

DEL PRODUCTOR AL CONSUMIDOR: UNA EXPERIENCIA EXITOSA DE PRODUCTORES QUE SE ASOCIARON PARA LA COMERCIALIZACIÓN DIRECTA DE CARNE OVINA EN EL SUR DE RÍO NEGRO

Rocío Álvarez*, Marcos Quilaleo

INTA EEA Bariloche, Área de Desarrollo Rural, OT Los Menucos
*alvarez.hilda@inta.gob.ar

La producción ovina en la región sur de la Provincia de Río Negro históricamente se ha centrado en la lana y la carne. Ambos productos conforman cadenas de valor diferenciadas por procesos productivos y formas de comercialización. En los últimos años han ocurrido diversos cambios: ambientales, económicos y en las formas de comercialización, determinantes para la valoración de la producción de carne, lo que ha permitido diversificar el sistema productivo y mejorar los ingresos prediales.

Regionalización de la producción ovina

En la región sur de Río Negro, el 70 – 80 % de las explotaciones agropecuarias (EAP's) son pequeños productores familiares, minifundistas, caracterizados por tamaños de majada menores a 700 ovinos con porcentajes de destete entre 50 y 60 %, variable a través de los años. Un rasgo particular de esta zona es que entre 2007 y 2013 el stock de ovinos en las EAP's disminuyó drásticamente por factores climáticos que incidieron de manera negativa. Este cambio generó, a lo largo de los años y con la recuperación de las majadas, una oportunidad para la producción de carne. Así surgieron distintas experiencias de ventas ocurridas entre el 2016 y 2020, de las cuales, distintas dependencias de INTA han participado de manera activa.

Comercialización tradicional

En la región sur de Río Negro, la comercialización de carne ovina tiene características distintivas. En general la venta es "en pie" en los establecimientos, de manera informal, y por lo general se realiza por trueque, intercambiando corderos por leña o corderos por forraje. En este contexto, muchos productores optan por realizar faenas en sus establecimientos y la venta directa en las localidades más cercanas bajo la modalidad de "callejeo", donde primeramente se realiza la oferta, se conviene la venta de palabra y luego se entrega el producto faenado. Esto genera discrepancias al momento de crear acuerdos y hace que los productores compitan entre sí con productos a veces de muy diferente calidad y con iguales precios. Así se generan situaciones de

competencia desleal, perjudicando tanto a productores como a consumidores.

Estrategia de comercialización local

En los últimos años, los productores han planteado en los espacios participativos estas discrepancias comerciales como un tema frecuente, e identificándolas como un problema. Esto llevó a que un grupo conformado por 6 productores familiares de Los Menucos realizaran en diciembre de 2019 una experiencia asociativa de comercialización de carne en el mercado local, ofreciendo distintos tipos de productos.

Todos ellos coinciden en que las limitantes al momento de comercializar sus productos son muy variadas, y van desde la escala pequeña para abastecer la demanda (requieren 300 corderos para completar la carga de una jaula con destino a venta directa a un frigorífico), producción de tipo estacional, disparidad de precios entre los productos intercambiados y obtención de un producto heterogéneo y discontinuo. En este contexto, se planteó la necesidad de generar canales de venta alternativos que les permitan incorporar la carne ovina en el mercado local.

Así surge un trabajo interinstitucional local, donde participaron la Secretaría de Producción de la Municipalidad de Los Menucos y el INTA, que junto con los productores organizaron cinco ferias locales, entre los meses de diciembre de 2019 y marzo de 2020, con venta directa del productor al consumidor. La Municipalidad realizó la habilitación comercial del espacio de venta y organizó los turnos de faena en el matadero local, mientras que con el grupo de productores se generaban los acuerdos de trabajo a fin de planificar el ingreso de animales, selección y acuerdos de precios. Las ventas al público se realizaron en

una carnicería, propiedad de una de las productoras participantes.

En cada establecimiento se realizó la selección de animales de las distintas categorías (corderos, chivitos, ovejas refugo y capones), con la finalidad de asegurar la calidad del producto. De esta manera se obtuvieron lotes parejos evaluados por estado de gordura, tamaño y edad. Si bien el concepto de calidad de carne es complejo de definir, porque intervienen gran cantidad de variables y diferentes percepciones según el eslabón de la cadena comercial (productor, carnicero, frigorífico, consumidor), se decidió que una manera práctica de realizar la selección de animales era registrar el peso vivo de los corderos al momento de la carga (PVC), la condición corporal (CC) y el peso de res (PR) después de transcurrido el tiempo de oreo en el matadero, de aproximadamente 3 horas. Los parámetros de selección acordados con los productores fueron los siguientes:

- Corderos con promedio de peso vivo = 22 kg y CC mayor o igual a 3
- Chivitos con promedio de peso vivo = 15 kg y CC mayor o igual a 2,5
- Ovejas refugo con promedio de peso vivo = 27 kg y CC mayor o igual a 3
- Capones con promedio de peso vivo = 38 kg y CC mayor a 3

Para evaluar estos parámetros en el campo, utilizamos una balanza electrónica de mano, tipo "pilón" (Figura 1) a fin de determinar el peso vivo de los animales y una estimación subjetiva del estado de gordura, empleando la CC con una escala de 1-5 (Figura 2). La CC permite predecir con alto grado de aproximación los atributos de una res destinada al mercado, evitando la aparición de reses excesivamente magras o excedidas de grasa, un problema frecuente cuando los

lotes no reciben esta selección a campo. Estos datos los registramos en una planilla única para cada productor que permitió realizar una evaluación de la calidad

de reses en cada establecimiento. Los promedios obtenidos se muestran en la Tabla 1.



Figura 1: Balanza tipo pilón.

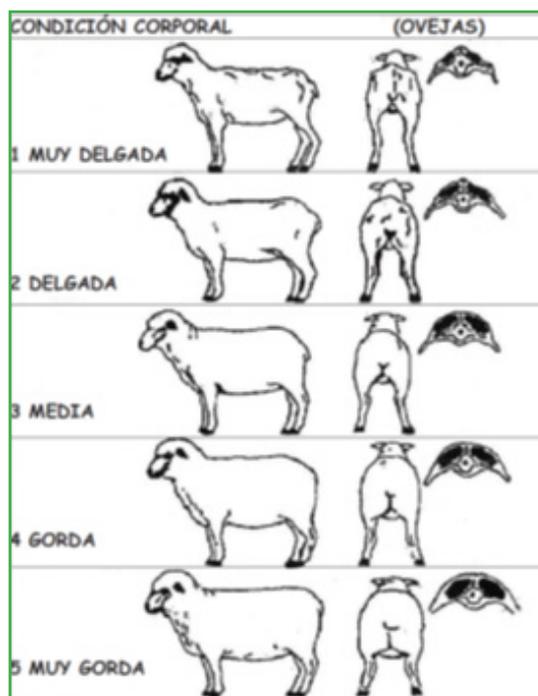


Figura 2: Escala de condición corporal.

Tabla 1: Cantidad de reses por categoría, parámetros medios de selección de animales e ingreso neto obtenido por res.

Categoría ovinos	Cantidad	Parámetros de selección	Ingreso neto obtenido (\$)
Corderos	151	Peso vivo promedio = 22 kg Peso promedio de res = 10,8 kg CC \geq 3	2.405
Chivitos	20	Peso promedio de res = 7,5 kg CC = 3	2.870
Ovejas refugio	13	Peso promedio de res = 15,6 kg CC \geq 3,5	1.470
Capones	14	Peso vivo promedio = 38.7 kg Peso promedio de res = 26,5 kg CC > 3	4.556

¿Qué aprendimos?

Los productores visualizaron oportunidades que hasta el momento se encontraban levemente desarrolladas a través de ventas individuales.

A nivel local se generaron nuevas capacidades organizativas y oportunidades de venta conjunta, que fortalecen nuevas experiencias asociativas, como compras conjuntas de forraje, organización para completar jaulas de animales y ventas en pie.

En términos de ingresos brutos percibidos por el grupo de productores, representó \$ 503.499 y cada productor individualmente obtuvo un ingreso mayor al que hubiese logrado en condiciones de informalidad, ya sea por trueques o por callejeo, donde se ofrecen animales al barrer y desparejos, en cuanto a peso, tamaño y estado de gordura, y los precios de venta rondan entre \$ 1000 (ovejas refugio) y \$ 2500 (capones).

A futuro, es posible articular con otros productores, principalmente del Valle Inferior del Río Negro, productores de alfalfa y heno, a fin de generar oportunidades para la comercialización de corderos cola de parición, que no

han tenido oportunidades de venta por falta de tamaño o engrasamiento. Esta complementariedad entre productores de distintas regiones, sería una oportunidad para terminar los animales y destinarlos al mercado.

Además, se identifica un nuevo nicho de comercialización, con consumidores interesados en distintas categorías de ovinos y con ofertas frecuentes (ferias cada 15 días o 1 mes). Esta sería una oportunidad a explorar para la venta de excedentes, como las categorías borregos, ovejas refugio y capones en distintos momentos del año.



Figura 3: Evaluación de peso vivo en el campo.



Foto 4: Venta directa productor – consumidor.