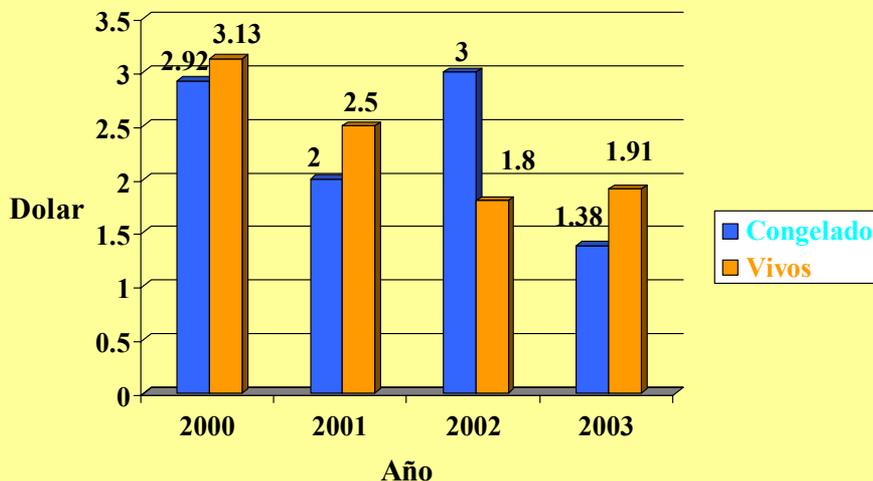
ARGENTINA

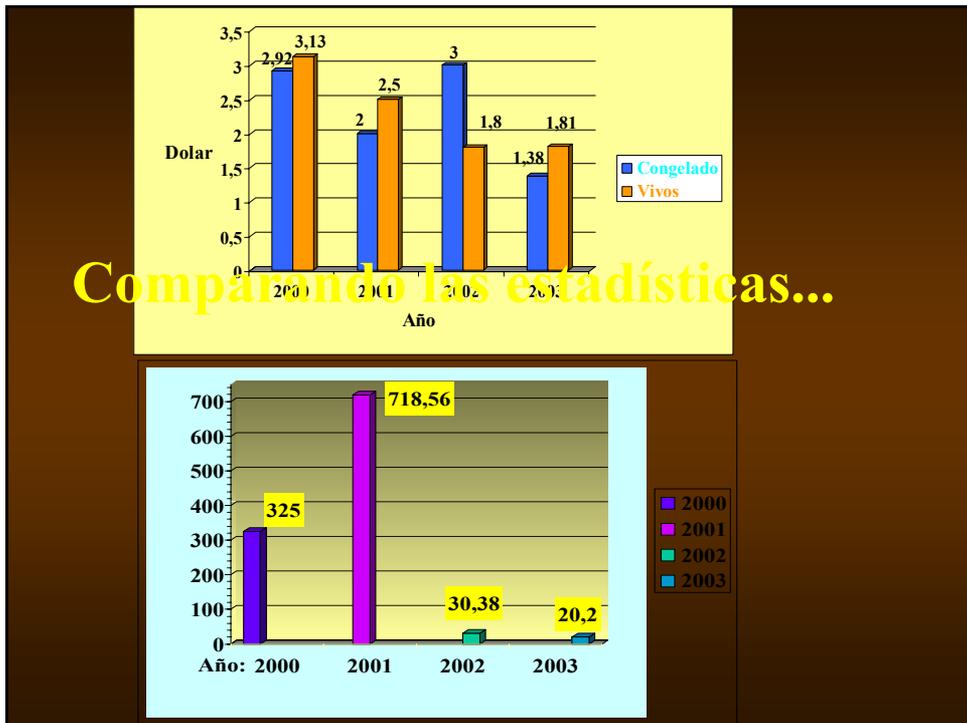
Legislación Nacional de SENASA
(Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria)

Resolución N° 554 (2002):
Se crea el Registro Nacional de Establecimientos Helicicultores.

Resolución N° 555 (2002):
Pautas correspondientes a lo concerniente a las Plantas Procesadoras de caracoles terrestres y su funcionamiento.

Importe promedio FOB

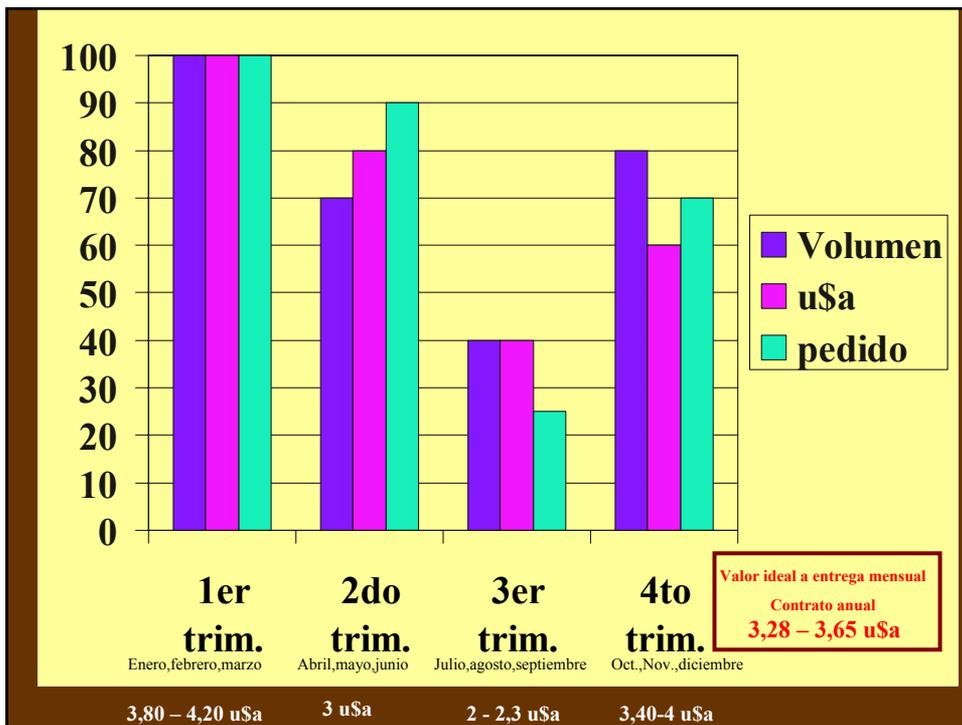




Antecedentes de Exportación

- **Ministerios de la Producción. Provincia de Buenos Aires.**
- Pedidos de **recolección**
.1996: 277 Ts. No hay registro fehacientes.
- . 2002: Se solicitó 50 Ts. Se alcanzo 33 Ts.

- **SENASA:**
- Envíos certificados. Origen: recolección.
- **. Año 2000:** 19 Ts. a España y 2 Ts. a Estados Unidos.
- **. Año 2001:** 15 Ts. España.
- **. Año 2002:** 33 Ts. Destino España. Valor por kilo: 2,02 u\$a.
- **. Año 2003:** 26 Ts. España. 1,91 u\$a.



Dar a conocer el Producto

CARACOLES L'ESCARGOT®

Luis Bernardo Lagrifa
 Lic. en Zoología
 Téc. Sanecamiento Ambiental

Calle 524 Nº 134 esq. 14
 Tolosa (1900) La Plata - Buenos Aires
 Tel.: (021) 83-8953
 Telefax (021) 25-0689
 E-mail: escargot@netverk.com.ar

CARACOLES L'ESCARGOT®
 de Luis Bernardo Lagrifa

Elaborada por Luis Bernardo Lagrifa Lic. en Zoología Téc. Sanecamiento Ambiental

- VIVOS
- CONGELADOS
- EN CONSERVAS

SOLICITE SU PEDIDO
 Calle 524 Nº 134 esq. 14
 Tolosa 1900 La Plata
 Buenos Aires - ARGENTINA
 Tel.: (0211) 433-8953
 Telefax (0211) 433-0489
 escargot@netverk.com.ar

BANA TORO (dul. Frías)

Caracoles VIVOS
 Al solicitar el pedido, se los selecciona y se los ubica en el recinto de ayuno. Se entrega en cajas plásticas de un kilogramo adaptados para su traslado.

Caracoles CONGELADOS PRECOCIDOS
 Luego de cumplir las etapas mencionadas anteriormente, se llevan a cabo sucesivas lavadas finalizando con una pre-cocción para facilitar la extracción cárnica. Se presenta en bandejas de un kilogramo selladas.

Caracoles EN CONSERVA
 Cocinados con hierbas aromáticas. No poseen conservantes artificiales. Tienen la particularidad de que están listos para consumir en cualquier momento. Solo es necesario lavarlos durante unos minutos para eliminar la salmuera. Es importante **no incorporar sal** a la salsa acompañante. Envasados en frascos de vidrio siguiendo las normas de esterilización que garantizan la conservación y el consumo del producto; por tales motivos se presenta una **fecha de seguridad** en la tapa del envase.

Caracoles PELADOS
 En conserva y precocidos congelados, sin valva, a los cuales se les ha extraído el hepatopáncreas.

Es un producto de calidad superior a los ejemplares silvestres capturados en el momento. Seleccionados y mantenidos en cautividad con alimentos balanceados naturales y en óptimas condiciones higiénicas.

Los dos variedades que se ofrecen son:
 El famoso caracol francés **PETIT-GRIS** o **CHAGRINÉ** (*Helix aspersa*) y el caracol de **Medana** o **BLANQUITO** (*Citella lactea*).



Tabla comparativa de la carne del caracol con otras de mayor consumo.

	Caracol	Vacuno	Pollo	Pescado
Proteínas	15 %	22,1 %	18,5 %	15 %
Lípidos	0,8 %	11,5 %	12 %	,5 %
Calorías en 100 grs.	80	143	120	70
Agua	83,6	72	70,6	81

Además presenta un alto contenido de elementos minerales entre los cuales se cuenta: Calcio, Magnesio, Cinc, Cobre, Manganeseo, Cobalto y Yodo.

Variedad de Productos derivados

Derivado de baba: *helicina*



Huevos de escargot



Presencia en exposiciones y degustaciones



Exquisito plato.....



**LATU: Laboratorio Tecnológico de Uruguay.
Planta piloto procesadora**





Capacitación e Información constante

Generación de una conciencia helicícola orientada a planificar aquellas metodologías estratégicas de producción y de comercialización que permitirán abastecer de manera permanente al mercado tanto externo como interno.



ENFOQUES DE LA HELICICULTURA

- **PRODUCTIVO**
 - Generación de una economía regional
 - Generación de empleos en forma directa o indirecta
 - Potenciales proyectos en biotecnología
- **CONSERVACION**
 - Manejo racional del recurso silvestre
 - Menor presión de extracción.
 - Mejoramiento de niveles poblacionales
 - Reserva genética natural

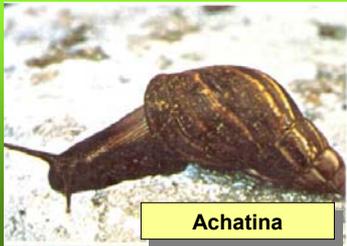
Especies de mayor importancia económica en Europa:



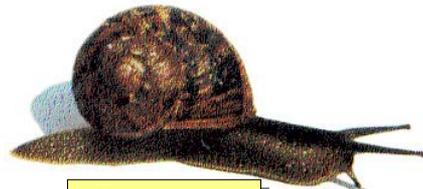
Helix pomatia
(borgoña o gran blanco)



Helix lucorum
(caracol turco)



Achatina



Helix aspersa



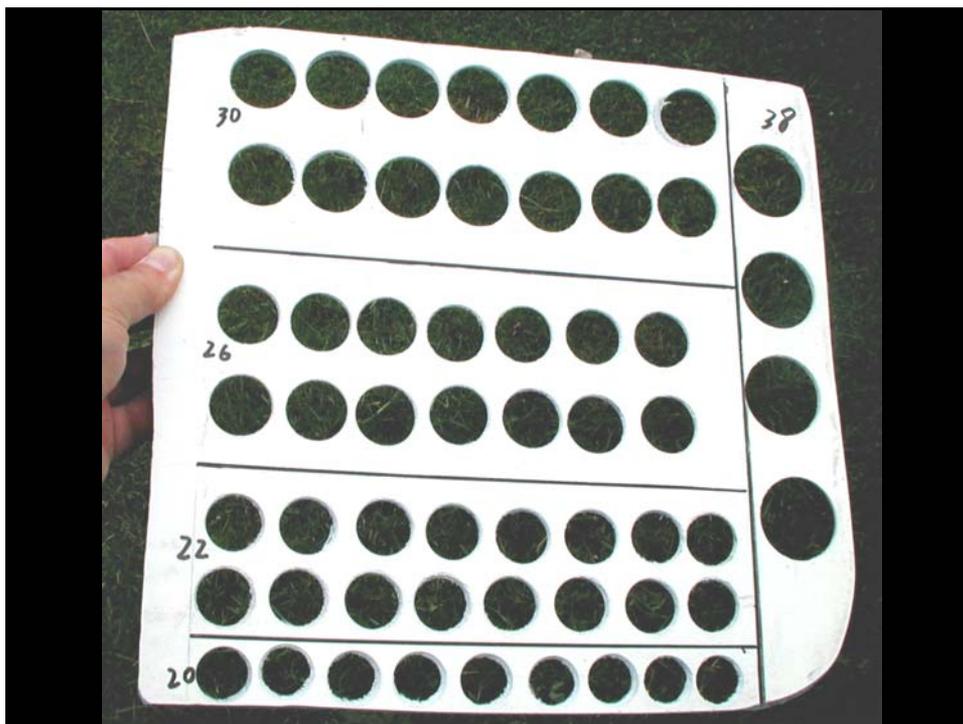
Otala lactea

Parámetros y medidas para la comercialización

<u>Tipo</u>	<u>Diámetro</u>	<u>Diámetro de la boca</u>	<u>Peso vivo</u>	Peso carne (grs.)
.Pequeño	24 – 25 mm.	20 – 22 mm	7 – 9 g.	2 – 3 g.
.Medio	26 – 27 mm.	22 – 25 mm	9 – 11 g	3 – 4 g.
.Grande	29 – 31 mm	27 – 28 mm	12 – 15 g	5 – 6 g

Otra clasificación:

<i>Variedad:</i>	<i>Peso vivo(g):</i>	<i>Diámetro de la concha (mm)</i>
Menor o enana	5	28
Normal	5 - 15	28 - 40
Grande	15 - 20	40 - 45
Máxima o gigante	20 - 25	45



Factores vitales

CONDICIONES AMBIENTALES

REGIRAN EL COMPORTAMIENTO

Variables vitales:
FISICAS - QUIMICAS

TEMPERATURA

Media 18-20°
Comienza letargo: 15°C
Hibernación: 6°C

HUMEDAD

Optima 85%-90%
Deshidratación: menor 70%

FOTOPERIODO

Crepusculares. Nocturnos.
Se retraen con luz intensa
12 horas

CIRCULACION DE AIRE

Intensa: deshidratación
Requieren cierta ventilación.

Otros factores a tener en cuenta:

Agentes que afectan a la población Helicícola

Agentes

Abióticos

Bióticos





Mortandad





Roedores



Perímetro de chapa



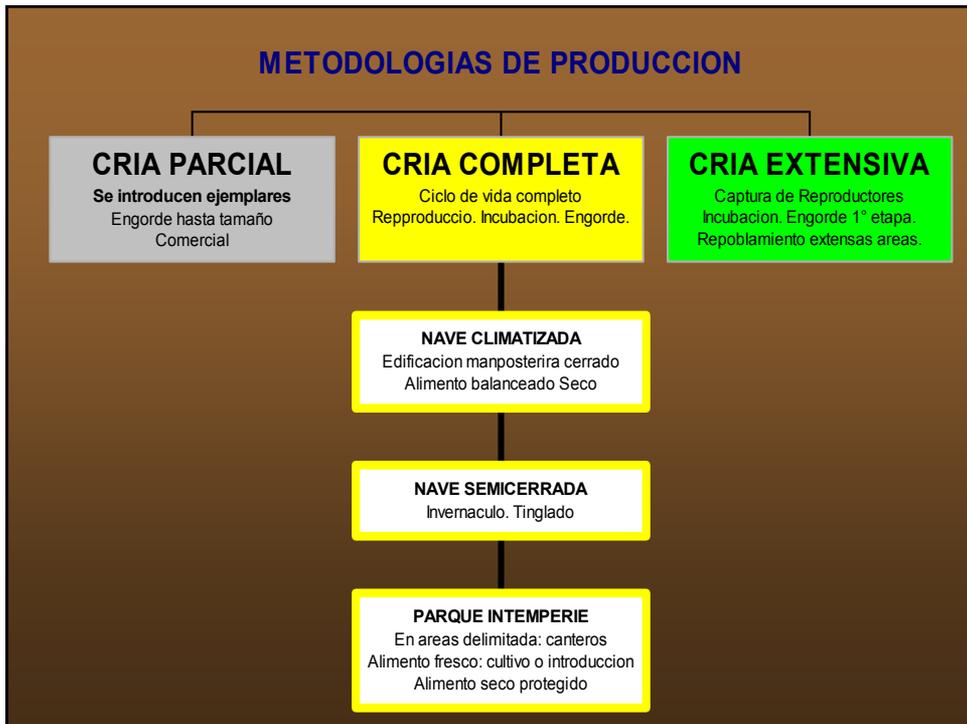
Ubicación del **Lugar** de Cultivo

➔ Uno de los aspectos del que más depende el éxito o el fracaso de una instalación.

➔ *Restricciones: económicas y legales.*

➔ Una vez elegidas las zonas posibles, se debe obtener de ellas la mayor cantidad de información: *mapas, distancias, terrenos; calidad y pendiente del suelo; datos climatológicos; datos técnicos y socioeconómicos.*



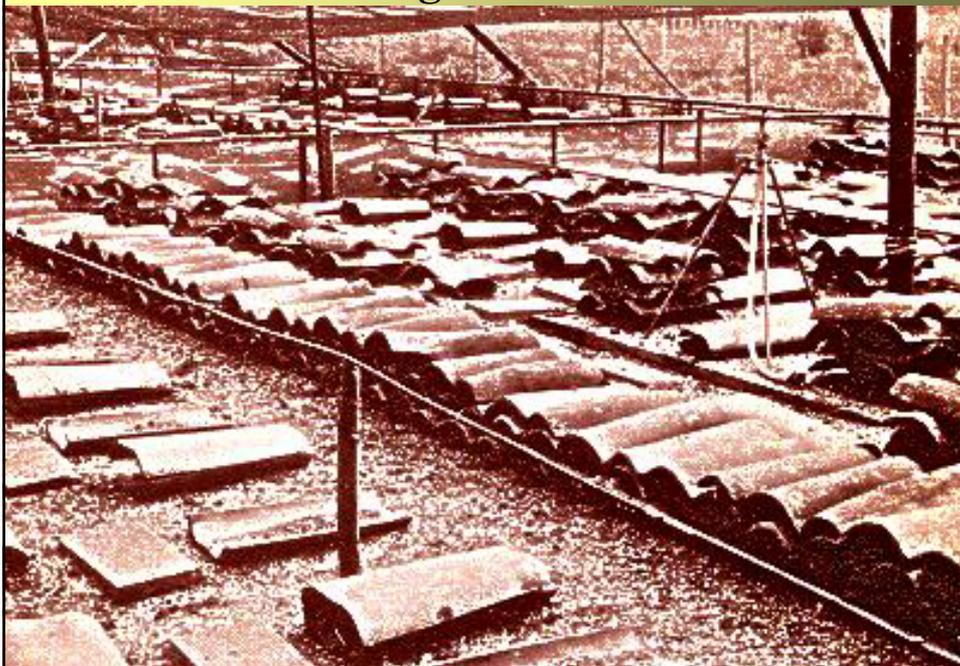


Definir la metodología conforme a las exigencias del cliente:

Cantidad-Continuidad - Calidad

- Un ejemplo: “...como mínimo, necesito 3 toneladas mensuales...”; “...contrato anual con vista de **CONTINUIDAD** para el próximo año...”
- Esto significa: **PLANIFICAR** la actividad para cumplir con la demanda: **36 toneladas anuales en la primera entrega mientras tanto se debe contar con un volumen, en producción, para el año venidero que pueda satisfacer la misma.**
- Por lo tanto el volumen, en el que se debe pensar para entrar seriamente en el Mercado Internacional, es de más de 70 toneladas en constante producción.

Corrales sin vegetación





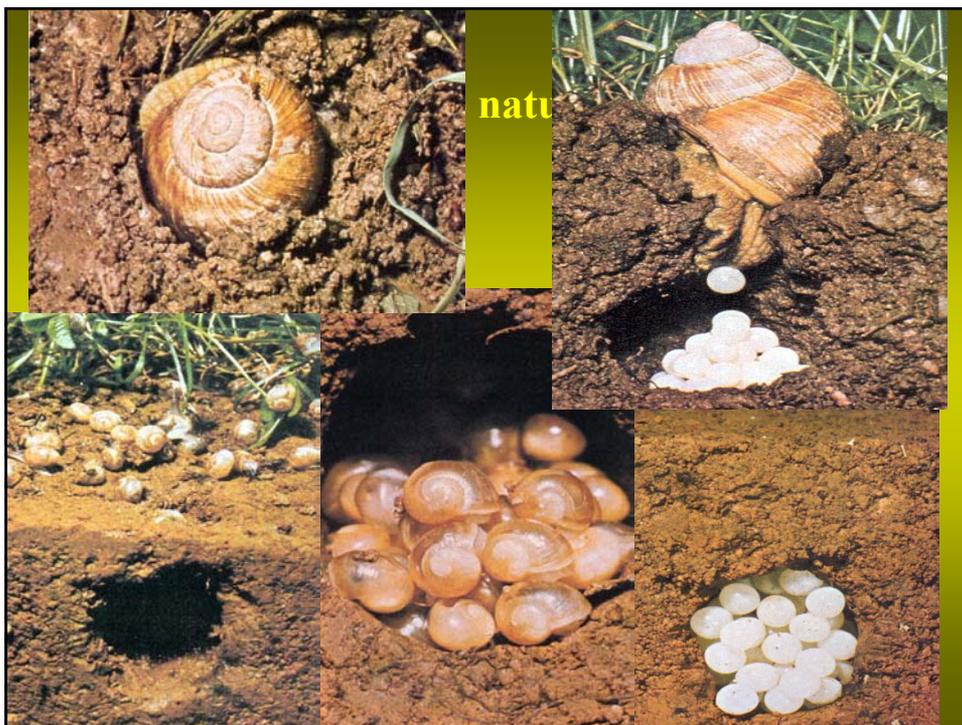
Superficie en hectáreas con este sistema (año 2002):

Italia: 10.000

Grecia: 2.800

España: 1.400

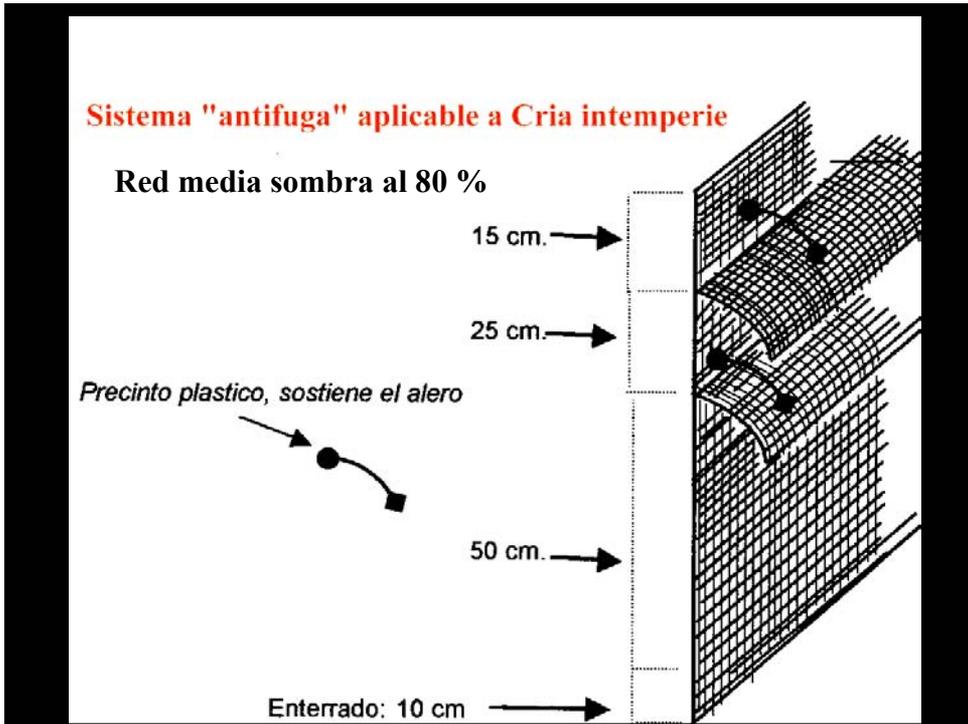
Francia: 850























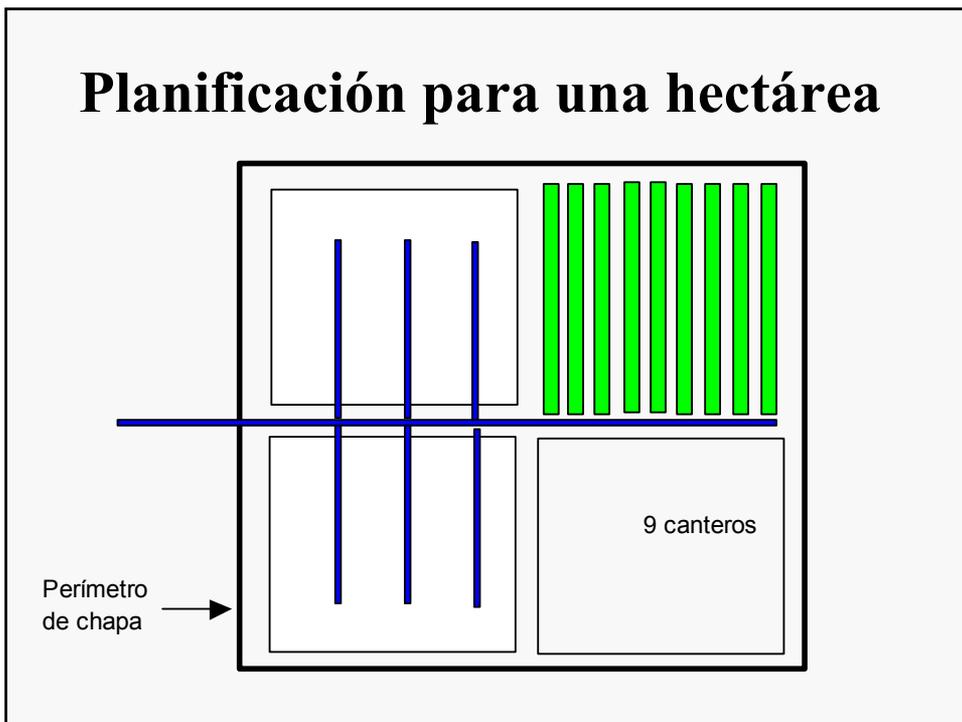


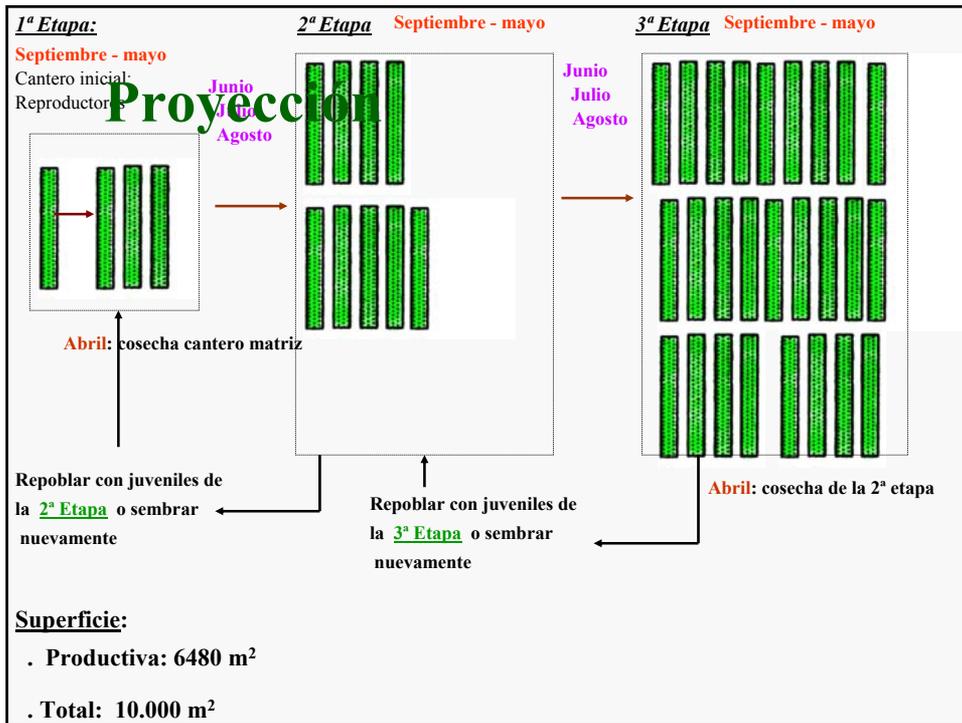
HERBICIDA:

- **Primavera - Verano:** Glifosato; no emulsionar.
- Dilución: 1 litro en 100 litros de agua
- **Otoño - Invierno:** Fitocurt; Gramoxone









Infraestructura:

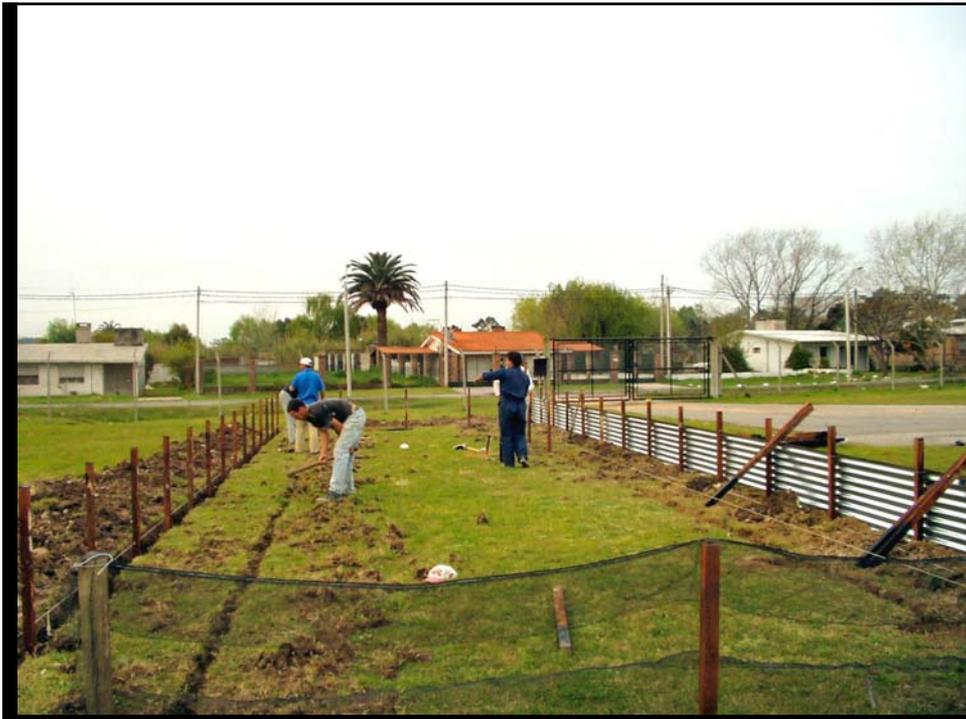
Superficie: una hectárea	
Canteros (4x45): 36	
Sistema antifuga: red	
Postes sostén de red	
Chapa perimetral	
Postes sostén chapa	
Alimento: vegetales cultivados.	
Riego: bomba, cañería, aspersores	

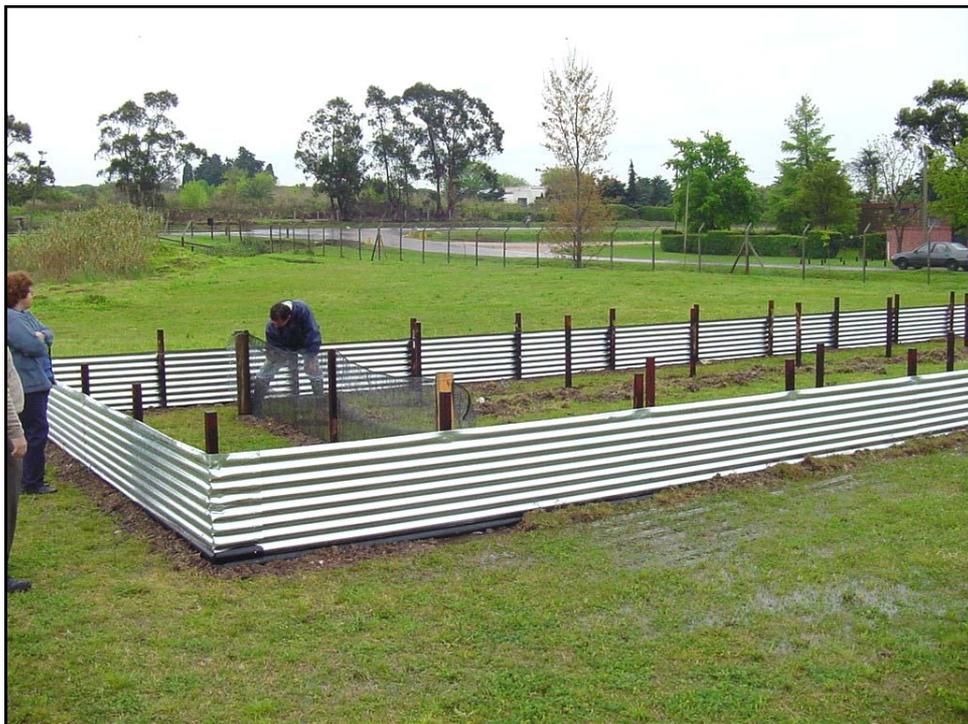
Inversión. Rentabilidad.

Superficie: 1 hectárea

Volumen estimado: 7 – 9 ts.

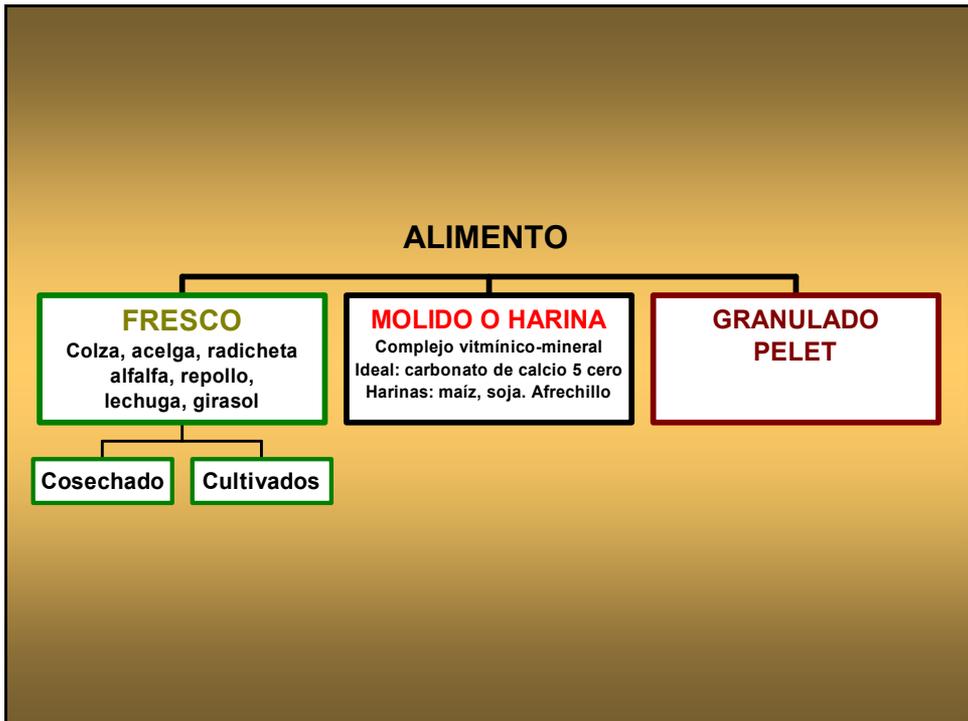
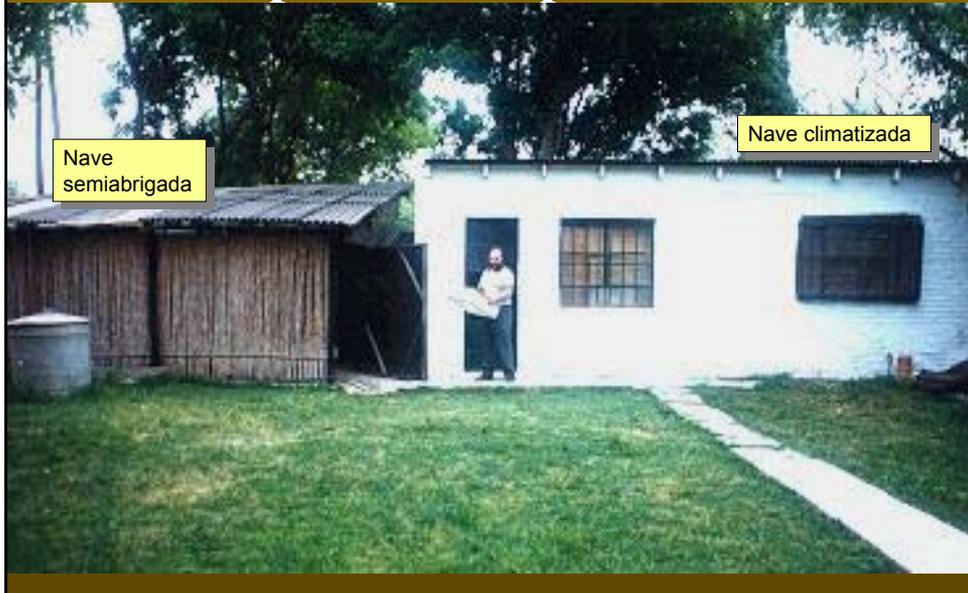
- **Inversión inicial:** 8.000 - 10.000 u\$a.
- **Depende de la infraestructura que se posee y del precio de los materiales.**
- Recién en la segunda cosecha se amortiza.
- **Costo operativo:** un kilo de caracoles: 20 - 26 ctvo. u\$a



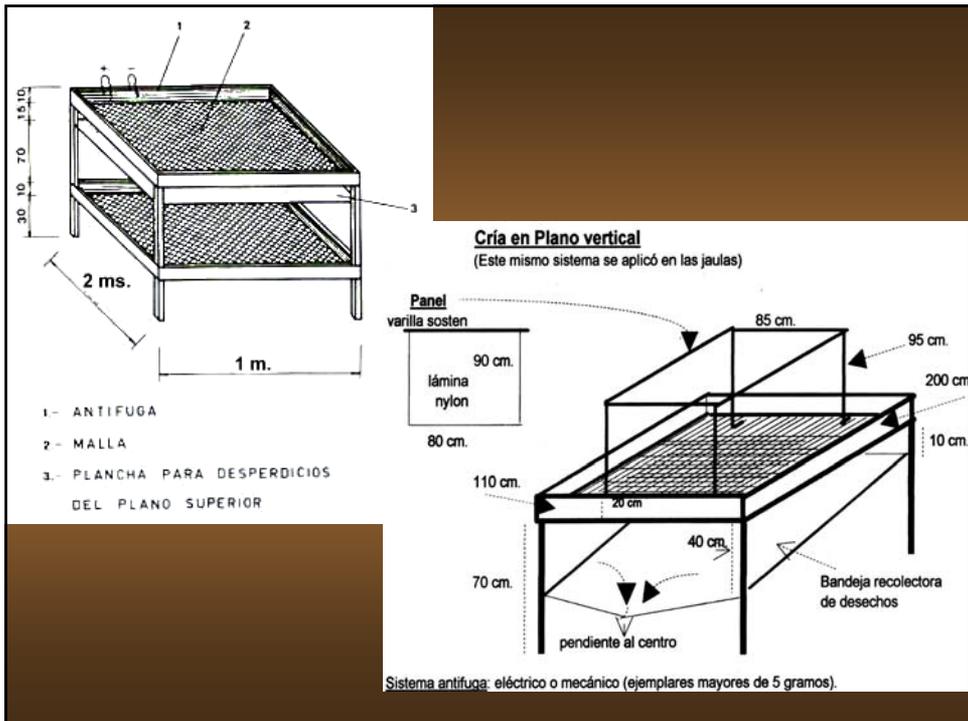




Dos experiencias piloto:

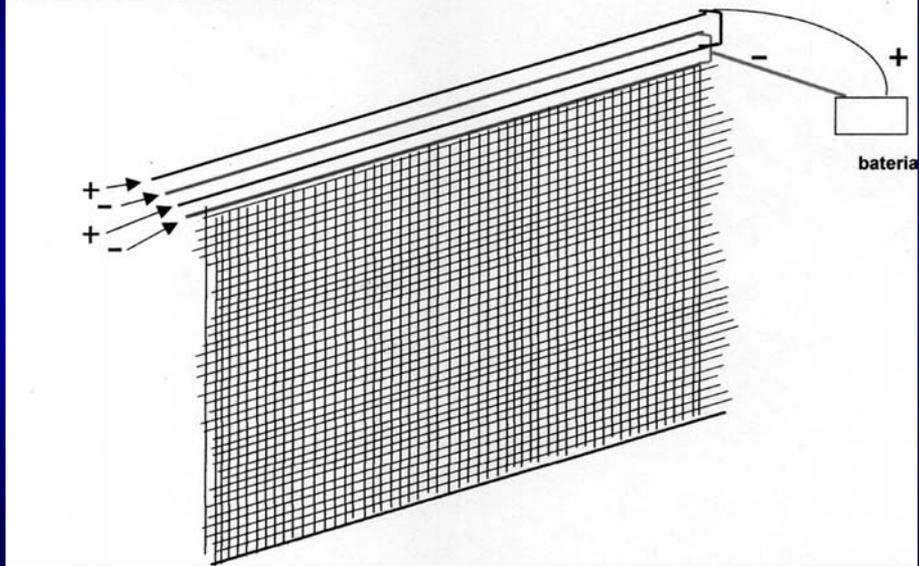


Geotropismo negativo



Sistema eléctrico

Sistema antifuga electrico



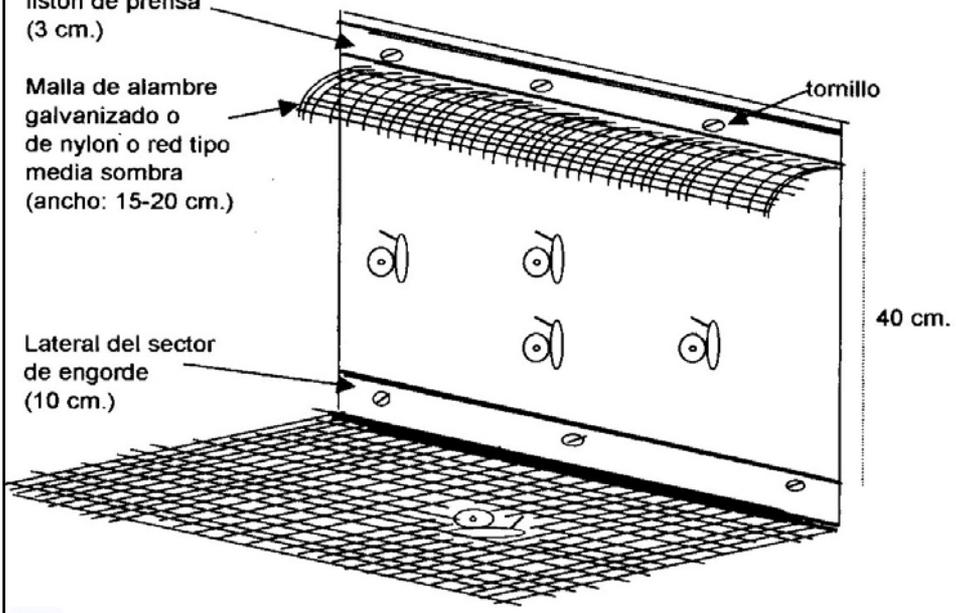
antifuga mecanico

Parte del lateral de una estructura sobreelevada de engorde

liston de prensa
(3 cm.)

Malla de alambre
galvanizado o
de nylon o red tipo
media sombra
(ancho: 15-20 cm.)

Lateral del sector
de engorde
(10 cm.)



Nave Climatizada







Semiabrigado:



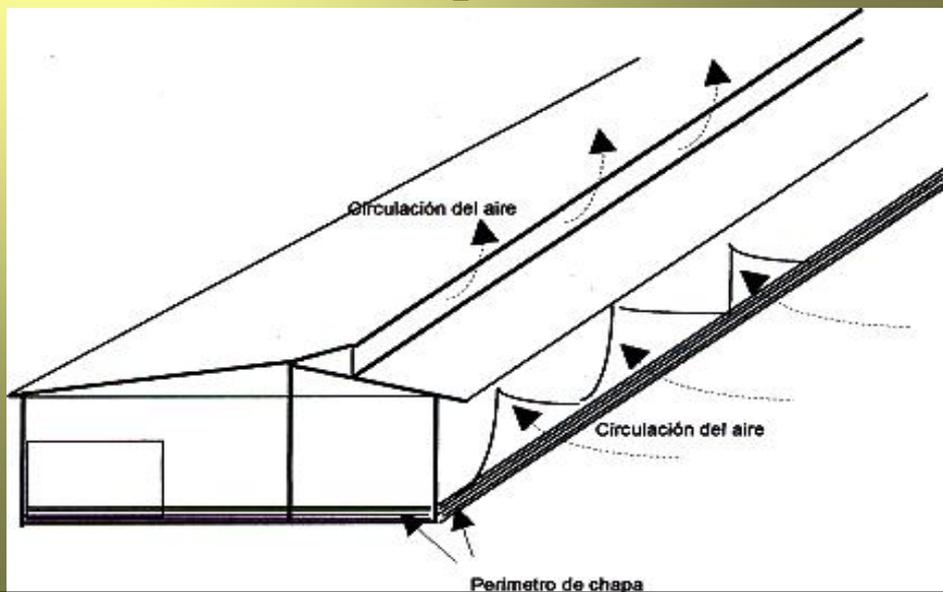
Engorde intemperie: estructura sobreelevadas



Modelos de invernáculos



Invernáculo tipo cenit



Invernáculo automatizado





EN QUE ASPECTO ME ESPECIALIZO ??

EL PRODUCTO:

CARACOLES



Planificación de un Proyecto

Etapas a cumplimentar para lograr una estimación del éxito

Plan de negocio

- Programa de trabajo:
- 1. Descripción del emprendimiento.
- 2. Estudio de mercado.
- 3. Plan de compras.
- 4. Organización de Recursos Humanos.
- 5. Formación del precio

EL MERCADO:

Responder las siguientes preguntas es una gran ayuda para evaluar el proyecto:

- ¿Se encuentra el mismo, o similar, producto en el mercado?
- ¿Qué volúmen se produce anualmente?. Hay continuidad ?
- ¿En que estación conviene ubicar la producción?
- La demanda: ¿cómo ha evolucionado desde años anteriores hasta la actualidad?
- ¿Cuál es el precio de los insumos, servicios, sueldos, etc.?
- ¿Cómo y de que forma se concretaría el pago?
- ¿Existen otros lugares donde puedo conseguir lo que necesito para el funcionamiento de la empresa?
- ¿Qué normas legales nacionales e internacionales regulan nuestro producto?
- ¿Cómo presenta la competencia el producto?
- ¿Qué estrategias de marketing desarrolla la competencia?
- ¿Cuánto y cada cuánto compran a la competencia?

Definir como estar presente con el producto

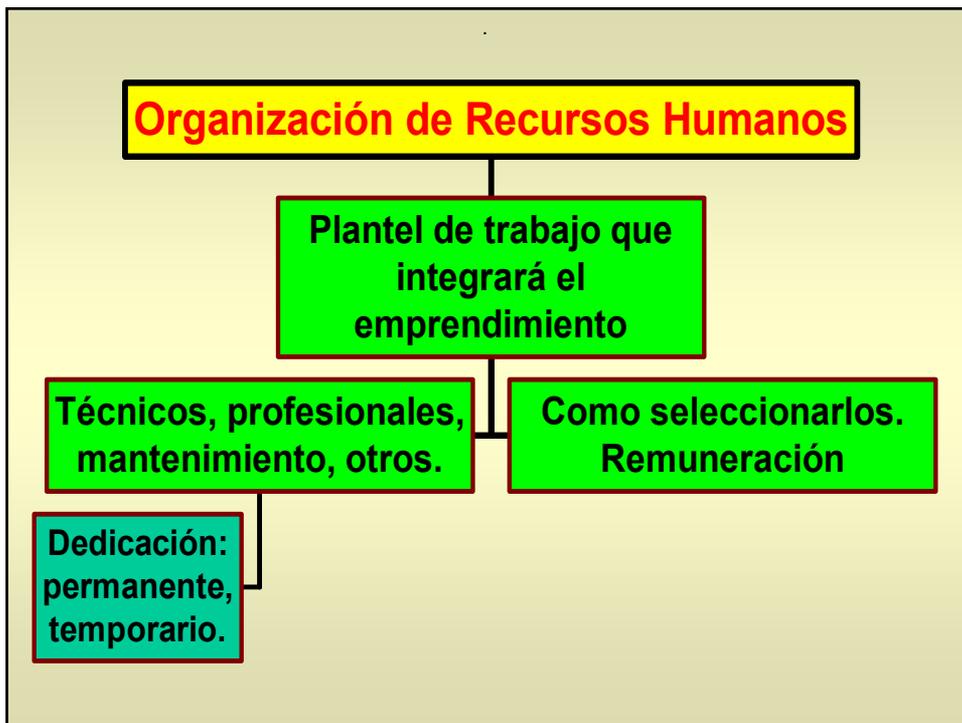
Dos alternativas:

ESTACIONAL

Trimestre de mayor demanda
Enero Febrero Marzo
Se puede perder el ritmo del mercado

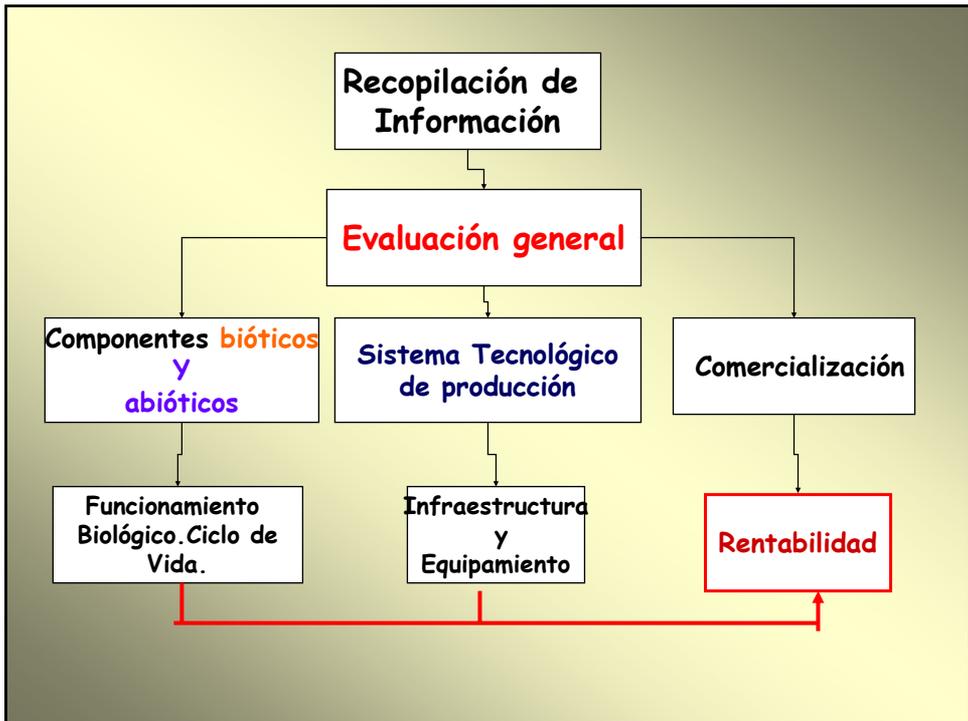
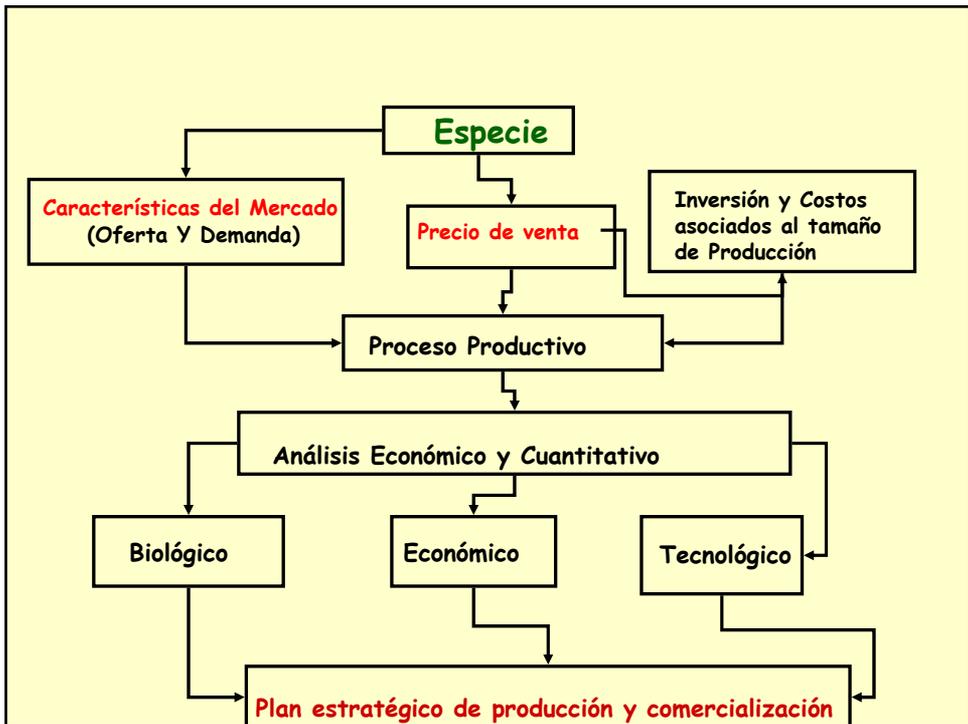
MENSUAL

Volumen constante
Contrato anual
Permanente vigencia del producto



Breve análisis económico:

- Considerando un valor **ideal** de comercialización de **3,28 – 3,65** u\$.
- se debe tener en cuenta:
- **1. PRODUCTOR: Cuanto costará producir un determinado volumen que será de acuerdo a.**
 - Sistema o método seleccionado, personal, hora de atención, insumos, servicios, alimento, etc, es decir **COSTO OPERATIVO e INVERSIÓN**.
 - Por ejemplo: considerando el costo operativo en:
 - **Cría a intemperie**, en canteros: 19 a 25 centavos de dólar.
 - **Nave climatizada**: 1,3 a 1,8 dólar.
- **2. PLANTA ELABORADORA:** Se hace cargo de: fletes y seguros (aéreo y terrestre), cámara de frío, embalaje, personal. El **costo operativo** de la misma es muy variable y es un dato que se reserva cada empresa para poder llegar a un valor que permita obtener ganancia. **Flete aéreo: 1,45 – 1,60** u\$.
- **3. Agente de Venta:** su comisión es entre 9 a 12%



ESTUDIO DE COSTOS DE PRODUCCION

Trilogia fundamental de cualquier actividad productiva:

INVERSION – TIEMPO - RETORNO

Pautas fundamentales:

Pilares fundamentales para analizar la Rentabilidad de un Emprendimiento

INVERSION

Metodología, Insumos, Personal, Servicio, Carga impositiva. Horas de trabajo, etc.

TIEMPO

Todo el ciclo hasta Venta del producto

RETORNO

En función del analisis de la Inversion y el Tiempo se evalúa la comercialización.

Costo operativo



Cooperación = beneficio

