



CLUSTER  DEL
PECAN

FICHA TÉCNICA DE PECÁN N°33

“EL NEGOCIO DE EXPORTAR PECANES”

Colaborador: Joaquín Torassa

Junio-2023

Si usted aun no es socio del Cluster del Pecán, lo invitamos a asociarse.
Es interesante para usted y para el Cluster.
Contacto: clutsterdelpecan@gmail.com

FTP 33: EL NEGOCIO DE EXPORTAR PECANES

Joaquín Torassa, Ingeniero Industrial (ITBA), actual Presidente del Cluster del Pecán y Director Ejecutivo del Grupo Alto Pecan, es quien dirige desde hace años la mayor plantación de pecanes de Sud América, cubriendo todos los procesos del cultivo, desde el vivero y la plantación, a la cosecha, acondicionado y exportación del pecán; nos comenta que la intención de la presente FTP es tratar de transmitir conceptualmente qué es lo que pide cada mercado y en función a ello entender qué puede hacer cada eslabón de la cadena para tratar de lograr el mejor negocio.

Está muy claramente expresado y servirá para orientarnos y saber qué podemos hacer para mejorar nuestro negocio; que es en definitiva para lo que plantamos pecanes. Es recomendable prestar especial atención a la sección final - ¿Qué hago con? -, donde Joaquín nos presenta una serie de ejemplos que reflejan las realidades de muchos productores y diferentes lotes de nuez pecán.

Agradecemos especialmente a Joaquín que, en plena cosecha, buscó un tiempo para redactarla, a los anunciantes y a todos los que ayudan a publicar esta FTP.



*Ing. Joaquín Torassa,
Presidente del Cluster del
Pecán y Director Ejecutivo
del Grupo Alto Pecán*

Ing. Agr. Alejandro Lavista Llanos
Editor

El mercado mundial del Pecán

Un muy breve repaso de los principales números del mercado mundial del pecán. Como productores principales tenemos a Estados Unidos y México, con 130,000 Tn cada uno, luego Sudáfrica con unas 20,000 Tn y después cantidades menores distribuidas por todo el mundo. En cuanto al consumo, los países más importantes son los propios Estados Unidos y México, y después lo siguen fundamentalmente Europa, Rusia, Medio Oriente y China.

Estados Unidos y México son los mercados tradicionales donde el pecán es un cuasi-“commodity”. Allí compran de todo: lo grande, chico, mediano; segundas oscuras, manchadas o lo que sea, siempre hay un precio para todo. El mercado es muy grande, todo tiene escala, y todo se le puede vender. La contracara es que tiene los precios más bajos de mercado porque viene a ser el “proveedor” de nuestros clientes. Siempre que se pueda va a ser más conveniente exportarle a Europa o Medio Oriente, que venderle a USA o México para que luego ellos le vendan a Europa o Medio Oriente.

China compra fundamentalmente producto con cáscara, privilegiando los tamaños más grandes. La compra de producto pelado está creciendo de a poco.

Agradecemos el apoyo de los siguientes Sponsors

AgroSuma - www.agrosuma.com – agrosuma@agrosuma.com - 011 49418151

Aldea Don Julio – www.aldeadonjulio.com – contacto@aldeadonjulio.com

Desdelsur – www.desdelsur.com – info@desdelsur.com - +54 11 47000102

Grupo Alto Pecán – www.grupoaltopecan.com.ar – info.grupoaltopecan@farocapital.com

Hidráulica Arlettaz – www.arlettazhidraulica.com.ar – info@arlettazhidraulica.com.ar - +54 9 11 3447 534210

Europa compra más que nada mitades enteras. Es el mercado de mayores exigencias en términos de certificaciones de calidad e inocuidad, como consecuencia pagando, por lo general, un precio mayor por esa mayor exigencia.

Finalmente tenemos también a Medio Oriente y Rusia que también demandan mayormente producto pelado en mitades enteras, teniendo en general alguna tolerancia mayor que Europa en cuanto a las exigencias de calidad y certificaciones.

Resumiendo y generalizando: Estados Unidos y México compran todo. China producto con cáscara en tamaño de nuez grande. Europa compra mayormente mitades enteras y tiene mayores exigencias. Medio Oriente y Rusia compran también mitades enteras, aunque tienen alguna tolerancia en exigencia.

El Mercado de producto con cáscara y el mercado de producto pelado

En Estados Unidos y México compran producto con cáscara para pelar, o también producto pelado para comercializar. Fuera de USA y México, salvo el caso específico de China, que compra producto con cáscara para elaborarlo craqueado (rajado no pelado) de una forma muy particular, todo el resto de los países compran producto pelado debido a que, como no hay producción en dichos países, no hay plantas de pelado de pecán y necesitan que el producto le llegue ya pelado.

Agradecemos el apoyo de los siguientes Sponsors

IDM Desarrollos – www.idmdesarrollos.com – info@idmdesarrollos.com – Jorge Mattar - +54 9 261 6323412

Pecanes Mercedinos – IG [@pecanesmercedinos](https://www.instagram.com/pecanesmercedinos) - pecanesmercedinos@gmail.com

Prometeo – www.prometeo.la – info@prometeo.la - +54 9 343 4 065053

Rivulis - www.es.rivulis.com – 0264 4319000

Vivero Quebrada de Lules – www.viveroquebradalules.com.ar - Jorge Palacios – +54 9 381 6783421

Diferenciación entre producto y mercado

Una cosa es el producto, que puede ser con cáscara o pelado. Otra distinta es a qué mercado estoy abasteciendo, el cual se divide en dos en función de cómo llega el producto al consumidor final:

- Mercado de producto Pelado: le llega **al consumidor en formato pelado**, ya sea porque se le exporta directamente producto pelado o porque se le vende a los peleadores de Estados Unidos y México para que estos abastezcan al mercado con producto pelado
- Mercado de Producto Con cáscara: le llega **al consumidor en formato con cáscara (o craqueado)**, que se da solamente en el caso del producto que elabora China o en las nueces para el mercado de “Gift pack” o de venta de nueces con cáscara al consumidor final en USA, pero que es un mercado menor

Agradecemos el apoyo de:

AgroSuma
especialista en especialidades



El Negocio de la Exportación de Pecán

Incluyo muchas generalizaciones y simplificaciones a fin transmitir los conceptos básicos de funcionamiento del mercado, aunque lógicamente cada año y, cada momento del mercado, tienen sus particularidades.

Parámetros para la Comercialización de Producto con Cáscara, analizados según mercado de destino

- Tamaño
 - El tamaño es muy valorado en el mercado de producto con cáscara (China y Gift Pack en USA), fundamentalmente en tamaño Oversize.
 - Contrariamente, el tamaño para el mercado de producto pelado pierde importancia porque casi todos los tamaños que producimos en Argentina (Oversize, X-Large y Large) cumplen bien para dar mitades peladas de tamaño Junior Mammoth, que es el estándar mundial
- % Kernel (de pepita)
 - Para el mercado producto con cáscara es importante pero no es tan determinante
 - Contrariamente, en el mercado de producto pelado es absolutamente determinante en del precio, porque influye directamente en los números del negocio: cuántos kilos de nuez con cáscara necesito para sacar un kg pelado.
- Defectos internos
 - En el mercado de producto con cáscara hay límites máximos permitidos y si no los cumple se rechaza la partida, porque como el producto va a llegar al consumidor final con cáscara no hay forma de separar lo defectuoso sin abrir la nuez.

- Contrariamente, en ventas para el mercado de producto pelado, no hay rechazo dado que como el que compra va a pelar la nuez, puede separar lo malo y rescatar lo bueno, por lo tanto puede compensarlo con precio.

- Defectos externos

- Ocurre algo similar. En caso del mercado de producto con cáscara, hay límites máximos permitidos. Si los excede, se rechaza.
- Para nueces con destino mercado de pelado, los daños internos, reales o potenciales (ocasionados por los daños externos por roturas o rajaduras) pueden compensarse con precio debido a que en el proceso de pelado se podrá separar lo bueno de lo malo.

- Homogeneidad

- Es muy importante para cualquiera de los dos mercados

- Variedades

- Para el mercado de producto con cáscara la variedad juega un rol bastante importante. Podemos mencionar a la Mahan como una de las más requeridas para el mercado chino. También tienen buen marketing Pawnee, Desirable y Kiowa, por mencionar algunas. Contrariamente Stuart y Success (posiblemente por su cáscara dura y bajo % kernel) son las menos buscadas. Los mix o blends de variedades siempre van a tener un precio inferior que las mismas variedades por separado
- Contrariamente, en el mercado de producto pelado es mucho menos significativa la importancia de la variedad. Si el producto final que se logra es una nuez clarita, un lote homogéneo y cumple con % kernel determinado, verdaderamente poco importa cómo se llame la variedad. Quizás lo único importante sería que no sea una variedad con particular dificultad para ser pelada y que provoque un elevado porcentaje de pedacería o mayor merma en el proceso de pelado (por citar dos ejemplos: Stuart y Success).

Parámetros para la Comercialización de producto Pelado, analizados según mercado de destino

- Tamaño
 - Mammoth (“mamut”) – hasta 550 mitades por kg: eEs el tamaño más grande y el más usual que resulta de las nueces producidas en Argentina. El premio de precio por tamaño sobre el Jr. Mammoth usualmente no es alto.
 - Junior Mammoth (“mamut junior”) – desde 550 a 660 mitades por kg: es el estándar mundial. La gran mayoría de las nueces que abastecen al mercado de producto pelado son las del Oeste de Estados Unidos y Norte de México, que fundamentalmente son Wichita y Western tamaño Large, de entre 160 y 170 nueces por kg. Esto termina dando que el gran volumen de mitades peladas en el mundo son de Junior Mammoth.
 - Jumbo - desde 660 a 770 mitades por kg
- Colores
 - Fancy. Nuez clarita, es el estándar de comercialización mundial.
 - Choice y Standard. Las dos categorías siguientes en color. Solamente tienen volúmenes con escala en USA y México.
 - Estados Unidos y Europa suelen ser bastante más exigentes con el color de Fancy. Medio Oriente y Rusia tienen un poco más de tolerancia
- Homogeneidad
 - De forma y de color. Es un parámetro importante, hace mucho a la vista del producto. A continuación, se puede apreciar a simple vista la diferencia significativa entre un lote homogéneo de una misma variedad, y uno heterogéneo (una chiquita, una grande, una Mahan, una clarita, una oscura, una brillante, una opaca) de un mix de variedades.

El Negocio de Exportación

Parámetros de Comercialización Internacional – Mitades Peladas



MIX



VARIEDAD

- USA y Europa son más exigentes que Rusia y Medio Oriente, por lo que estos últimos toleran más lotes de producto pelado provenientes de lotes de Mix
- Tolerancia de Defectos y Tolerancia de pedacería (% del volumen total entregado que no son mitades enteras)
 - Se negocia en el contrato. Usualmente se aplica norma del USDA “US Standards for Shelled Pecans”
- Variedades
 - El típico pedido de cotización de mitades se resume en FJMH, que viene a ser Fancy Junior Mammoth Halves, que viene implícito con cumplir con la norma USDA #1. Ahí se define el color (Fancy), tamaño (Mammoth o Jr. Mammoth), y tolerancias de defectos y pedacería. No hay especificación de variedad de la cual provienen esas FJMH.
- Normas Calidad / Inocuidad (SQF / BRC)
 - También las exigencias varían según mercado, siendo usualmente mayor en USA y Europa

Agradecemos el apoyo de:



Primeras conclusiones

- Venta de producto con cáscara
 - Si tengo nueces grandes con % kernel medio a alto, es bastante probable que anden bien en el mercado de producto con cáscara.
 - Si tengo nueces un poco más chicas, pero con buen % kernel, y sobre todo si son de fácil pelado, es muy probable que anden bien en el mercado de pelado.
 - Si tengo nueces con defectos internos definitivamente tienen que ir al mercado de producto pelado para poder salvarlas.
 - Si tengo nueces con defectos externos o vanas, en principio habría que ver de pasarlas de nuevo por la planta de acondicionamiento. Si no es posible, habrá que derivarlas al mercado de producto pelado.
- Venta de producto pelado
 - Si tengo una nuez Fancy, clarita, homogénea y con certificación de calidad, lo más probable que sea un buen producto para los mercados exigentes como Europa.
 - Si no es tan clarita o no están entero tan homogénea o no tiene certificaciones, posiblemente le encuentre mejor su lugar en Medio Oriente o en Rusia.

¿Qué tengo que hacer para maximizar al vender al mercado de producto con cáscara?

Teniendo en cuenta los parámetros que me exige ese mercado tengo que:

- Tamaño. Debo tener las variedades adecuadas que den, con un clima y manejo determinado, nueces grandes. Además, para lograr el tamaño les tengo que debo dar agua y nutrición durante la temporada.
- % kernel. También para lograrlo tengo que darles agua y , nutrición y sanidad.
- Homogeneidad. Tengo que poder cosechar por variedad.
- Minimizar defectos internos y oscurecimiento de color. Debo tener un buen control fitosanitario (plagas y enfermedades), cosechar con velocidad para no tener las nueces en el piso o el mínimo tiempo posible, tengo que secar las nueces lo más rápidamente posible y, si no la voy a vender inmediatamente, luego del invierno tengo que procurar que el almacenamiento sea refrigerado
- Minimizar los defectos externos. Debo tener cuidado con el daño mecánicos durante cosecha y postcosecha, y tengo que contar con una planta de acondicionamiento que haga bien su trabajo y que finalmente me pueda separar lo que no corresponde para un lote comercial.

Agradecemos el apoyo de:



El Negocio de Exportación

Negocio Con Cáscara – Variables para Maximizar

- **Variedades adecuadas**
 - Al inicio
- **Tamaño**
 - Riego
 - Nutrición
- **Llenado**
 - Riego
 - Nutrición
- **Defectos Internos / Color**
 - Control Fitosanitario: plagas y enfermedades
 - Velocidad de Cosecha
 - Post cosecha – Secado
 - Condiciones de Almacenamiento (Frío)
- **Defectos Externos**
 - Daños mecánicos en cosecha y post cosecha
 - Planta de acondicionamiento

¿Qué tengo que hacer para maximizar al vender al mercado de producto pelado?

Voy a explicar el negocio que implica de enviar nueces con cáscara a pelar para abastecer un el mercado con producto pelado. En la cuenta económica de dicho negocio intervienen muchas más variables que solo el precio de venta de las mitades enteras peladas. Estas son:

- Precio de venta de las mariposa enteras.
- % de kernel comestible de laboratorio, que dependerá fundamentalmente del llenado y del porcentaje de defectos internos.
- % de pecán pelado obtenido. Una cosa es el % que obtengo en laboratorio juntando hasta la última miguita de contenido comestible, y otra distinta es cuanto obtengo al final de una línea de producción. Eso depende fundamentalmente de las mermas del proceso industrial en el que la cáscara se separa de la pepita mediante sopladores, y parte la pepita termina en el descarte. Lo mismo ocurre con la pedacería muy pequeña que se va generando a lo largo del proceso y que también se va por los sopladores.
- % de pedacería. Durante el proceso industrial de pelado algunas mitades se rompen y no llegan como mitades enteras al final de la línea. El precio de venta de la pedacería es usualmente bastante menor al de las mitades enteras.
- Tolerancia de pecán partido en el lote de mitades enteras, es decir cuánta pedacería se admite en el lote de mitades enteras o, en otras palabras, cuánto de la pedacería termina siendo vendida a precio de mitades enteras.
- Precio de venta de la pedacería.

La conjunción de todos estos factores termina dando el resultado del negocio de mandar nueces a pelar, lo cual necesitamos entender para poder abastecer el mercado de nuez pelada, ya sea enviando nueces a pelar o abasteciendo a un pelador. Analicemos un ejemplo numérico:

El Negocio de Exportación

Negocio Producto Pelado – Cómo es?

	Caso 1		Caso 2	
Kg con cáscara	10,000		10,000	
% Kernel laboratorio	54%		54%	
kg pelada	5,400		5,400	
% merma	5%		10%	
kg pelada obtenida	5,130		4,860	
% pecán entero	85%		70%	
kg Entera / Partida	4,361	770	3,402	1,458
Precio Venta	11	8	11	7
Facturación	47,966	6,156	37,422	10,206
Facturación	54,122		47,628	
Costo pelado	- 9,000		- 9,000	
Resultado	45,122		38,628	
Precio equivalente cc	4.5		3.9	
Precio Venta promedio	10.55		9.80	
Costo pelado	- 1.75		- 1.85	
Precio Venta Neto	8.80		7.95	
Kg cc/ 1kg pelado	1.95		2.06	
Precio equivalente cc	4.5		3.9	

- Caso 1 : 10.000kg de pecán con cáscara enviados a pelar de nueces del 54% de kernel laboratorio. Si la merma es del 5% obtendré 5.130kg de nuez pelada. Si el 85% son mitades enteras, habré obtenido 4.361kg de mitades enteras y 770kg de pedacería. Si vendo las mitades enteras a 11usd/kg y la pedacería a 8usd/kg, la facturación será de 54.122usd. Si pago 9.000usd el servicio de pelado, el resultado serán 45.122usd. Si divido este resultado por los 10.000kg iniciales de nuez con cáscara enviados a pelar, resultará en un equivalente con cáscara de **4.5usd/kg**
- Caso 2 : Los mismos 10.000kg de pecán con cáscara de nueces del 54% de kernel laboratorio. Si la merma en este caso es del 10% obtendré 4.860kg de nuez pelada. Si solo el 70% son mitades enteras, habré obtenido 3.402kg de mitades enteras y 1.458kg de pedacería. Si vendo al mismo precio las mitades enteras pero la pedacería la vendo a 7usd/kg, la facturación será de 47.628usd. Si pago los mismos 9.000usd el servicio de pelado, el resultado serán 38.628usd, y si divido este resultado por los 10.000kg iniciales de nuez con cáscara enviados a pelar, resultará en un equivalente con cáscara de **3.9usd/kg**

Si bien es un ejemplo teórico, la intención es ilustrar la significativa diferencia entre un resultado y otro, que deriva de la acumulación de las distintas variables que hacen al negocio del pelado. En la tabla de sensibilidad a continuación se puede observar un ejemplo, con todo el resto de las variables iguales (precios, merma, etc.), la diferencia entre enviar a pelar Pawnee del 56% (y supongamos 85% de mitades enteras) vs Success del 48% que se quiebran mucho más (y supongamos un 70% de mitades enteras). Hay 1usd/kg de diferencia (4.7 vs 3.7) de precio equivalente con cáscara entre uno y otro.

¡Suponiendo una producción de 2.000 kg / ha, serian 2.000usd/ ha de diferencia!

El Negocio de Exportación

Negocio Producto Pelado – Cómo es?

		% Kernel					
		56%	54%	52%	50%	48%	46%
% Mitades	90%	4.8	4.6	4.4	4.2	4.0	3.8
	85%	4.7	4.5	4.3	4.1	3.9	3.7
	80%	4.6	4.4	4.2	4.0	3.8	3.6
	75%	4.6	4.4	4.2	4.0	3.8	3.6
	70%	4.5	4.3	4.1	3.9	3.7	3.5
	65%	4.4	4.2	4.0	3.8	3.6	3.4



Agradecemos el apoyo de:



Ahora sí, habiendo comprendido las variables que participan en el negocio: qué debemos tener en cuenta para obtener el mejor resultado enviando nueces al mercado de pelado.

- Precio de venta. Además de la aptitud negociadora de quien lleve a cabo la comercialización, ayuda que pueda contar con un producto homogéneo, ya que usualmente tiene mejor precio. El productor puede colaborar en ese objetivo de homogeneidad de producto pelado cosechando por variedad
- % kernel comestible.
 - o Más llenado: Debo tener las variedades adecuadas, y darles riego y nutrición
 - o Bajos defectos: Lo mismo que lo mencionado para producto con cáscara: un buen control fitosanitario (plagas y enfermedades), cosechar con velocidad, secar lo más rápidamente posible y procurar que el almacenamiento sea refrigerado.
- Menos Merma: Tecnología de planta de pelado adecuada.
- % de pedacería. Participa de modo importante la tecnología de la planta de pelado, pero también participa la homogeneidad de producto que recibe. La calibración de la maquinaria es distinta para distintas nueces. Por lo tanto, la forma en que el productor puede “colaborar” es entregando un producto homogéneo, es decir nuevamente, cosechado por variedad. También hay un factor vinculado a las variedades, algunas son más fáciles de pelar que otras. Por citar dos de las más difíciles son Stuart y Success.
- Precio de venta de la pedacería. Nuevamente, más allá de la habilidad negociadora del comercializador hay factores que tienen incidencia para poder cerrar un mejor negocio:

- Escala. Para poder exportar necesitamos juntar volúmenes múltiples de un contenedor. En estadios comerciales iniciales como los de Argentina, todavía con volúmenes pequeños, tenemos que intentar agruparnos para tener escala de comercialización de la pedacería.
- Empacado bajo estándares internacionales. En el mundo la pedacería no se comercializa como algo genérico. Se comercializa por calibre y por lo tanto para poder acceder a dichos mercados hay que empacar la pedacería como producto homogéneo y bajo estándares de calibre internacionales.
- Certificaciones de calidad e inocuidad: ayudan a la a la parte comercial por el acceso a determinados mercados. También son muy importantes si yo voy a mandar mi propia nuez a pelar a una planta, para poder estar tranquilo en cómo va a ser tratada esa nuez en términos de inocuidad y no tener reclamos por parte del cliente.

Agradecemos el apoyo de:



El Negocio de Exportación

Negocio Producto Pelado – Variables para Maximizar

- **Productor**
 - Variedades
 - Riego
 - Nutrición
 - Control Fitosanitario: plagas y enfermedades
 - Cosecha por Variedad
 - Velocidad de Cosecha
 - Post cosecha – Secado
 - Condiciones de Almacenamiento (Frío)
- **Planta de pelado**
 - Merma
 - % Pelado
 - Tamaños homogéneos bajo calibres de estándar internacional
 - Certificaciones de Calidad / Inocuidad
- **Comercialización**
 - Precios miradas enteras
 - Precio pedacería
 - Tolerancias

En esta sección, tomándonos la licencia de una simplificación importante de cómo funciona al mercado, analizamos algunos ejemplos para comprender qué **debo** tener en cuenta a fin de imaginar en qué mercado, de producto con cáscara o producto pelado, podría ser mejor negocio, según las características de la nuez:

¿Qué hago con?

- Mahan Oversize del 56%. Mercado con cáscara de Asia. Es una variedad que, si está bien llena, es bien valorada en dicho mercado, sobre todo por su tamaño. Adicionalmente es una variedad difícil de pelar.
- Pawnee o Desirable Oversize. Mercado con cáscara de Asia. Son de las variedades con buen “marketing” en dicho mercado.
- Desirable X-Large del 53%. A pesar de ser Desirable, dado que para el mercado de con cáscara una de las principales variables es el tamaño, le el hecho de no ser Oversize ya no la hará tan atractiva y empezará a competir bien en el mercado de producto pelado Mammoth.
- Starking X-Large del 55%. Variedad poco conocida, por lo que tiene poco “marketing” para el mercado de producto con cáscara. Contrariamente el 55% es un buen rendimiento para un negocio de pelado y el tamaño va muy bien para obtener mitades Mammoth.
- Variedad Desconocida del 54% X-Large. Ejemplo similar al anterior pero acentuado. Variedad que no es Oversize y encima sin nombre, es difícil de colocar en mercado de producto con cáscara. Contrariamente, puede andar bien para el negocio de mitades Mammoth.

- Variedad Desconocida del 54% Large (160 unid/kg). Definitivamente no irá al mercado con cáscara, y, de modo similar al anterior, sí irá bien al mercado de producto pelado, como Jr. Mammoth, el tamaño estándar del mercado de producto pelado.
- Variedad Desconocida del 54% Oversize. Es un caso particular. Su tamaño es apto para el mercado con cáscara, pero le juega en contra el “marketing”. Para el mercado de producto pelado es totalmente apto por su %kernel (suponiendo que no es una variedad que sea especialmente difícil de pelar).
- Stuart Oversize del 50%. Variedad difícil. El tamaño sería apto para mercado con cáscara, pero de todos modos el 50% de kernel le juega en contra. Por el lado del mercado de producto pelado, si bien una Stuart pelada es una muy linda nuez, su mayor proporción de pedacería también le juega en contra. Habrá que ver hacer la cuenta finita cada año para poder comparar.
- MIX X-Large o Large del 54%. No es Oversize y no es variedad pura, sería algo parecido o incluso peor que el caso de variedad pura desconocida para el mercado de producto con cáscara. En cuanto al mercado de producto pelado, se adaptará bien al tamaño Mammoth o Jr. Mammoth, aunque por ser mix posiblemente tendrá que destinarse a mercados menos exigentes como Medio Oriente o Rusia.

Agradecemos el apoyo de:



- Pawnee 95 unid/kg del 57%, pero con 7% de manchas de chinche. Por más que potencialmente hubiera sido una excelente nuez para el mercado de producto con cáscara, con ese valor de defectos internos no pasa. Hay que mandarla a pelar para poder quitar lo manchado y vender lo bueno como producto pelado.

Conclusiones

- Hay un negocio para cada variedad, cada tamaño, cada calidad. Cada nuez tiene un mercado para el cual será más apta.
- Para poder buscar el mejor mercado o destino para mis nueces, necesito conocer qué nueces tengo, por lo tanto es indispensable hacer muestreos de calidad de cada uno de los lotes a comercializar.
- En montes nuevos hay que pensar para qué mercado van a producir. Las variedades y el manejo cambian. Si uno quiere producir Mahan para China, tiene que estar seguro de que va a ser capaz de llenarlas, y ser consciente del riesgo del mono mercado. Si hay una variedad muy productiva para una determinada zona pero las nueces salen “chicas” (digamos 170/kg) quizás sea una buena alternativa esa misma variedad pensando en el mercado de producto pelado.
- Para En los montes implantados tenemos que trabajar en cada una de las variables mencionadas para por lo menos a cada variedad y cada calidad sacarle su máximo de potencial.

Interesados en hacer **publicidad en las FTP** comunicarse a: clusterdelpecan@gmail.com