

distribución, etc.). Nuestra ventaja, sin duda, se apoya en la baja tradición productiva lanar que ellos tienen, que repercute en forma negativa en la obtención de la materia prima.

II. 2 Experiencias en comercialización de leche y quesos ovinos

Mario Joanicó. (CAPROLEO)

Desde hace ya cinco años, el ordeño de ovinos está siendo analizado y experimentado por productores de distintas partes del país. La Sociedad de Fomento Rural de Durazno, organizó en el año 1991 un viaje a Europa con productores y técnicos de la zona, con el propósito de comenzar a visualizar en el terreno, la idea que se estaba manejando y concretar las experiencias ya iniciadas. En estas experiencias se abordó el tema comercial como consecuencia del proceso productivo, se buscaba la obtención de un producto para salir a venderlo. Los primeros sondeos en el mercado interno demostraron que el consumidor era muy exigente, y por lo tanto más sensible a la calidad que al precio. Debe competirse con quesos europeos, dentro de una pequeña demanda interna. Los intentos de exportación fracasaron, pero los problemas de mayor gravitación los constituyeron los pequeños volúmenes disponibles, y lo difícil de abastecer un mercado en forma continua que demanda productos de calidad uniforme.

En la zafra 1992 se acumulan los stock de quesos y de dudas. Se avanza con bastante rapidez en el plano productivo e industrial, pero de hecho se retrocede en lo comercial, todo lo cual pone en serio riesgo la viabilidad de la joven alternativa. Los problemas financieros surgidos de esta situación oscurecieron aún más el panorama. Finalizamos esta zafra con la fuerte convicción que debíamos encarar la comercialización de otra manera y debía ser la prioridad número uno de todo el programa.

En el año 1993 todos los involucrados en este tema hemos apostado a una coordinación en todos los niveles, procurando evitar la duplicación de esfuerzos para así superar las trabas que están imposibilitando el desarrollo.

En Abril en Durazno, se establecieron las bases de un acuerdo entre las distintas plantas industriales, procurando comercializar los mercados internos y externos con criterios unificados tales como, precios, calidad, propaganda, etc.

En Junio se viajó a San Pablo para discutir un posible negocio, el cual se concreta y está en la actualidad en funcionamiento. También

se logró una venta a la Argentina con el mismo criterio de participación de todas las plantas.

En la Exposición del Prado se realizó una degustación de quesos, para lo cual se contó con el apoyo de la Asociación de Criadores de Corriedale, contando con el asesoramiento de un técnico de la JUNAGRA, que está investigando el tema marketing, financiado por INIA.

Desde el Grupo de Trabajo estamos trabajando con el INIA en todos los niveles, en este momento existe un circuito de recolección de leche ovina con destino en la Planta de la Sociedad de Fomento Rural de Durazno. Creemos firmemente que este recorrido que hoy es fundamentalmente experimental, delimita con bastante aproximación la cuenca futura de esta región.

Por último debemos destacar que somos los propios productores quienes estamos encarando y llevando adelante la comercialización.

En Durazno hemos creado la Cooperativa de Productores de Leche Ovina (CAPROLEO) con la asistencia técnica y crediticia de DIPRODE. Este Proyecto nos resuelve un problema financiero clave que se produce por el desfasaje entre producción y comercialización, ya que en la actualidad no es posible ordeñar durante más de seis o siete meses mientras que se debe vender todo el año.