

tivos y mejorar la transferencia de ganancias a nivel de todos los agentes de la Cadena. Tres productores mencionaron como desafío realizar un mejor manejo de las pasturas y de los animales, principalmente en temas ligados a la sanidad. Otros desafíos señalados por los entrevistados con menor grado de importancia, fueron el valor de la lana (competitivo a la producción de carne ovina), obtener un producto más ecológico, lograr un mayor volumen de mercados para nuestra carne, aumentar la producción de forraje para lograr una buena performance de los animales (sobre todo en el período estival), entre otras.

Los resultados encontrados por Dighiero *et al.* (2003), concuerdan en cierta medida en cuanto a cuales son las medidas que visualizan los productores que podrían implementarse para mejorar el funcionamiento de la Cadena Cárnica Ovina. En este caso, 4 productores plantean la mejora en los precios que recibe el productor. Con relación al resto no hay mayor convergencia de ideas, quizás se pueda resumir en la búsqueda de un apoyo más eficaz, tratando de premiar a productores consecuentes y cumplidores, tener un seguimiento más especializado de los resultados productivos y económicos de los productores que permita un mejor respaldo a los mismos y buscar mecanismos para bajar el costo de los fletes. También se plantearon como debilidades

la dependencia de la industria Frigorífica, el abigeato, uso de préstamos de capital con intereses altos y el plazo de pago. Solamente 2 de los productores entrevistados en el 2000 se mostraron preocupados por la oferta de animales de reposición, manifestando que se ha convertido en un problema e importante limitante para el crecimiento del sector.

**2.3.2.9. Resumen de las Entrevistas a Productores Ganaderos**

A manera de resumen, se presentan los puntos más relevantes percibidos como problemas y los desafíos para el futuro (Cuadro 5).

**2.3.3. Resultados de entrevistas a los restantes actores de la Cadena Cárnica Ovina**

Lanfranco, B<sup>1</sup>.; Robaina, R<sup>2</sup>. y Luzardo, S<sup>3</sup>.

**2.3.3.1. Resultados de las Entrevistas a Consignatarios y/o Rematadores de Hacienda**

**2.3.3.1.1. Abastecimiento y Comercialización**

La comercialización de ovinos se realiza mayormente mediante la venta particular a

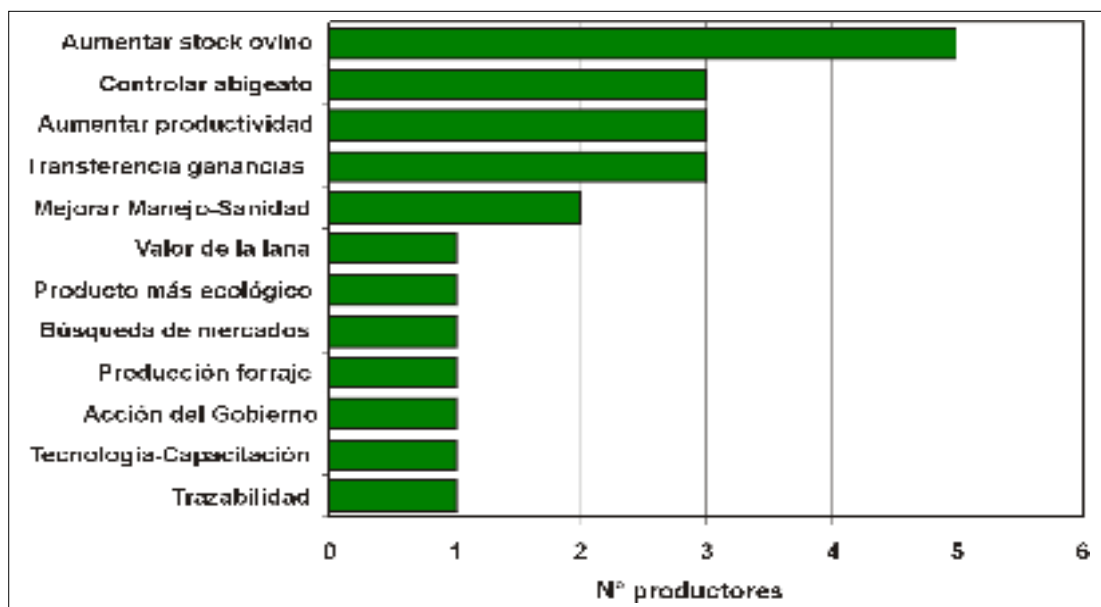


Figura 17. Desafos de la Cadena Crnica Ovina.

través de consignatarios, salvo alguna operativa de exportación en donde los productores inscriben sus lotes. Algunos operadores consultados, no obstante, subrayaron que la venta particular decayó con la reducción del stock ovino. En ese sentido, se expresó que el abastecimiento de la reposición, desde hace aproximadamente dos años "se hace más personalmente".

Los remates ovinos han tenido diferentes resultados. Antes eran muy buenos porque había una oferta adecuada, pero actualmente

no hay volumen de venta suficiente, porque no hay oferta; "antes, cuando había oferta se hacían ferias especiales de lanares", explicó un agente. La misma persona prosiguió con la explicación: "La gran oferta se concentraba entre enero y marzo".

Para un remate ovino por pantalla, por ejemplo, no debe haber menos de 20.000 animales. Se llegó a suspender un remate conjunto con la Sociedad de Criadores de Corriedale por falta de oferta de animales. Esto obedece a que actualmente hay retención de

Cuadro 5. Productores Ganaderos: Identificación de problemas del producto, Cadena Crnica y desafíos de la misma.

<b>Productores Ganaderos</b>	
<i>Problemas con el Producto</i>	<i>Problemas en la Cadena Cárnica</i>
<p><i>Relativos a la alimentación:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Déficit de forraje estival (falta de leguminosas de calidad)</li> <li>• Falta de presupuestación forrajera (variabilidad climática)</li> <li>• Déficit de forraje invernal (baja producción)</li> <li>• Altos costos de verdeos anuales</li> </ul> <p><i>Relativos al manejo de los animales:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasa capacitación y actitud del personal para trabajar con ovinos</li> <li>• Falta de infraestructura adecuada (baños, alambrados, etc.)</li> <li>• Incidencia de flechilla</li> <li>• Problemas sanitarios (miasis, piojo)</li> <li>• Abigeato</li> </ul> <p><i>Relativos a la sanidad de los animales:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Resistencia a los antihelmínticos</li> <li>• Miasis (asociada a problemas podales)</li> <li>• Alto costo de tratamientos</li> <li>• Problemas podales</li> </ul> <p><i>Relativos al embarque de los animales:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maltrato de los animales (falta especialización)</li> <li>• Alto costo del flete</li> <li>• Diseño inadecuado de embarcaderos y jaulas para el transporte</li> </ul>	<p><i>Relativos al origen de los animales (sector criador):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sanidad (parásitos, problemas podales, etc.)</li> <li>• Desuniformidad de lotes</li> <li>• Raza / Biotipo</li> <li>• Baja relación precio / calidad de los animales</li> </ul> <p><i>Relativos a la comercialización:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio (gran margen del frigorífico)</li> <li>• Falta de transparencia / señales recibidas poco claras</li> <li>• Plazos de pago excesivos</li> </ul> <p><i>Otros:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo stock ovino</li> <li>• Escaso marketing / falta de promoción de las carnes en el mercado interno y externo</li> <li>• Escasa especialización productiva</li> <li>• Condiciones comerciales inadecuadas (plazos, precios base, incentivos por remisión temprana de animales)</li> <li>• Tecnologías insuficientes (generación y transferencia)</li> <li>• Problemas de calidad del producto</li> <li>• Alto costo de fletes y comisiones</li> <li>• Falta de integración del sector productivo (entre el criador y el invernador)</li> <li>• Marcada zafrañidad en la producción de carne ovina</li> </ul>
<p><i>Desafíos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento del stock ovino</li> <li>• Control del abigeato</li> <li>• Aumento de la productividad</li> <li>• Transferencia de ganancias a todos los sectores de la Cadena</li> <li>• Mejora del manejo y la sanidad de los animales</li> </ul>	

los animales por parte del productor, habida cuenta del aumento del precio de la lana en los últimos tiempos. Todos los entrevistados concordaron que los rematadores hoy día trabajan mucho más en la venta a nivel de productor a productor, que de productor a frigorífico. El negocio del cordero es de ciclo corto. Los productores compran corderos hasta abril para engordar y vender en primavera como Corderos Pesados.

En general, los operadores trabajan con todo tipo de productores, no existiendo una estrategia que apunte a perfiles definidos. De acuerdo a la zona de influencia del consignatario, a veces se trabaja más, por ejemplo con los criadores, pero se reconoce que para hacer negocios necesitan también a los invernadores. En lo que respecta a ovinos para faena, varios intermediarios reconocieron que apuntan a las plantas frigoríficas que aseguran el pago. "Se evalúa la trayectoria y las posibilidades que tienen de pago las plantas". Una política común consiste en no concentrar las ventas a una sola planta, sino trabajar con varias de manera de disminuir el riesgo.

Los precios son determinados por las leyes de mercado, es decir la propia oferta y demanda. No obstante, algunos entrevistados manifestaron que en el último año el precio lo ha fijado el vendedor debido a la escasa oferta. En el caso del Cordero Pesado, antes el precio se determinaba a través de una paramétrica, de acuerdo al precio del gordo; "Se compraba primero para faena y después seguía la demanda de animales para campo, a partir del 15 de febrero. De la misma manera, cuando se habla de exportación se pone un piso, generándose una mayor expectativa en los precios".

Los tipos de negocios se han reducido debido a las circunstancias especialísimas que sufre hoy la Cadena Cárnica Ovina. Uno de los entrevistados recordó, a modo de ejemplo que "antes se realizaba un embarque semanal de corderos y capones para San Pablo (con transbordo en Rivera), que constituía un negocio interesante, pero actualmente ya no se hace". Otro agregó que también "era importante el

embarque de corderos en pie a Arabia Saudita (1 o 2 barcos por año), pero por el problema de la aftosa ya no se hace más este negocio. Dicho negocio era importante porque marcaba el precio", concluyó el informante.

Según los agentes entrevistados, actualmente los productores que demandan ovinos buscan, fundamentalmente:

- Corderos para invernar.
- Vientres jóvenes para criar (recomponer el stock).

Hoy día, aseguró un operador, "el capón pesado (50 kg) ha desaparecido prácticamente. Se ha disminuido la edad de faena, entre otras razones, con el Operativo Cordero Pesado". Sin embargo, con el aumento del precio de la lana, algunos operadores creen que los productores van a mantener más a los animales en el campo, deslizándose la oferta hacia animales más viejos. En concordancia con esto, mientras en los años la demanda era básicamente por corderos y borregos, actualmente la gente muestra interés por capones. Asimismo, actualmente nadie vende los animales sin esquilas.

Algunos entrevistados concordaron que el Cordero Pesado ha sido más bien una consecuencia del bajo precio de la lana: "Se cambió la categoría, la gente se volcó a la producción de Cordero Pesado para optimizar la producción de carne" es el razonamiento predominante, "(pero) tal vez faltó trabajar más en los sistemas de cruzamientos con razas carniceras para producir un mejor producto (...) de todas maneras, no toda la gente se volcó hacia la producción de Cordero Pesado; hay quienes continuaron engordando capones".

De todos modos, la "no venta" de corderos se explica por el alto valor actual de la lana. Un operador estimó que este año no se observarían variaciones de precio en función de la calidad: "No habría diferencias en precio entre productos este año", agregó, que este año la demanda superaría ampliamente la oferta.

<sup>1</sup> Ing. Agr. PhD. Agroeconomía. INIA.

<sup>2</sup> Dirección de Servicios Técnicos a la Cadena Agroindustrial. INAC.

<sup>3</sup> Ing. Agr. Programa Nacional de Ovinos y Caprinos. INIA Tacuarembó.

### 2.3.3.1.2. Principales Problemas Detectados

**2.3.3.1.2.1. Problemas de los consignatarios para realizar su trabajo.** A juicio de los consignatarios, un problema serio, cuando ocurre, es el referido a la cobranza, que según uno de los agentes, "ocurren más cuando el escritorio es el responsable del negocio". Al respecto, se reconoce que "es bastante complicado controlar el ganado en la planta frigorífica". Los consignatarios intervienen en el negocio tratando de hacerlo en la mejor forma posible, pero cuando surgen diferencias en la evaluación de los animales remitidos, quedan a veces en el medio de la discusión (productor e industria).

**2.3.3.1.2.2. Problemas durante el embarque y transporte del ganado.** En el Uruguay, los ovinos se transportan en camiones doble piso, montados en forma casera sobre jaulas diseñadas para el transporte de bovinos, incluso existen camiones de tres pisos, pero presenta riesgos de vuelco debido a la caminería existente en el país.

Los fletes son caros, pero depende del valor del producto, ya que comparado con otros rubros no lo es tanto. En el caso específico de los remates, el vendedor pone el animal en la feria y el comprador se encarga de levantar los animales.

A juicio de los entrevistados, no se perciben problemas serios de calidad del producto asociadas al transporte. Una diferencia del transporte de ovinos con relación al de vacunos es que si es mal transportado el ovino muere. En el caso de veranos muy calurosos puede llegar a morir algún animal: "no es común pero sucede". Uno de los entrevistados manifestó que este hecho depende en buena medida de la empresa transportista y del camionero en sí, lo que hace que sea muy importante saber seleccionar la empresa. Pese a todo esto, hay coincidencia que, en general, no hay problemas.

La contaminación de los animales que viajan en el piso inferior, debido precisamente al doble piso, es un problema que está asumido por el frigorífico por lo que no hay quejas al respecto. Como los negocios de ovinos con destino a faena se hacen a levantar, si llegan animales

mueren el frigorífico se lo descuenta al fletero. El transportista es el responsable si se mueren animales. El valor se pone en proporción a la factura o lo establece el frigorífico. Todos los entrevistados reconocieron que no se le puede exigir al transportista que se especialice en transporte ovino e invierta, cuando se trata de un rubro que está en descenso.

En cuanto al embarque de lanares, a veces son muy demorados "hay veces que están dos horas embarcándose", con el consiguiente problema potencial de estrés en los animales. Asimismo, se señaló que los ovinos no son prioridad para las plantas frigoríficas; se da prioridad a los vacunos y "entonces los camiones que transportan ovinos quedan mucho rato esperando para bajar los animales".

Por último, uno de los operadores consultado afirmó que existen problemas de robo en los camiones con ovinos cuando esperan en algunos frigoríficos cercanos a Montevideo.

**2.3.3.1.2.3. Problemas con el producto.** En el mercado interno se observan problemas de mala presentación de los cortes ovinos a nivel de carnicerías. Por otro lado, algunos de los operadores consultados estimaron que se detecta una baja calidad de la carne cuando el animal llega estresado al frigorífico y es faenado, en comparación a los animales que son faenados y consumidos en el campo.

Desde el punto de vista del mercado externo, se estima que habría que mejorar en tres aspectos:

- Mejora en la uniformidad del producto.
- Mejora de la conformación de los animales.
- Obtención de un mayor peso de los animales.

**2.3.3.1.2.4. Problemas en la Cadena.** Entre las grandes limitantes que los consignatarios y rematadores identifican al nivel de la Cadena se pueden mencionar (no están ordenadas en grado importancia relativa):

- El precio, factor fundamental para que se vuelva a poblar los campos con ovinos.
- El precio de los zooterápicos (cotizados en dólares).

- El clima adverso a la producción ovina. Se menciona que en los últimos años ha aumentado el régimen de lluvias en nuestro país y que las temperaturas tampoco son tan extremas como antes (inviernos fríos y veranos calurosos y secos). A juicio de los agentes entrevistados, "esto podría llegar a (hacer) inviable la producción ovina en Uruguay". A su vez, se agrega, existen "importantes problemas sanitarios asociados al clima (parásitos gastrointestinales, problemas podales, etc.)".
- Problema de resistencia a los antiparasitarios, que se estaría agravando año tras año.
- Falta de cristalinidad en 2<sup>a</sup> balanza y tipificación del ganado (animales buenos calificados como malos). Varios de los entrevistados sugirieron que el sistema de tipificación debe ser más objetivo, para una mayor transparencia del sistema de pago. Se agrega que "este sistema más objetivo debería estar asociado a la transferencia de valor al productor, premiando al productor por los buenos animales". Se observó, por parte de algunos operadores que la 2<sup>a</sup> balanza genera desconfianza. De la misma manera, se considera que las señales que le llegan al productor no son claras, en torno a qué debe producir.
- Falta de opciones para la venta hace que la faena sea el cuello de botella, lo que torna este proceso aún menos transparente. Se sugirió por parte de algunos operadores la necesidad de ampliar las posibilidades de vender los ovinos: a frigoríficos, en pie, etc.
- Falta de planificación, argumentándose por parte de algún actor de la Cadena que hasta hace poco se vendía carne ovina y ahora no se puede vender (no hay oferta). Se atribuye esto a la falta de política al nivel de país, por ejemplo, de seguir con el Operativo Cordero Pesado. Al respecto, uno de los entrevistados denunció la falta (de una) política más activa, sobre todo en los nexos entre las diferentes señales (que envían) los distintos actores: "Cada actor filtra la información como le conviene, lo que hace que las señales no sean claras", se dijo.

### 2.3.3.1.3. Recomendaciones a los productores y la industria frigorífica

Algunos de los entrevistados no se manifestaron proclives a recomendar a los productores que se vuelquen totalmente a la incorporación de razas exclusivamente carniceras, "ya que se perdería la lana" y "habría que seguir produciendo carne con razas doble propósito", se manifestó por parte de los mismos.

Al nivel de la industria, muchos operadores consideran necesario realizar una mayor promoción en el exterior, reconociendo que esto es costoso.

Se reconoció, asimismo, que la tipificación debería ser más objetiva, otorgando una mayor transparencia al sistema, como forma de trasladar valor al productor, premiando los buenos animales. Como ya se dijo, algunas de las personas consultadas afirman que la 2<sup>a</sup> balanza genera desconfianza.

### 2.3.3.1.4. Desafíos y Oportunidades para el Futuro

El primer desafío, de acuerdo a la opinión unánime de los operadores consultados, debería ser alcanzar el stock ovino que ha tenido históricamente el país, básicamente debido a dos grandes razones:

- El ovino es generador de divisas para el país.
- El ovino es un complemento del bovino en términos del manejo de pasturas.

Algunos operadores sostuvieron que es importante que la lana siga manteniendo el precio actual, a los efectos de que se pueda "retener el stock". Otros de los entrevistados señalaron que uno de los desafíos debe ser que "se produzca determinado (tipo de) animal y que el frigorífico se comprometa a comprarlo porque ya tiene armado un negocio de exportación para determinado país".

Finalmente, son muchos los que opinan que "el que deja de producir ovinos no vuelve a la producción ovina". Las razones manifestadas se intensifican con problemas propios de la producción ovina:

- Se requiere mano de obra más calificada que en el vacuno.
- Abigeato.
- El tema sanidad, en el que "no damos con la tecla". Esto iría de la mano con el hecho que en los últimos años se han registrado condiciones climatológicas favorables para la aparición de problemas sanitarios.

Se considera que el ovino es lo más seguro para producir y que, sin embargo, "la gente se preocupa de tener bien el ganado y deja de lado a los lanares, (...) la gente no se preocupa y no se dedica a mejorar la producción ovina" y "lo único que invierte es en algún carnero y ni siquiera lo cuidan después".

#### **2.3.3.1.5. Resumen de las Entrevistas a Consignatarios de Ganado**

Amanera de resumen, se presentan los puntos más relevantes percibidos como problemas y los desafíos para el futuro (Cuadro 6).

#### **2.3.3.2. Resultados de las Entrevistas a Transportistas de Hacienda**

##### **2.3.3.2.1. Abastecimiento y Comercialización**

Por lo general, los transportistas de hacienda de mayor envergadura, operan como empresas independientes en exclusividad para un frigorífico o a lo máximo dos o tres. Esto es más común en programas como el Operativo Cordero Pesado (de julio a diciembre).

En las operaciones a frigorífico, por lo general, los negocios son "a levantar" por lo que el flete corre por parte del comprador. Actualmente, casi todas las plantas pagan por metro de jaula. Esto hace que para el transportista, con jaulas de al menos 14 metros, desde el punto de vista financiero le es indiferente cargar ovinos o vacunos.

De acuerdo a lo manifestado por un representante del gremio que agrupa a los transportistas de hacienda, (al momento de realizarse la entrevista) el precio del flete no cubre los costos. El combustible significaba más del 50% del costo (ha llegado al 58%), cuando lo ideal sería que representara un 30%. Hoy son muy comunes las jaulas de 16 ó 17

metros, las que permiten una mejor relación costo/beneficio.

#### **2.3.3.2. Principales Problemas Detectados**

##### **2.3.3.2.1. Problemas en el embarque.**

Uno de los problemas detectados, es el ocasionado por la mala organización al nivel de los agentes que intervienen en el proceso de compra. Esto hace, por un lado, que muchas veces no viajen en cada camión, la cantidad de animales previamente pactado. Por otro lado, se producen demoras innecesarias en los horarios de embarque; "Hay camiones que esperan para embarcar 4-5 horas en la estancia. Muchas veces recién cuando llega el camión van a buscar los animales al campo y (...) se deben seleccionar los animales aptos a ser embarcados según especificaciones del Operativo Cordero Pesado. Todo esto hace que se demore mucho".

En el caso del Cordero Pesado, muchas veces se realizan embarques coordinados en los que se cargan animales en distintos establecimientos. Ocurre fundamentalmente para el caso de productores chicos que no llegan al mínimo de 200 corderos requeridos por el Operativo. En este caso, el camión debe "parar" en varios lugares diferentes por lo que los problemas del embarque y las demoras se multiplican. A juicio de los agentes entrevistados, existe una mala articulación productor-transportista-frigorífico, ya que el productor en un primer momento se compromete a completar un camión y luego, en el momento de embarque, se dejan animales para atrás.

Otro punto sobre el que todos los entrevistados hicieron hincapié es la casi absoluta falta de infraestructura adecuada para el embarque de ovinos. Se argumenta que en la mayoría de los casos, los ovinos se cargan cerca del casco, por lo que el camión muchas veces debe atravesar campo abierto, sin caminería, hasta llegar al casco del establecimiento. Otro problema relacionado al embarque es que muchas veces cuando hay embarcaderos, los camiones con jaulas grandes no tienen espacio físico para maniobrar y poder atracar.

No se detectan problemas de machucamientos con el Cordero Pesado, si es cargado

Cuadro 6. Consignatarios de Ganado: Identificación de problemas del producto, Cadena Crnica y desafíos de la misma.

Consignatarios de Ganado	
<i>Problemas con el Producto</i>	<i>Problemas en la Cadena Cárnica</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peso, conformación y uniformidad inadecuados para el mercado externo</li> <li>• Animales estresados al nivel de frigorífico</li> <li>• Escaso valor agregado en los productos</li> <li>• Mala presentación de la carne ovina en el mercado interno (carnicerías)</li> </ul> <p><i>Desafíos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recomposición del stock ovino porque es:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Generador de divisas</li> <li>▪ Complementario al bovino para el manejo de las pasturas</li> </ul> </li> <li>• Establecimiento de especificaciones del producto y seguridad de comercialización</li> <li>• Mayor promoción de la carne ovina en el exterior por parte de industriales de la carne (frigoríficos)</li> <li>• Mejor distribución de los beneficios generados a lo largo de toda la Cadena</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia de la lana trae como consecuencia:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Disminución de los volúmenes de oferta</li> <li>▪ Retención y aumento de la edad de faena</li> </ul> </li> <li>• Escasa transparencia en la comercialización (productor / frigorífico)</li> <li>• Abigeato</li> <li>• Problemas sanitarios (resistencia a antihelmínticos)</li> <li>• Altos costos al nivel de productos</li> <li>• Razas exclusivamente carniceras serían poco sustentables en el Uruguay</li> </ul>

en forma adecuada. Los transportistas que trabajan con los principales frigoríficos están acostumbrados y preparados para este tipo de flete. Para el transporte de corderos, se arman, dentro de las jaulas, diez corrales (5 arriba y 5 abajo) con separadores portátiles, evitando así problemas de asfixia de los corderos. Los transportistas consultados manifestaron no haber recibido quejas en ese sentido.

No hay protocolos escritos con exigencias o recomendaciones para la carga de lanares, ni restricciones en el uso de camiones con zorra, como sucede en el caso de los vacunos. La cargada de ovinos al camión es más complicada que la del vacuno. De acuerdo a lo expresado por los transportistas<sup>1</sup>, el 95 % de los productores no tiene embarcadero especializado para ovinos. Los camiones de las empresas que trabajan con Corderos Pesados disponen de embarcaderos (escaleras) portátiles, pero no todos los camiones en el mercado los tienen.

Los transportistas consultados advirtieron que los animales se embarcan muchas veces en el casco de la estancia, en donde se improvisan corrales, a veces en los galpones. El camión debe entrar al campo, cruzar cañadas, abrir y cerrar porteras, todo lo cual hace que sea complicado el embarque de ovinos. Cuando los camiones llegan al casco de la estancia,

muchas veces no hay personal para embarcar; el camionero se encuentra solo para cargar los animales.

Se consideró que no hay problemas en verano con el calor. Por otra parte, se advierte que el Operativo Cordero Pesado funciona básicamente de julio a diciembre, por lo tanto, durante el verano es más frecuente el transporte de capones y ovejas. En la zona norte del país, los animales se embarcan por la mañana, para poder llegar temprano en la noche a los frigoríficos ubicados en el sur del país.

**2.3.3.2.2.2. Problemas durante el transporte.** El problema del doble piso en las jaulas para el transporte ovino es considerado un mal necesario, ya que los animales que van en el piso de abajo llegan al frigorífico sucios por las deyecciones de los de arriba. Los transportistas consideran que solucionar este tema es costoso, ya que una estructura de doble piso fija que impidiera que las heces cayeran hacia abajo, se justificaría solamente si se trabajara todo el año embarcando ovinos, es decir en camiones que únicamente se usaran para transportar ovinos. Los costos impiden disponer de jaulas especializadas, por el hecho de que se trata de una actividad esencialmente sazonal.

**2.3.3.2.2.3. Problemas en los mercados.** Al nivel de los mercados, los operadores del transporte consideran que los precios son una

limitante importante. Actualmente, todas las plantas frigoríficas pagan por metro de jaula, salvo algún frigorífico que paga por kilogramo cargado. En este caso sí, es más atractivo para el transportista trabajar con vacunos que con ovinos, ya que una jaula completa pesa más con los primeros. Pero en el caso de los otros frigoríficos que pagan por metro de jaula, para el transportista es exactamente lo mismo trabajar con una especie o con otra.

Al momento de realizarse la entrevista, los transportistas consultados manifestaron que el precio del flete no cubría los gastos: "Hoy solo se puede trabajar con jaulas de 16 y 17 metros, ya que con las chicas de 14 metros no es económicamente viable el transporte (en este caso el costo del combustible significa un 60% del costo del flete)". El problema que surge entonces es que los camiones grandes no entran en cualquier lado, debido a los problemas de caminería e infraestructura". Cabe señalar que, en el caso de lo ovinos, no hay restricciones en cuanto al uso de zorras, como sucede en algunas plantas con respecto a la faena de vacunos. Con la zorra, los camiones pueden llegar hasta 18 metros y con ello hacer más rentable la actividad.

#### **2.3.3.2.4. Problemas en el producto.**

Uno de los problemas de la Cadena Cárnica Ovina, en opinión de los agentes entrevistados, tiene que ver con la demanda de estos productos en el mercado interno. Se considera que no hay cultura en nuestro país de consumir carne ovina, lo que dificulta el desarrollo del mercado interno. Se afirma en forma tajante que no se sabe cocinar la carne ovina.

Uno de los operadores manifestó que "todavía se tiene el prejuicio de la época en donde se consumían capones muy engrasados, por lo tanto, la gente cree que si consume carne ovina le va a caer mal, tiene mucha grasa, etc.". Se admite que con el Cordero Pesado, la situación es diferente y la limitante mayor pasó a ser el alto precio de la carne ovina.

#### **2.3.3.2.3. Desafíos y Oportunidades para el Futuro**

El principal desafío planteado es trabajar, en colaboración estrecha con INAC, en la elab-

boración de un protocolo para el transporte de animales, estableciendo normas claras, que permita estandarizar la actividad.

#### **2.3.3.2.4. Resumen de las Entrevistas a los Transportistas de Hacienda**

A manera de resumen, se presentan los puntos más relevantes percibidos como problemas y los desafíos para el futuro (Cuadro 7).

#### **2.3.3.3. Resultados de la Entrevistas a Responsables de Frigoríficos**

##### **2.3.3.3.1. Abastecimiento y Comercialización**

##### **Corderos Pesados**

Cada año se publicitan las condiciones en las cuales se enmarcará el Operativo. En sus comienzos la costumbre era que los productores se anotaran para el Operativo y firmaran un contrato de abastecimiento. Con la entrada de nuevos operadores en el mercado (léase frigoríficos) hoy los productores se sienten más libres y son más reticentes a firmar contratos. De todos modos, los proveedores tradicionales venden su producto, por lo que actualmente no preocupa mayormente a la industria el tema contratos. Los productores que piensan remitir corderos dentro del Operativo generalmente se inscriben a través del Secretariado Uruguayo de la Lana (SUL) o de Central Lanera Uruguayana (CLU). El frigorífico compra en forma directa o a través de consignatarios, en proporciones diferentes. La mayoría de los corderos provienen de las zonas Norte, Centro y Este. Generalmente, hay una menor influencia del Litoral que en el caso de los vacunos, salvo en el caso de los corderos tempranos. Las zonas Este y Sur tienen importancia como zonas invernadoras (semilleros de trébol blanco y verdeos previos al arroz).

La CLU ha sido un importante abastecedor del mercado de Cordero Pesado, operando como intermediario para algunos frigoríficos. Para un frigorífico representa el 50% mercado (150.000 a 170.000 cabezas) y en este caso el frigorífico negocia directamente con ésta. La CLU reúne productores y establece con

<sup>1</sup> Algunas empresas de transporte mantienen bases de datos con información de los embarcaderos del país.



ellos un sistema de pago muy similar al de la lana (sistema de adelantos y reliquidación posterior al precio promedio de zafra). Para dicho frigorífico, la ventaja de tratar con la CLU es que la remisión es más segura, en tanto la desventaja es que la negociación es más difícil. Para el productor la ventaja es que el adelanto es importante y le permite disponer de ese dinero para comprar la reposición, en tanto, que la queja es el costo financiero que representa una infraestructura pesada en la comercialización.

Se debe señalar que algunos frigoríficos también trabajan el Cordero Liviano bien terminado para abasto, pero es zafral. Otros faenan Corderos Livianos con características especiales para ciertos nichos del mercado de exportación, como es el caso del plasmon. Para Italia, por ejemplo, se vende un cordero pequeño (8-10 kg de canal). El Cordero Liviano "convencional" es de 10-16 kg de canal. El problema actual es que con la apertura de Estados Unidos para los vacunos, no se sabe si habrá muchas plantas interesadas en los ovinos, que es considerado un mercado esencialmente zafral (octubre a enero).

Del Cordero Pesado, los cortes valiosos son la pierna, los bifés y el lomo, mientras que el resto va a desosado. El frenched rack valorizó el bife ancho y el bife angosto. Actualmente, se vende mucho a Brasil, donde el delantero con o sin hueso se vende en el norte en cajas de 4 kg.

En lo que se refiere al mecanismo de formación de precios y pagos, todos los agentes consultados indicaron que el pago se realiza en segunda balanza, sobre el cordero oreado y enfriado, clasificando según peso de canal. Existen especificaciones de peso y calidad determinados en las bases del Operativo Cordero Pesado. Allí, además, se establece la fijación de precios básicos o mínimos de referencia; "aunque es el mercado quien manda en definitiva". Uno de los entrevistados señaló que "hoy se firman pocos contratos, pero los representantes dan una buena idea de cuántos corderos se van engordando y basado en ello se hacen las previsiones".

Otros operadores establecen precios para determinado cupo; "a principio de la zafra se le dice al SUL, tantos corderos a tal precio". Se predeterminaba el precio con un cupo, estableciéndose las características (especificaciones) de compra. Fuera de ese cupo operaba la oferta y la demanda del momento. Varios de los agentes consultados expresaron dudas acerca del mantenimiento de estos sistemas en el futuro debido a la virtual inexistencia de la oferta en el mercado de lanares; "estamos en una etapa de recomposición del stock y el precio de la lana aumentó, por lo que estamos en un momento de transición", aseguró uno de ellos.

En general, existe coincidencia en la industria que el sistema implementado para el Operativo Cordero Pesado es lo que más se

Cuadro 7. Transportistas de Hacienda: Identificación de problemas del producto, Cadena Crnica y desafíos de la misma

<b>Transportistas de Hacienda</b>	
<b><i>Problemas con el Producto</i></b>	<b><i>Problemas en la Cadena Cá mica</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia de heces en los animales derivada de la utilización de transporte con doble piso (jaulas no especializadas), con lleva problemas que se trasladan a la fase industrial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay jaulas de transporte especializadas (doble piso improvisado)</li> <li>• Condiciones de embarque inadecuadas (corrales improvisados, carga de animales "a mano")</li> <li>• Precios de fletes inadecuados</li> <li>• Mala coordinación de los embarques múltiples</li> <li>• Falta de cultura en el consumo de carne ovina al nivel del mercado interno</li> </ul>
<b><i>Desafíos</i></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de un protocolo de buenas prácticas de manejo para el transporte de los animales, estableciendo normas claras que permitan estandarizar la actividad</li> <li>• Mejora de las condiciones de embarque</li> </ul>	

acerca a un sistema ideal de comercialización basado en valor. Se considera que dicho sistema sería el ideal pero si fuera para el 100% de los que remiten y para toda la industria. De otro modo, sólo se estaría premiando la buena mercadería, en tanto que los remitentes de mala calidad "no aceptarían precios bajos".

"No existen muchas otras posibilidades", se afirma por parte de algunos empresarios: "Con el Cordero Pesado (el sistema) funciona bastante bien. Lo único a mejorar en ese sentido sería como distribuir mejor la zafra". El razonamiento de los empresarios de la industria frigorífica es que "para el productor es más barato producir el Cordero Pesado en primavera, ya que saca un vellón entero y lo engorda más fácilmente". Por otro lado, señalan, "el frigorífico necesita abastecerse de Corderos Pesados todo el año, (...) el problema es cómo se implementa un sistema de precios y castigos", concluyen. "Si se premia primero hay que castigar después, pero en la práctica es más difícil. Para cumplir con el cupo hay que ir hasta noviembre y ahí se produce un pico en la demanda (justo en el momento) cuando habría que castigar, por que se dificulta implementar un sistema de ese tipo".

Ajuicio de la industria existen enormes diferencias entre tropas, "los corderos provenientes de cruza carniceras rinden más del 50%, en tanto los de las razas laneras llegan más tarde en la zafra y rinden entre 42 y 43%". De todas maneras, "el precio diferencial por calidad es algo aceptado y funciona", se señaló a modo de conclusión.

En lo que respecta a los mecanismos de trazabilidad en ovinos, los entrevistados coincidieron que puede ser bueno, siempre y cuando reporte un beneficio económico al vender. Sin embargo, se remarcó que no existen exigencias globales para trazabilidad en ovinos, ni siquiera para la Unión Europea. Sí existen requerimientos especiales en torno básicamente a razones de seguridad alimentaria en el caso de tropas con requisitos de serología para carne con hueso a Brasil o del *plasmón* u otros programas muy específicos, donde se necesita trazabilidad por grupo o tropa o un certificado veterinario especial; "La toma de decisión pasa por la garantía de

que se hicieron las cosas de la forma que se dice", expresó uno de los entrevistados. "Tal vez en el futuro se justifique (una trazabilidad) a escala global, pero no ahora".

Consultados acerca de cuán importantes podrían ser los mecanismos de seguridad alimentaria en la toma de decisiones de las empresas, los entrevistados coincidieron en que son muy importantes todas las medidas que se puedan tomar al respecto. Agregaron que sistemas como el HACCP ya están incorporados dentro de los requisitos sanitarios. El HACCP ya está implícito en todo. Es una política global, asegura inocuidad y en realidad no es un tema de seguridad alimentaria. El tema de seguridad alimentaria pasa simplemente por cumplir los requisitos de los clientes.

### **Adultos**

La compra de ovinos adultos por parte de los frigoríficos se hace en forma directa o a través de consignatarios. Al igual que en el caso de los corderos, el abastecimiento de ovinos adultos para faena proviene básicamente de las zonas ovejeras del Centro, Norte y Este del país. Si bien los representantes de los cuatro frigoríficos relevados manifestaron no tener preferencias por una zona definida, obviamente en la práctica faenan un mayor volumen de ovinos provenientes del área ovejera más cercana a la planta.

Los negocios referidos a categorías adultas se realizan exclusivamente sobre la base de precios de mercado, siendo la oferta y la demanda sus determinantes. La mayoría de los negocios se concretan por el ganado en pie, aunque existen algunos frigoríficos que, en menor medida, también negocian precios a rendimiento en segunda balanza, de acuerdo a las posibilidades.

En general, los operadores se mostraron conformes con la forma de comercialización; "oferta y demanda es la política del frigorífico", afirmaron varios de ellos. Uno de los representantes agregó que "si pudiera compraría todo a 2ª balanza pero (...) para satisfacer las necesidades (el frigorífico) tiene que pagar algo en pie. Hay que seguir comprando lo que se puede vender". El motivo que obliga a realizar la mayor parte de los negocios en pie es el tema de la lana, que a juicio de los industria-

les distorsiona muchísimo el negocio; "de un rendimiento promedio de 46% -se explica a continuación- (se) puede caer a un 38-40% (por efecto de la cantidad de lana). Existe la percepción, entre los industriales, que en las categorías adultas no hay mucho espacio para implementar sistemas de comercialización basados en valor; "Podrían existir nichos de mercado que pagaran más y pudiera ser importante hacer diferenciaciones de ese tipo. Hoy no existen esas diferenciaciones que justifiquen un sistema así", parece ser la expresión que sintetiza la opinión de la industria.

Los informantes consultados coinciden que hoy día está creciendo nuevamente la participación relativa de la faena de adultos (oveja, capón). La caída del stock ovino y el aumento en los precios de la lana derivó en una caída importante de la oferta de corderos. En forma adicional, los procreos son bajos y la mortandad de corderos es alta. Los frigoríficos están interesados en mantener el cupo con la Unión Europea por lo que a veces deben recurrir a otras categorías. Por otro lado, la aftosa afectó mucho porque existen muchos productos valiosos que son con hueso y la venta de canales era un soporte muy grande para cumplir con la cuota a Europa. Hoy los productos con hueso, que eran los que justificaban claramente la faena de Corderos Pesados, están restringidos y solo queda el desosado, donde el delantero va todo para industria, quedando sólo las piernas como producto de cierto valor en el trasero. Como expresara claramente uno de los entrevistados: "Hoy el cupo importante es oveja y capón ya que no tenemos mercado con hueso que es el que da la diferenciación".

### 2.3.3.3.2. Principales Problemas Detectados

**2.3.3.3.2.1. Problemas durante el transporte de haciendas.** El transporte de lanas a frigorífico para faena se hace en forma tercerizada a través camiones propiedad de empresas independientes que trabajan en forma más o menos exclusiva para las distintas plantas. Alguno de los frigoríficos consultados señaló que posee una pequeña flota propia, que de todos modos no abarca más del 20% de los ovinos transportados en la zafra. En

todos los casos, el transporte está tercerizado con las mismas empresas que transportan los vacunos, con algunas excepciones.

No existe un protocolo escrito para el transporte de lanas. Existen acuerdos mínimos, con reglas básicas que involucran aspectos como el trato humanitario, la sanidad, correcta conducción del vehículo. Algunos de los entrevistados puntualizaron que la aplicación de dichas normas "no escritas" admite ciertos vaivenes relacionados con la disponibilidad de oferta. "Hay días que se aplica y otros días la necesidad de mercadería hace que de aplicarlo la planta se quede sin materia prima", acotó un informante.

El gran problema del transporte de ovinos es el "doble piso", con las consecuencias de contaminación (suciedad) de los animales que viajan en el piso inferior, siendo el problema de las heces más grave en el caso del Cordero Pesado; "hay que pensar en cómo lograr una faena higiénica con ese problema. Es un problema grave. Cuando llueve, los animales de abajo llegan totalmente sucios", según lo manifestado por un operador. Los representantes de la industria señalaron que "se han hecho pruebas como la de esquilar las zonas de corte previo a la faena, pero es difícil de llevarlo a la práctica". Se advirtió también que en países como Nueva Zelanda se penaliza a los productores como consecuencia de los problemas de higiene. El productor paga el lavado y existen premios por "limpieza".

Entre los controles que se realizan en varios frigoríficos están los relativos a los límites a los volúmenes de carga, horas de traslado y distancias. Uno de los frigoríficos consultados paga por la cantidad de kilos de animales que llegan a planta. "Es un mal necesario", adujo el representante del frigorífico: "tantos kilos, tantos metros". El mismo agente afirmó que resulta muy complicado "controlar factura por factura a 20 o más camiones por día de vacunos y lanas para usar un sistema más sofisticado. El frigorífico tiene un listado de embarcaderos que permite cotejar los kilómetros con los kilos para liquidar los pagos". En el caso del Operativo Cordero Pesado con la CLU, se realizan embarques conjuntos de varios productores, lo que agrega un elemento más de complejidad.

De la misma forma, no existe un mecanismo formal establecido para la penalización de errores o faltas. Por lo general, se penalizan situaciones extremas como la muerte de animales. La penalización tácita, de haber una notoria disconformidad con el transportista, es no volver a requerir los servicios (del mismo) en caso de hacer las cosas mal. Por último, todos los agentes de la industria coincidieron que no hay mayores problemas relativos al transporte de ovinos a frigorífico. En particular, se enfatizó en la casi inexistencia de machucamientos serios.

**2.3.3.3.2. Problemas con el producto en corrales de descanso.** Los principales problemas detectados en el producto al nivel de corrales de descanso (no están ordenados de acuerdo a su importancia) son los siguientes, a juicio de la Industria:

1. **Presencia de suciedad** en los animales debido al doble piso. El riesgo de contaminación es un tema muy delicado y constituye un tema sobre el cual se trabaja normal y rutinariamente mediante el HACCP. Este identifica puntos críticos en la Cadena.
2. **Dificultades en el Cuereado**, debido a problemas de mal manejo, deshidratación, presencia de arrugas en Merino ("costillados"), corderos enteros, etc.
3. **Excesivos tiempo de espera**, el cual provoca deshidratación en los animales, con los consiguientes problemas de cuereado. Otra consecuencia es el ayuno inadecuado al que son sometidos los animales. Al decir de uno de los entrevistados: "Al cordero tráigalo y mátelo; no lo deje en los corrales". Se considera que se debe tener un tiempo razonable de acopio. La idea es que "si se faena en la tarde, que lleguen a planta en la mañana".
4. **Corrales inadecuados**, que por lo general están diseñados para vacunos. De esa forma y según la opinión de un agente "no hay forma de darles agua adecuadamente, por lo que se observan problemas de deshidratación si están en corrales más tiempo que el aconsejable". En la mayoría de los casos, los lanares representan menos de un 10 % de la faena del frigorífico, en términos de volumen, lo que no permite tener la infraestructura específica.

5. **Heterogeneidad en las tropas**; a lo que se suma a veces que están mal clasificadas, donde no coincide la clasificación que aparece en la guía con lo que realmente llega (a veces los ovinos se compran "al barrer").

6. **Presencia de flechilla**, siendo un tema grave durante el verano.

7. **Largo inadecuado de la lana y heridas de esquila.** En términos generales se exige un mínimo de 20-30 días de esquila para embarcar. Una de las razones es la de evitar cortes frescos en el cuero por esquila, aun no cicatrizados. Por otro lado, las curtiembres exigen un "tronquito"; debido a que el cuero pelado vale menos.

**2.3.3.3.3. Problemas con el producto en playa de faena.** Los principales problemas (el orden no indica nivel de importancia) identificados en playa de faena fueron:

1. **Mugre y suciedad del cuero**, asociado en alguna medida a la forma en que se "cuelgan" los animales. Sería interesante utilizar la "faena invertida" la cual permite sacar limpios los cortes valiosos.
2. **Animales con exceso de lana (invierno), mojados**, lo cual dificulta el cuereado. Es conocido por todos el hecho de que la faena de lanares es normalmente más "sucía" que la de vacunos por el solo hecho de que los primeros tienen lana. El exceso de la misma hace aún más dificultosa la tarea de limpieza y control de contaminaciones potenciales.
3. **Presencia de flechilla.** Es más grave en Cordero Liviano ya que en animales engordados a pradera el problema es menor. Es más grave en enero y febrero.

En lo que respecta al Sistema de Tipificación y Clasificación de Canales Ovinas de INAC, los informantes coincidieron, aunque con matices, que se trata de un sistema acotado, virtualmente inexistente (no se aplica) y que no aporta nada. En general, los empresarios opinan que el peso es la gran variable, aparte de la categoría. En la medida que no existan requisitos específicos en la comercialización, el sistema actual no agrega nada; solo interesa el peso.

Algunos de los entrevistados consideraron que el sistema es mejorable, sobretodo si se incorporan más grados de grasa y se prueba la incorporación de la medición en el punto GR. Otros opinaron que hay que usar peso, edad y dentición. Cuando se habla de productos desosados, el tema grasa no interesa demasiado. A modo de ejemplo se considera que a Europa la mayoría (de la carne ovina) va sin grasa (bife y lomo al rojo, no existe grasa). Solo en el caso de las piernas interesa en alguna medida ya que el delantero va al barrer, sin ningún requerimiento especial.

**2.3.3.3.2.4. Problemas con el producto en cámara de frío.** Los problemas potenciales (el orden no indica nivel de importancia) que pueden encontrarse en las cámaras de frío son:

1. **Cámaras inadecuadas y sistema de colgado** (en faroles). Las cámaras están diseñadas básicamente para vacunos, por lo que no cubican de la misma manera para los ovinos. El ovino se enfría rápido y entran 7-14 ovinos donde entra un vacuno. Cuando hay espacio se dejan en roldanas, pero cuando no hay se deben usar perchas (7 animales en cada una) lo que da más trabajo, ya que es más difícil la manipulación en perchas separadas. Hay que proteger las canales ubicadas en la parte inferior del manchado de sangre por goteo desde las canales colgadas en la parte superior.
  2. **Cortes en la cadena de frío.** El manejo del frío con los ovinos tiene que ser más cuidadoso que en vacunos. El ovino es muy lábil y hay que controlar que no enfríe demasiado y por esto no baje mucho el pH. También es muy importante en el envasado, ya que se deteriora rápido y la grasa se enrancia rápidamente. La descomposición por temperatura aumenta los problemas de contaminación y grasa rancia. Se deben extremar cuidados para controlar la variabilidad en la llegada en cuanto a temperatura para ingresar al desosado.
- 2.3.3.3.2.5. Problemas con el producto en la sala de desosado.** Este fue el punto donde hubo menos coincidencias entre los agentes entrevistados. De todos modos se pueden enumerar los siguientes problemas, como los
- más frecuentes o probables de ocurrir o ser identificados en sala de desosado:
  1. **Bajo rendimiento inherente al desosado de ovinos.** Como fuera expresado por uno de las personas consultadas, "(uno) desosa y no saca nada; es tedioso y no rinde económicamente".
  2. **Falta de personal adecuado.** Uno de los operadores enfatizó que para el desosado con hueso es fundamental tener un buen "sierrista". Por otro lado, con mucha frecuencia la misma gente realiza el trabajo en vacunos y ovinos. La sazonalidad de la producción y el consumo impide tener gente especializada.
  3. **Falta de instrumental adecuado.** Por ejemplo, si hay problemas con las sierras seguramente sea muy difícil tener un buen corte. Algunos frigoríficos no cuentan con herramientas de trabajo adecuadas para trabajar con ovinos, para tener el mejor rendimiento de "recupero" de carne. Incluso algunas empresas han reconocido tener problemas con el vacío; "cuando la carne no es cortada en la forma adecuada -explicó uno de los entrevistados- rompe las bolsas".
  4. **Riesgo de contaminación.** Es un problema potencial que se deriva o traslada desde de las etapas anteriores. El HACCP es una herramienta muy útil, en ese sentido, a los efectos de identificar puntos críticos en los procesos. Algunos de los operadores manifestaron que a esta altura del proceso puede llegar a observarse, aunque en baja frecuencia, la presencia de flechilla.
  5. **Altos costos de clasificación.** En ovinos se hace fundamentalmente una clasificación por pesos. Existe todo un proceso de clasificación mayor que en vacunos. Por ejemplo, para el *frenched rack*, las costillitas van calibradas de a onza.
  6. **Problemas para alcanzar los pesos adecuados,** debido a la heterogeneidad en el calibre de los cortes (peso y tamaño). En el caso de Corderos Pesados es fundamental que los corderos pasen de los 16 kg; de otra forma se limitan los mercados. A menudo falta terminación o conformación. Los requerimientos son mayores cuando se

trabaja con carnes con hueso. En ese caso importa mucho más la materia prima y el punto crítico es el hombre con la sierra. En el caso del Cordero Pesado, la orientación de la producción de este tipo de producto se justifica fundamentalmente si se trabaja con mercados que adquieren cortes con hueso. De otra manera, da lo mismo el empleo del borrego o del capón para cortes desosados. Como contraparte, en las mercaderías sin hueso es más fácil corregir los problemas.

### **2.3.3.3.2.6. Problemas al nivel de la Cadena y los mercados.**

#### **Mercado Interno**

La opinión generalizada de la Industria es que el mercado interno es un mercado residual. El gran consumo de abasto no pasa por los frigoríficos. Se estima que en el Uruguay se consume anualmente un promedio de 13 kg *per cápita* de carne ovina. En el interior urbano se consumen 17 kg mientras que en Montevideo esa cifra baja a 2 kg o menos. En áreas rurales se llega a los 90 kg por persona pero obviamente ese circuito está fuera del mercado que manejan los frigoríficos.

El mercado interno se concentra básicamente en el consumo de asados y paletas pero, a juicio de los operadores está "topeado". Sacando el cordero para su consumo para las fiestas de fin de año, que igualmente es muy zafral, el gran consumo del abasto no pasa por los frigoríficos.

Para el mercado interno se requiere un cordero bien terminado, no muy pesado (9 a 15 kg de canal, preferente menor a 13 kg). De adultos se consume algo (muy poco) de delantero. Uno de los entrevistados arriesgó a manifestar que "de futuro podría haber algo de expectativa", opinión que no fue muy compartida por el resto de los agentes, que sostienen que el abasto es un mercado residual. Como señalara una persona en la entrevista; "cuando (nos) sobran *motonetas*<sup>2</sup>, le sobran a todos. La plaza se satura enseguida. No existe cultura de consumir carne ovina, (ya que) no rinde".

Según enfatizó otro empresario, el problema del ovino es otro; "actualmente el costo del *frenched rack* se ubica en \$180 el kilo. Con esos valores de los cortes buenos, solo sirven para el restorán orientado a consumidores

que privilegien este tipo de producto. Pero los restaurantes no mueven volúmenes realmente significativos para el mercado. Es (un segmento) completamente testimonial". En la misma línea de pensamiento, varios agentes argumentaron que "se han hecho promociones, recetarios, exoneraciones de impuestos, etc. y los cambios han sido mínimos. Se han hecho esfuerzos en ciudades del interior y en Montevideo pero han sido esfuerzos testimoniales, porque son productos caros".

Todos los representantes de la Industria coincidieron en que al nivel local el mercado estaría "topeado", no habiendo mucha cosa para hacer. "Tal vez -apuntó uno de ellos- se podría insistir un poco más, como hizo INAC en la Rural del Prado, con recetas, promoción, indicando al consumidor qué corte es para parrilla y qué para olla". No se descarta entonces el beneficio que podría acarrear el realizar esfuerzos en la mejora de la presentación de los productos, de forma que le lleguen al ama de casa en una forma amigable y fácil de preparar.

#### **Mercado Externo**

La percepción unánime con respecto a las perspectivas del mercado internacional es que la demanda va en aumento; "cada vez se pide más cordero y vale más", se argumenta. Los mercados internacionales no quieren grasa aunque en el caso de la pierna tiene que tener algo de cobertura". En general, se requiere un animal con más hueso, bien terminado y de buena conformación.

Hay coincidencia también que el mercado externo es la única salida. Se estima que el norte de Brasil es un mercado interesante. En opinión de algunos empresarios, "alcanza y sobra si se le vende bien". Los grandes consumidores de ovinos son los árabes, aún en Europa (mediterránea) aunque también es un negocio muy zafral (fin de año y Pascuas). Tampoco es un segmento muy exigente (en el *kebab*<sup>3</sup>, por ejemplo, donde la calidad del producto es más relativa). La carne de cordero uruguayo ha tenido buena presencia en Alemania y algo en Italia y España.

En términos de calidad, la industria considera que el cordero uruguayo (17 kg de canal) no tiene nada que envidiarle al neocelandés.

Se logró posicionar muy bien en los mercados y está mejor considerado que el australiano.

El gran problema es que la situación sanitaria golpeó muy fuerte a nuestra Industria porque no se puede exportar carne con hueso. Los responsables de una de las empresas llegaron a manifestar claramente que el frigorífico ha mantenido el programa del Cordero Pesado con la esperanza de regresar a esos mercados; "hoy solo se vende con hueso a Brasil (San Pablo)", recuerdan. "La reciente habilitación para la entrada de carnes desde Uruguay a Estados Unidos y Canadá no incluye al ovino. A Europa va carne sin hueso. Israel se perdió, al igual que EE.UU. y Canadá. Brasil tiene dificultades para absorber toda la producción. Hay algo de demanda hacia las islas del Caribe".

De acuerdo a lo manifestado por todos los operadores consultados, se puede concluir que las expectativas de desarrollo de la Cadena Cárnica Ovina están centradas casi exclusivamente en el acceso y establecimiento de vínculos permanentes en los mercados internacionales. Para hacerlo con productos de alto valor agregado se admite que el primer paso es superar el actual estado sanitario, de modo que Uruguay pueda exportar cortes con hueso a los países más desarrollados. A partir de allí, se debe trabajar en temas como la calidad, uniformidad en el abastecimiento, presentación, nivel de procesamiento, etc.

**2.3.3.3.2.7. Productos con valor agregado.** Gran parte del valor agregado en la carne ovina está dado por el hueso en los cortes valiosos (*frenched rack*). Según los operadores consultados, se han incorporado mejoras en la calidad, empaçado, productos con determinados rangos de peso, envasados al vacío con malla, etc. También se ha hecho énfasis en la defensa de una marca, que es lo que produce diferenciación, pero se insistió en que los cortes con hueso son los únicos a los que puede agregarse valor, "los productos ya están -se aduce- pero el valor agregado es solo para el corte con hueso y dependerá de la situación sanitaria".

Actualmente, alrededor del 50% del de-

lantero ovino se desosa, así como el 100% del trasero. La pieza sin hueso del *frenched rack* se coloca en hoteles y restaurantes de Alemania e Inglaterra. El bife y el lomo se exporta congelado al vacío, en cajitas de a kilo. En general, los frigoríficos no tienen productos de agregado de valor a través de procesos posteriores (cocinados, precocinados, etc.). Se reconoce que es muy difícil competir con Nueva Zelanda en ese sentido.

Se considera que la demanda actual y futura apunta hacia el *rack*. Fuera de lo que son estos cortes de mucho valor no se visualizan aumentos importantes en la demanda. "Europa es zafral -explicó uno de los entrevistados- El consumo ovino está cayendo; es complementario al vacuno". Existe, por tanto, un claro consenso de que las posibilidades de desarrollo de la Cadena Cárnica Ovina dependerán de la situación sanitaria; "de otro modo -advirtieron- se agrega valor con el packing, (el cual) no produce un retorno adecuado".

**2.3.3.3.2.8. Subproductos comestibles y no comestibles.** Las vísceras ovinas se aprovechan menos que las vacunas, según explicaron los distintos agentes consultados. Básicamente, solo se aprovechan los riñones, el mondongo, la lengua y la tripa. El librillo no se aprovecha y con los hígados el problema sanitario es mayor que en vacunos. En general, todas las menudencias van al abasto, aunque algunos productos se exportan, como el caso de mondongos a Polonia. En el abasto se hace un reprocesamiento de los subproductos para hacer harina. Lo "no comestible" va a *rendering* para hacer sebo, que si bien tiene cierta demanda, no se puede mezclar con el de vacuno. El problema, según apuntó un entrevistado, es que "sacando la canal el resto genera poco valor". Son volúmenes despreciables y para la Industria son un problema, según indicó la misma persona.

El cuero es el subproducto no comestible más importante. En ese sentido, se reconoce que un punto a mejorar consiste en tratar de obtener el cuero en mejores condiciones. El problema de los cueros se debe a cortes de esquila, deshidratación, flechilla, arrugas, etc.

<sup>2</sup> El corte motoneta se compone de cortes del delantero de la canal.

<sup>3</sup> Preparacin sobre la base de carne ovina, muy típica en Turquía y otras zonas de influencia musulmana.

### 2.3.3.3.3. Recomendaciones de la industria al sector primario (productores ovinos)

"La carne es subsidiaria de la lana", reconoció uno de los informantes de la industria frigorífica. "No le podemos pedir al productor que vaya y produzca sobre la base de razas carniceras que deprecien el valor de la lana; es una realidad", luego se preguntó- "Mejorar genéticamente (para producir carne ovina), ¿Le conviene al país?" "En el Cordero Pesado, la sanidad es excelente y la nutrición también" acabó concluyendo el entrevistado.

Otros representantes de la Industria hicieron, de todos modos, énfasis en algunos aspectos que deben recibir atención prioritaria desde el sector primario. El más importante se refirió a la urgente necesidad de aumentar los procreos ovinos y consecuentemente los índices de extracción. En una segunda instancia, aunque no menos importante se mencionaron aspectos como:

1. Mejor clasificación de las tropas para hacerlas más homogéneas.
2. Aumento de cuidados en la esquila y un largo adecuado de lana ("tronquito", 15 mm).
3. Esfuerzo para reducir la contaminación en la lana y la flechilla.
4. Mejora en los niveles de terminación.

### 2.3.3.3.4. Desafíos y Oportunidades para el Futuro

Todos los entrevistados aseguraron que la Industria está continuamente trabajando en el tema suciedad y contaminación que es el gran tema en los lanares. A su vez, se reconoció que algunos establecimientos de faena, no todos, deben trabajar adicionalmente en alguno o algunos de los siguientes temas, cuyo orden no representa grado de importancia:

1. **Mejora del cuereado.** "A veces se desgarran los matambres y la grasa de cobertura en las piernas por un mal sacado del cuero", según fue reconocido por algunos operadores.
2. **Mejoras en el ligado de esófago y recto,** que en algunos casos se reconoció que no es bueno y representa un riesgo potencial de contaminación.

3. **Empleo de mejores herramientas,** como ser sierras, cuchillos o peladoras.
4. **Personal especializado** para el trabajo con carne ovina, en la medida de lo posible.
5. **Adecuación de equipos, tecnología y procesos,** como ser el empleo de mejores máquinas de vacío, playas de faena más adecuadas (sistema neocelandés), mejorar el desosado, etc.
6. **Tecnificar pesadas y romaneos de producto final,** incorporando el uso de etiquetas y códigos de barra.
7. **Mejora en la planificación,** de las compras y momentos de faena, para evitar problemas de sobreestadía en corrales.
8. **Mayor esfuerzo para añadir valor,** en la presentación y envase de los productos, para llegar directo al supermercado. Como ejemplo, se citó el uso de cajitas con kits para exportar a Brasil e Israel.

### 2.3.3.3.5. Resumen de las Entrevistas a Industriales de la Carne

A manera de resumen, se presentan los puntos más relevantes percibidos como problemas y los desafíos para el futuro (Cuadro 8).

### 2.3.3.4. Resultados de las Entrevistas a Procesadores del Cuero

#### 2.3.3.4.1. Abastecimiento y Comercialización

Entre los agentes entrevistados dentro del "eslabón" procesadores del cuero se encuentran curtiembres propiamente dichas, barracas de acopio, procesadores intermediarios y empresas del ramo de la confección de prendas de vestir que utilizan el cuero ovino como su principal materia prima. En general, entre el frigorífico y la curtiembre aparece la figura del acopiador o del procesador intermediario que compran al barrer los cueros procedentes de la faena ovina, los clasifican, los conservan y los venden a curtiembres, o a otras barracas del medio local o directamente a importadores del exterior.

En tanto, algunos de los operadores entrevistados manifestaron que abastecen al mercado local y exportan directamente en una proporción del 50% y 50%, otros simple-



mente exportan el 100% de los cueros que adquieren frescos a los frigoríficos. A su vez, los procesadores locales también exportan en proporciones que llegan en algunos casos al 100% de su producción, ya sea como prendas o como cueros curtidos. Algunos de los operadores entrevistados aseguraron que "no existe industria nacional que pueda absorber el 100% del cuero ovino", por lo que se necesita la exportación.

Por lo general, las grandes barracas de acopio compran al barrer el 100% de los cueros de una faena, mediante la modalidad de compra directa al frigorífico. El abastecimiento desde barracas del interior, que a su vez adquieren los cueros de predios rurales representa una proporción menor para los acopiadores más importantes, no superando el 20% en el mejor de los casos.

Algunos frigoríficos tienen convenios o acuerdos especiales con barracas o intermediarios, algunos de los cuales son meramente servicios de recolección e intermediación, lo cual les permite "desentenderse" de la comercialización de los cueros ovinos. Esto le permite al acopiador intermediario establecer una relación de afinidad con el frigorífico que hace que estos últimos se muestren más receptivos a las necesidades y requerimientos planteados por aquel.

Los precios de los cueros dependen de la oferta y demanda, fundamentalmente la del mercado internacional. El cuero se clasifica por categoría, tamaño y altura de lana, y dependiendo de ello actualmente se paga entre U\$S 1,60 y U\$S 2,00.

El cuero se compra por pieza y se vende por pie (el cuero uruguayo tiene un pietaje chico). Algunos procesadores del cuero se quejaron que "a veces hay problemas con la clasificación ya que vienen animales identificados como Cordero Pesado y que en realidad no lo son".

La demanda de ovinos (por lana y carne) determina el tipo de animal que se faena y por lo tanto el tipo de cuero que se obtiene. El cuero es claramente un subproducto y en determinados momentos puede haber demanda o no haberla.

### 2.3.3.4.2. Principales Problemas Detectados

#### 2.3.3.4.2.1. Problemas en el cuereado.

Lo ideal sería sacar el cuero a mano y usar máquina lo menos posible, lo cual obviamente no sería posible. A los frigoríficos se les pide que extremen los cuidados en ese sentido. Específicamente, los dos aspectos críticos a juicio de la industria del cuero son el control de la *tensión de la máquina arrancadora*, para que el cuero no se rasgue y la *temperatura ambiente*. Como se remarca más adelante, durante el verano se aumenta el número de camiones para sacar los cueros del frigorífico lo antes posible. De todos modos no se reciben prácticamente reclamos por temas de conservación.

**2.3.3.4.2.2. Problemas durante el transporte.** El cuero fresco que sale de los frigoríficos se transporta por camión a la barraca. Cada camión carga alrededor de 600 cueros por viaje. Pueden existir problemas de demora en el transporte que afecten la conservación de los cueros. Lo ideal es que la distancia a recorrer desde el frigorífico y por ende el tiempo que el cuero pasa arriba del camión, no sea excesiva, sobre todo en los meses de verano; de no tomarse las precauciones correspondientes toda la carga puede echarse a perder rápidamente.

**2.3.3.4.2.3. Problemas con el producto.** El cuero se compra fresco y se sala. Los voceros de la Industria del cuero insistieron acerca de la importancia que tiene la limpieza y el estado del cuero; "el cuero tiene que venir entero -advierten- (...) con la menor cantidad de sangre y/o suciedad (que no venga arrollado)". A menudo los procesadores encuentran problemas debido al mojado de los cueros, a los daños por picanas, al uso de desensibilizador sobre la cruz del animal, a las marcas de esquila y a la flechilla.

La mayoría de los compradores de cuero tienen un clasificador en planta y hacen un muestreo estadístico de la faena. No se clasifica por el grado de suciedad. Los cueros se clasifican por categoría en: cordero, borrego y capón/oveja. Por altura de lana se clasifican en:

Cuadro 8. Industriales de la Carne: Identificación de problemas del producto, Cadena Crnica y desafíos de la misma.

<b>Industriales de la Carne (Frigoríficos)</b>	
<b>Problemas con el Producto</b>	<b>Problemas en la Cadena Cárnica</b>
<p><i>Al nivel de corrales de espera y playa de faena</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia de barro y heces (asociado al uso de camiones con doble piso y exceso de lana en los animales)</li> <li>• Presencia de flechilla (grave en el verano)</li> <li>• Cicatrices en los cueros (provocadas por heridas en la esquila, etc.; desvaloriza los cueros)</li> <li>• Dificultades en el cuereado (particularmente asociadas a machos enteros, deshidratación y arrugas)</li> <li>• Tiempos de espera excesivos y corrales inadecuados (construidos para bovinos)</li> </ul> <p><i>Al nivel de cámaras y desosado</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cámaras inadecuadas (orientadas especialmente para uso con bovinos)</li> <li>• Presencia de agentes extraños (potencial riesgo de contaminación del producto)</li> <li>• Exceso o carencia de grasa de cobertura</li> <li>• Presencia de flechilla (grave en el verano)</li> <li>• Heterogeneidad de cortes</li> <li>• Bajo rendimiento de carne al desosado</li> <li>• Falta de personal especializado e instrumental adecuado (en algunos casos)</li> </ul>	<p><i>Hacia el mercado interno</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo de carne ovina es zafral en los centros urbanos (cordero para las fechas festivas de fin de año)</li> <li>• <i>Mercado testimonial</i> (escaso volumen), saturado y sin posibilidades de desarrollo</li> <li>• Gran consumo de carne ovina (interior rural y pueblos) no pasa por los frigoríficos</li> </ul> <p><i>Hacia el mercado externo</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Condición sanitaria (fundamental para el acceso al mercado internacional): cortes valiosos son con hueso (única justificación de la existencia del producto "Cordero Pesado")</li> <li>• Escaso volumen (pero se considera que la calidad del cordero uruguayo es excelente)</li> <li>• Exportaciones zafrales (Navidad y Pascuas), a excepción de los cortes de mayor valor</li> </ul>
<b>Desafíos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Superación del actual estado sanitario para lograr exportar carne con hueso; "es la única salida"</li> <li>• Aumento de los niveles de procreo y extracción</li> <li>• Mayor cuidado de los animales en la esquila</li> <li>• Mejora del manejo para minimizar la presencia de agentes extraños (potenciales contaminantes)</li> <li>• Mejora de la calidad y uniformidad de los animales para faena</li> <li>• Mejora de procesos de faena</li> <li>• Mejora de la eficiencia del desosado</li> <li>• Obtención de "alimentos funcionales" (fáciles de preparar)</li> <li>• Mayor valor agregado y mejor presentación</li> </ul>	

- Pelado (sin lana)
- Tronquito (alrededor de 15 mm, no llegando a la altura requerida para la confección de prendas de *gamulán*)
- Tronco (A partir de 18 mm, ideal para el uso que se le da)
- Cuarta (Dentro de la altura ideal)
- Media (Dependiendo del valor de a lana o del cuero, se justificará la esquilada)
- Tres cuartas
- Entero

Para trabajar el cuero para *napa* se necesitan razas de lanas más gruesas que las criadas normalmente en el país. A mayor finura de la lana menor será la calidad del cuero pelado. Las razas "caras moras" dan cueros de mayor calidad para *napa* que el Merino e incluso el Corriedale. Por esta razón, los cueros uruguayos terminan en *gamulán*. Por otra parte, aún dentro de la línea del *gamulán* los cueros uruguayos se ubican en una categoría de baja calidad, ya que la gran mayoría de nuestra lana tampoco tiene la finura necesaria para el *gamulán* fino, para lo cual se precisan razas como Merino fino. En el mundo se sabe que

Uruguay provee cueros de *gamulán* de baja calidad, ya que a los problemas de finura de la lana se suma el hecho conocido de que tiene muchos defectos como la flechilla, picaduras, problemas de raza, etc., que también impiden trabajarlo para la producción de *napas* o *gamulanes* finos.

En efecto, algunos procesadores que evaluaron la posibilidad de trabajar el cuero ovino y viajaron a países como Nueva Zelanda para estudiar el tema y ver como se operaba allí, llegaron a la conclusión que en Uruguay era inviable trabajar el cuero pelado sin lana (*napa*), que era lo que se pretendía, debido a los defectos que presenta; "en Uruguay solo se puede trabajar el cuero con lana (*gamulán*) pero sin mayor calidad", concluyeron.

A modo de resumen, los principales problemas identificados en el producto, sin que el orden de presentación signifique grado de importancia, pueden citarse:

1. **Presencia de flechilla.** Es el mayor problema del cuero ovino en el Uruguay. Según los procesadores del cuero, los cueros ovinos uruguayos, por el solo hecho de provenir de un país con flechilla, se cotizan "desde el vamos" por debajo de los procedentes de países como Chile, libres del problema originado por el fruto de estas gramíneas, independientemente de cualquier otra consideración de calidad.
2. **Grosor de lana inadecuado.** El cuero ovino uruguayo no tiene finura suficiente (ni en más ni en menos) para la fabricación de productos de calidad como *napa* o *gamulán*, debiendo contentarse los industriales del cuero con la manufactura de productos de calidad media a inferior, que se conoce como *napalán*.
3. **Daños por roturas, rayones y marcas,** causadas por la esquila, espinas, vacunas, etc. En cuanto a la esquila, se requieren 30-40 días para que cicatricen las heridas en el cuero. Según apuntó una de las personas entrevistadas, "el cuero ovino uruguayo no es muy bueno pero lo estropean bastante los que lo manejan".
4. **Inconsistencia del producto,** por la categoría y heterogeneidad de los animales

faenados y por la altura de lana. Lo ideal sería que el 100% de los cueros fueran de clase "tronco" y la discusión es siempre relativa a los días transcurridos desde la esquila hasta la faena.

#### 2.3.3.4.2.4. Problemas con los mercados.

Uno de los operadores entrevistados admitió que actualmente "los impuestos de exportación disminuyeron, por lo que esto no es un impedimento". El mayor problema en torno a los mercados es el volumen (cantidad). Otro de los entrevistados enfatizó: "Hay que estar preparados para hacer volumen. Los mercados mundiales exigen cantidad. (...) hoy (en el Uruguay) no existe oferta".

#### 2.3.3.4.3. Recomendaciones al sector primario y a la industria frigorífica

Cuando se les consultó acerca de las recomendaciones a los productores ovinos y a la industria frigorífica, todos los entrevistados coincidieron en señalar como puntos críticos sobre los que se debería actuar a la esquila y al proceso de cuereado en la planta de faena. No debería descuidarse de todas formas, toda la etapa de producción primaria, como ser el propio cuidado del animal.

#### 2.3.3.4.4. Desafíos y Oportunidades para el Futuro

Entre los aspectos claves para enfrentar con éxito los desafíos y oportunidades para el futuro, se citaron los siguientes, sin establecer un orden de importancia:

1. **Combate a la competencia desleal.** Al respecto se puntualizó que Uruguay no ha tenido buena fama en el mundo, con relación a los cueros ovinos, pero que lo más grave ha sido que "alguna gente hizo mucho daño exportando productos malos como si fueran buenos. El cuero ovino uruguayo no es de gran calidad, es malo, pero la fama es peor".
2. **Exigencia de una estandarización en los tiempos de esquila,** como un primer paso para lograr homogeneizar el producto.

3. **Combate a la flechilla.** El cordero "punta natural"<sup>4</sup> vale menos de la mitad del valor (60% menos) por la flechilla, por lo que este es un aspecto en que toda la Cadena debería involucrarse en la solución.
4. **Regularización de la oferta.** Actualmente hay gran dificultad de establecer programas de trabajo cuando no existe seguridad en los programas de faena.
5. **Logro de un "nombre" en el exterior.** Esto es algo que varios empresarios consideran fundamental para contrarrestar la mala fama de los cueros uruguayos.

#### 2.3.3.4.5. Resumen de las Entrevistas a Procesadores del Cuero

Amanera de resumen, se presentan los puntos más relevantes percibidos como problemas y los desafíos para el futuro (Cuadro 9).

#### 2.3.3.5. Resultados de las Entrevistas a Distribuidores de Carne

##### 2.3.3.5.1. Abastecimiento y Comercialización

El abastecimiento del mercado interno de carne ovina se realiza través de los mismos distribuidores de carne vacuna que compran los productos en forma directa a los frigoríficos. Por lo general, trabajan en forma independiente, aunque se intenta siempre establecer relaciones comerciales duraderas con dos o tres frigoríficos, como máximo.

En el caso de los frigoríficos netamente exportadores, la comercialización de carne ovina para el abasto interno se limita a los sobrantes de exportación. Solamente para el caso del cordero de fin de año existía una demanda definida. Los precios manejados son los de exportación, lo que sumado a la actual escasez de oferta ha hecho de que actualmente los precios manejados para la carne ovina sean prácticamente inaccesibles para una gran parte del público local.

En el mercado interno el producto de venta es el cordero fundamentalmente. Algunos distribuidores señalaron que en determinados barrios y en determinadas zonas de Montevideo

se estila comercializar algunos otros cortes diferentes, tal el caso del corte motoneta en la periferia. "El frigorífico faena y nosotros intentamos colocar la carne", comentó uno de los entrevistados. "Cuando hay rechazo va para atrás, aunque con los corderos no hay mayor problema. El Cordero Pesado tiene muy claras sus especificaciones".

##### 2.3.3.5.2. Principales Productos Detectados

**2.3.3.5.2.1. Problemas durante el transporte.** Todos los distribuidores consultados tienen su propia flota de camiones térmicos, con equipo de frío. Cuando surge la necesidad se alquilan camiones adicionales. En ninguno de los casos se estima que existan problemas debido al transporte. En invierno, los camiones no llevan el equipo de frío prendido pero en verano sí. Sobre este punto resulta ilustrativo transcribir la opinión de un importante operador del ramo: "El tema del manejo de la carne no tiene drama. A los camiones por supuesto hay que hacerlos rendir al máximo entonces se cargan las cajitas y medias reses o cuartos y luego hay que bajarlas y dejarlas en cada lugar; es inevitable que se abran las puertas durante el transporte".

**2.3.3.5.2.2. Problemas con el producto.** En lo que hace a la calidad de la carne ovina, se estima que tal vez el problema mayor sea la heterogeneidad en los pesos y tamaños, y en cobertura de grasa. No obstante, con el Cordero Pesado, muchas de esas cosas se han corregido, a juicio de los distribuidores.

Un agente comentó que en algunos mataderos hay otro problema relativamente importante y que afecta igualmente a la carne vacuna y ovina. "En las plantas chicas no se enfrían los cortes lo suficiente y se arden", se argumenta. "Le dan un frío muy rápido y se enfría por afuera, y esa capa de carne dura no deja entrar el frío al interior de la carne. Ese es el tema de meter y sacar cuando las cámaras son chicas".

**2.3.3.5.2.3. Problemas en la Cadena.** Los distribuidores consultados coincidieron en que la carne ovina tuvo un buen suceso pero que actualmente el problema principal

<sup>4</sup> Cuero de un cordero que tiene la lana de nacimiento, es decir, que nunca fue esquilado

es su precio elevado. De todos modos, se aclaró que en definitiva la carne ovina nunca estuvo bien implantada en el mercado interno; "hace años que (...) hicimos una exhibición de cortes que presentamos a todos los carniceros de la zona. Se (prepararon y) se sirvieron los cortes australianos. El corte ovino se impuso por precio: la motoneta, el asadito de ovino". Se estima que actualmente los precios están fuera de mercado.

Además del tema precio, se reconoce que hay otros factores que explican el bajo consumo histórico de carne ovina en el mercado interno. Por un lado se invoca un tema de presentación y falta de variedad en los productos disponibles. "El uruguayo no está acostumbrado a cocinar carne ovina", explica un operador. Tradicionalmente, se compra el cordero entero para hacerlo a las brasas o al horno. También habría una percepción con respecto al tema salud, ya que mucha gente asocia el cordero como causa de problemas hepáticos, según la opinión de un informante con mucha experiencia.

Uno de los entrevistados no atribuyó el problema a un tema de abastecimiento. "Nosotros (...) podemos tener bastante cordero. Hay cantidad pero es un tema de precio. Ni la motoneta está en precio porque (actualmente) la paleta se exporta. Queda el asadito, la aguja (a veces porque también va para el exterior)". Algunos operadores consideran que si la carne ovina tuviera un precio razonable se vendería en el mercado interno. Estiman que productos como la aguja o el cogote ovino tendrían mercado. "No hay lo que no se consume", se argumenta.

En el segmento de la gastronomía se especula que ocurre lo mismo y que hoy los precios son los responsables de la gran contracción observada en el consumo. "En esto juega la exportación", concluye uno de los distribuidores consultados. "Hoy que no hay stock suficiente, se tranca el mercado exterior".

**2.3.3.5.3. Recomendaciones a la Industria**

Ninguno de los distribuidores entrevistados creyó oportuno realizar recomendaciones a la

Cuadro 9. Procesadores del Cuero: Identificación de problemas del producto, Cadena Crnica y desafíos de la misma.

<b>Procesadores del Cuero</b>	
<b><i>Problemas con el Producto</i></b>	<b><i>Problemas en la Cadena Cárnica</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia de flechilla</li> <li>• Presencia de callos en el cuero (asociados a cicatrices)</li> <li>• Mojado del cuero</li> <li>• Presencia de cueros marcados en las costillas</li> <li>• Cuero uruguayo no es adecuado para:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Napa (pelado), donde se requieren cueros de razas de lana gruesa</li> <li>▪ Gamulán (con lana), donde requieren cueros de razas de lana fina</li> </ul> </li> <li>• Heterogeneidad en el largo de la lana</li> <li>• Presencia de lunares (negros y/o marrones) en los cueros (en los últimos años)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volumen insuficiente para exportar (actualmente se registra muy baja faena)</li> <li>• Manejo inadecuado a nivel de productor (esquila) y a nivel de frigorífico (cuereado)</li> <li>• Competencia desleal</li> <li>• Heterogeneidad de los animales</li> </ul>
<b><i>Desafíos</i></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la calidad para obtener un mejor producto:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Control de la flechilla</li> <li>▪ Mejor control del proceso de cuereado en la planta frigorífica</li> <li>▪ Mejor control de la temperatura y los tiempos de faena y entrega de los cueros</li> <li>▪ Mejora de la conservación de cueros en las estancias (desgrasar, estaquear, secar y no dejar a la intemperie)</li> <li>▪ Estandarización de la esquila (tiempos mínimos para embarcar)</li> <li>▪ Interés en que opere un control oficial de calidad</li> </ul> </li> </ul>	

Industria. Incluso algunos de ellos manifestaron su conformidad acerca del relacionamiento que mantienen con la misma, agregando que su opinión es tenida en cuenta por los frigoríficos con los cuales trabajan normalmente. Sin embargo, uno de las personas entrevistadas sugirió que la industria frigorífica debería defender un poco más al carnicero minorista.

#### 2.3.3.5.4. Desafíos y Oportunidades para el Futuro

El desafío que hoy los distribuidores visualizan en el corto plazo es tratar de "mantenerse" y superar la etapa de recesión por la que atraviesa la economía uruguaya: " (...) todos tenemos la esperanza de que esto sea un temporal y que amaine. Todos nos queremos mantener".

Una de las amenazas que se identifican actualmente, agudizada por las dificultades económicas del país es el aumento observado en los niveles de *faena clandestina*. Algunos operadores se quejaron amargamente que actualmente la faena clandestina "es tremenda dentro de Montevideo y fuera de Montevideo". Están vendiendo carne puerta por puerta. Muchos carniceros dan de baja la carnicería y siguen trabajando pero con carne clandestina. Se sugirió, además, de que al tratarse de un problema social, se lo ignora con mucha frecuencia.

Fuera de esta situación, algunos operadores manifestaron que uno de los desafíos consiste en hacer promoción de carnes rojas. En forma un tanto gráfica, uno de los entrevistados señaló que "no nos podemos dejar comer por la carne de pollo y de cerdo". El referido operador expresó que muchos carniceros estaban dispuestos a trabajar en conjunto para fomentar el consumo de carne. "Hay muchos carniceros que nos han dicho que ellos están dispuestos a que, ese 0,7% que aportan de las ventas a INAC, de repente aumentarlo un poquito, si ellos (...) comprueban que (se va) a gastar en publicidad. No está mal, porque no nos podemos dormir en los laureles".

#### 2.3.3.5.5. Resumen de las Entrevistas a Distribuidores de Carne

Amanera de resumen, se presentan los puntos más relevantes percibidos como problemas

y los desafíos para el futuro (Cuadro 10).

#### 2.3.3.6. Resultados de las Entrevistas a los Operadores de Mercado (Brokers)

##### 2.3.3.6.1. Abastecimiento y Comercialización

Del lado de la demanda, los clientes de un operador de mercado o *broker*, son los importadores en los países de destino. Estos importadores distribuyen o hacen a su vez de intermediarios con el sector mayorista. Del lado de la oferta, mientras tanto, los clientes son fundamentalmente los frigoríficos exportadores.

El *broker* es en sí mismo, un intermediario que permite juntar las dos vertientes que componen el mercado, la oferta y la demanda. El valor agregado que proporcionan es la información y su conocimiento del funcionamiento de ese mercado, facilitando el establecimiento de corrientes comerciales que de otra forma no se producirían o en todo caso lo harían en forma ineficiente.

En el Uruguay, las empresas frigoríficas son pequeñas si se las compara con las de otros países y por tanto carecen de infraestructura para la gestión de las ventas al exterior. Les resulta de esa manera más fácil y barato exportar a través de un operador de mercado, antes que hacerlo directamente.

En lo que tiene que ver con las características de los productos demandados, para la carne ovina se aplican básicamente los mismos conceptos que para el de carne vacuna. Se busca preferentemente carne proveniente de animales jóvenes, cuya carne es naturalmente de color claro y la grasa es blanca. No gusta el exceso de grasa sino solo una buena cobertura, con un tamaño medio de cortes. Existen especificaciones para todos los mercados y, aparte de características de calidad como color, tamaño, calibre y peso de cortes, abarcan aspectos tales como presentación, envasado y etiquetado del producto.

Entre los productos de carne ovina exportados, al nivel de cortes enfriados, se destacan las piernas, bifes y lomos sin hueso. A modo de ejemplo, los cortes ovinos a Alemania deben ser enfriados, sin hueso, en su proporción

natural estándar, provenientes de corderos de buena conformación y con pH máximo de 5,9. Para el caso de las piernas, se utiliza el corte denominado "tunnel boned" sin garrón, con cuadril. Se envían en cajas de aproximadamente 10 kg de peso neto, una por bolsa, clasificadas en dos categorías: hasta 1,8 kg y entre 1,8 y 2,3 kg. Por otro lado, el bife (ancho y angosto) se vende sin piel y sin cordón, mientras que el lomo va bien desgrasado. Tanto bifes como lomos se empaacan en cajas de 10 kg netos, en bolsas individuales de un kilo.

Los distintos operadores de mercado realizan inspecciones de los productos en varias formas, aunque se destacan las inspecciones en las etapas de pre-producción (cuando se trata de compras a un nuevo proveedor), producción (por ejemplo, se inspecciona un turno de desosado para ver si se verifica el cumplimiento con el padrón establecido y con el *packing* requerido) y finalmente al momento del embarque, donde se verifica el cumplimiento de todas los requisitos de etiquetado, contra-marca, controles de temperatura y condiciones de higiene del medio de transporte (contenedor o LD3). La demanda por carne ovina desde el exterior varía en función de la época del año. Existe una demanda estacional que está estrechamente ligada el mercado de destino. Por ejemplo, existe una alta demanda para Europa a partir de unos veinte días previos a las festividades de fin de año y de Pascuas, en tanto que para el resto del año la demanda se mantiene en un nivel medio. El mercado argentino muestra una alta demanda hacia fin de año, mientras que para el resto del mismo

es prácticamente nula. Finalmente, Brasil es un alto demandante de carne ovina durante todo el año.

**2.3.3.6.2. Principales Problemas Detectados**

**2.3.3.6.2.1. Problemas durante el transporte.** Al igual que con la carne bovina, la casi totalidad del transporte de carne exportada se realiza por barco, ya sea en contenedores o en bodega. Al respecto, los operadores consultados aseguraron nunca haber detectado problemas por el transporte internacional.

**2.3.3.6.2.2. Problemas con el producto.** Los operadores destacaron que el problema de heterogeneidad y desuniformidad de los animales es probablemente más serio que en vacunos; "el frigorífico compra majadas donde puede, según los precios, (...) entonces recibe animales de diferentes edades, de diferentes razas, en diferente estado, de diferentes zonas del país, (siendo) entonces imposible hacer un producto homogéneo". "A partir del Operativo Cordero Pesado eso se mejoró mucho -acotó uno de los entrevistados- pero apareció otro problema, que es cuando se busca el Cordero Liviano, con no más de 12 kg de peso de canal. Acá los corderos llegan a alrededor de 18 kg de canal. Son enormes, aunque sean aún corderos. El mercado europeo mediterráneo quiere una pierna de menos de alrededor de 1,8 kg y las paletas de menos de un kg". Los operadores consultados admiten que lograr esto es muy difícil para Uruguay. En forma adicional resulta casi imposible competir con Nueva Zelanda, "que por un lado tiene una

Cuadro 10. Distribuidores de Carne: Identificación de problemas del producto, Cadena Crnica y desafíos de la misma.

<b>Distribuidores de Carne</b>	
<b>Problemas con el Producto</b>	<b>Problemas en la Cadena Cárnica</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Heterogeneidad en pesos y tamaños de canales y/o cortes (no en el caso del producto "Cordero Pesado")</li> <li>Grasa de cobertura en exceso o insuficiente (no en el caso del producto "Cordero Pesado")</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alto precio de la carne ovina</li> <li>Bajo consumo registrado en el mercado interno debido a factores de tipo cultural</li> <li>Problemas de frío en el caso de los mataderos pequeños</li> <li>Cortes de bajo valor no generan márgenes atractivos</li> </ul>
<b>Desafíos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mayor esfuerzo en la promoción de las carnes rojas</li> <li>Control de la faena clandestina</li> <li>Mayor consideración hacia los carniceros por parte de la industria frigorífica</li> </ul>	

cuota ovina monstruosa comparada con la nuestra y por otro, los animales parecen clonados, son todos idénticos".

A manera de resumen, el listado de problemas identificados por los operadores a nivel del mercado internacional, incluiría los siguientes:

- Calibre (fuera de los porcentajes acordados).
- Falta o exceso de grasa de cobertura.
- Faltantes de cajas en destino.
- Pérdidas de vacío en productos enfriados.
- Embarques reducidos, donde no se cumple con el volumen acordado.
- Embarques fuera de fecha.

**2.3.3.6.2.3. Problemas en la Cadena y en los mercados.** En cuanto a los problemas en el ámbito de la Cadena, algunos operadores hicieron mención a los siguientes:

- Falta de producto.
- Oferta irregular a lo largo del año.
- Garantías de cumplimiento.

En general, los *brokers* opinan que en el caso de los ovinos, al igual que en el caso de los vacunos, la falta de volúmenes significativos nos impiden competir con países como Australia o Nueva Zelanda en los mercados árabes, por ejemplo. Pero hay coincidencias de que si se puede hacer un producto diferenciado, de calidad, con buena presentación, se podría competir sin problemas con cualquiera; "Uruguay precisaría aumentar su cupo ovino para Europa, actualmente ubicado en las 6 mil toneladas (contra 200 mil de Nueva Zelanda; no hay proporción)". Se estima que "hay mucho espacio para hacer corderos en forma de canal; pero los frigoríficos, como disponen de poca cuota, no la quieren aplicar para canales", concluyó uno de los informantes calificados.

Por otro lado, se estima que Brasil es un mercado muy bueno para todos los pesos y calidades, que cuando se recupere el estado sanitario, se podrá exportar la carne con hueso y será muy atractivo; "hay mucho espacio para cortes finos en San Pablo, para delanteros en

el Sur, para capones en el Nordeste", agregó el mismo agente, recordando que "también en Estados Unidos se estaba desarrollando un mercado cuando se cerró por la aparición de la aftosa". Otro problema identificado es que la producción es muy zafra, por lo que "en 2 ó 3 meses hay que hacer la cuota".

En definitiva, la conclusión general es que el ovino tiene su espacio en todos los mercados. Una limitante, sin embargo, es la falta de razas carniceras. Como apuntó uno de los operadores consultados "(...) como criamos básicamente Corriedale, doble propósito, (que) no es una raza especializada, dependemos del precio de la lana, (el cual) si sube afecta las faenas, etc. Tal vez sea lo único aplicable al Uruguay, pero hablando en términos de carne, corremos con desventaja contra los (países) que crían razas solo carniceras".

### **2.3.3.6.3. Recomendaciones a la Industria**

Uno de los entrevistados consideró que no había muchas recomendaciones para hacerle a la industria frigorífica, debido a que la verdadera limitante es la oferta al nivel del sector primario y no precisamente la demanda. "En Uruguay se ha logrado una presentación muy buena (...), hablando de los 3 cortes del trasero y del *frenched rack*". Hay consenso en que la presentación de la carne ovina uruguaya de exportación "no tiene nada que envidiarle a la neocelandesa o chilena, por ejemplo".

Sin perjuicio de ellos, se admite en forma genérica y al igual que para la carne vacuna, la industria debería concentrarse en dos aspectos:

**Invertir en hacer la marca.** Los compradores de otro país reconocen que la carne uruguaya es buena y es barata, pero se necesita "imponer" la marca país que identifique claramente a la carne uruguaya.

**Conquistar clientes regulares.** "Los frigoríficos necesitan pocos compradores pero buenos", lo que apunta al establecimiento de verdaderas corrientes comerciales.



#### 2.3.3.6.4. Desafíos y Oportunidades para el Futuro

El primer desafío planteado es el aumento del volumen sin afectar la calidad, a los efectos de lograr una presencia regular en los mercados internacionales. Como temas concretos a encarar, los operadores de mercado sugieren trabajar en los siguientes puntos:

- Recuperar el estatus sanitario que nos permita acceder a todos los mercados.
- Intentar por todas las vías aumentar el cupo ovino para Europa.
- Promover la carne ovina uruguaya en todos los mercados posibles, donde hay menor competencia que en el vacuno y mucho espacio para crecer.

Finalmente, uno de los operadores arriesgó opinión en el sentido de que la integración vertical (industria/productores) que se ha verificado por ejemplo en el sector avícola debería ser la realidad de la producción ovina.

#### 2.3.3.6.5. Resumen de las Entrevistas a Operadores de Mercado

A manera de resumen, se presentan los puntos más relevantes percibidos como problemas y los desafíos para el futuro (Cuadro 11).

#### 2.3.3.7. Resultados de las Entrevistas a Carniceros

##### 2.3.3.7.1. Abastecimiento y Comercialización

Tradicionalmente existieron muchos distribuidores y abastecedores de carne para el mercado interno. Actualmente cobra fuerza la compra directa a los frigoríficos y hoy en día algunas carnicerías compran el 100% de la mercadería directamente a los frigoríficos. Los distribuidores siguen siendo importantes en el caso de los frigoríficos exportadores que realizan abasto de una manera más ocasional aunque también se les compra directamente, en ocasiones, cortes de excedentes de exportación. Voceros de las gremiales que nuclean a los carniceros estimaron que la venta directa es hoy ampliamente mayoritaria (90% de las compras de carne de las carnicerías), quedando

una pequeña cuota de *façon*, por parte de algunos carniceros.

Los carniceros son tomadores de precio. El precio de compra lo manejan los frigoríficos. Los entrevistados coincidieron en que existe poca variación de precio entre frigoríficos para un mismo producto. El precio sí es diferente según la categoría (Cordero Liviano, Cordero Pesado, oveja, capón).

A ese precio que fijan los frigoríficos se intenta marcarle un porcentaje de ganancia para "poder tener abiertas nuestras puertas y que quede una ganancia (...) para poder sobrevivir". Los carniceros entrevistados indicaron que la determinación del precio de venta es flexible, no existiendo un margen fijo. Por otra parte, en los distintos barrios de Montevideo la carne se cobra diferente; "no se puede establecer un margen fijo pues los comerciantes saben que en algunas zonas pueden remarcar un 20% pero en otras no", acotó uno de los informantes. Los márgenes son siempre diferentes, según cada zona y cada carnicero.

En términos generales, cada comercio tendió siempre a especializarse en determinados tipos de cliente, si bien en la actualidad se trata de ampliar el espectro lo más posible. En el caso de la carne ovina y específicamente en lo que se refiere al cordero, el consumidor pertenece a un público de nivel socioeconómico medio a medio-alto, ya que se trata de un producto de primera calidad. El cordero que se vende en carnicerías es el de 8 a 12 kg de peso de canal y es por el cual existe demanda. "Funciona mucho mejor que el de 12 a 14 kg", explicó durante la entrevista un carnicero, mientras acotaba que "la gente no quiere el Cordero Pesado porque cree que es un animal más viejo". En ese sentido, los carniceros consultados denunciaron la enorme falta de información a nivel de consumidor, que "cree que el Cordero Pesado es un capón y en realidad no es así". A su vez, es importante que no tenga exceso de grasa ya que la gente la rechaza totalmente.

El representante de una de las gremiales consultadas señaló que normalmente la venta de ovinos en la carnicería se componía, en un 70% por cortes delanteros (de borrego, capones, ovejas), mientras que el 30% restante

correspondía a corderos. El gran problema, a juicio de los entrevistados, es la discontinuidad en el abastecimiento de carne ovina. Al respecto uno de ellos expresó: "No se logra disponer de la misma y por lo tanto ofrecerle carne ovina al cliente durante todo el año". El precio parece ser un determinante fundamental y los carniceros estiman que para vender bien el delantero ovino el precio debe ser similar al de la falda y pecho vacuno. Se observó que la carne vacuna, a pesar de haber aumentado el precio, sigue siendo barata, por eso no se consume carne ovina. Se estima que la venta de corderos bajó en un 30% el año pasado en las fiestas, debido fundamentalmente al alto precio que tenía y al deterioro del poder adquisitivo de la población. Adicionalmente, parece haber un componente "zonal" en la determinación del consumo de carne ovina; "hay zonas donde solo se vende cordero" - apuntó uno de los informantes. "Hay zonas, por ejemplo Pocitos o el Centro, en las que el *corte australiano* camina, pero ese no es el caso de la periferia". De acuerdo a los informantes entrevistados, en la periferia, lo más requerido son las *motonetas*, si tienen un precio adecuado. La *motoneta* y el *corte australiano* serían productos para dos públicos diferentes, parece ser la conclusión al respecto.

En lo que se refiere a las especificaciones de los productos, los carniceros consultados explicaron que "se revisa y se pesan las canales cuando llegan a la carnicería. Se observa también el tema de cobertura de grasa, que no haya en exceso". Como fuera comentado anteriormente, las especificaciones son variables y dependen de la zona. Pero, como admitió uno de los informantes, "de todos modos, cuando escasea el producto no se puede ser exigente".

### 2.3.3.7.2. Principales Problemas Detectados

**2.3.3.7.2.1. Problemas durante el transporte de la mercadería.** El transporte de la carne desde el frigorífico a la carnicería se hace en los camiones refrigerados, ya sea propiedad de éstos o de los distribuidores que trabajan para los primeros. A juicio de los carniceros, cuando se trata de los camiones de los propios frigoríficos no hay problemas con el transporte. Cuando se trata de camiones de distribuidores es donde a veces se observan más inconvenientes, aunque se advierte que generalmente los mismos son de poca entidad.

Cuadro 11. Operadores de Mercado: Identificación de problemas del producto, Cadena Crnica y desafíos de la misma.

Operadores de Mercado ( <i>Brokers</i> )	
<p><b>Problemas con el Producto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Heterogeneidad en los cortes</li> <li>• Falta o exceso de grasa de cobertura</li> <li>• Exceso de peso y/o tamaño para algunos mercados (ej.: Europa mediterránea demanda canales de 12 kg)</li> <li>• Pérdidas de vacío en el producto enriado</li> </ul>	<p><b>Problemas en la Cadena Cárnica</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción muy sazonal (falta oferta regular durante todo el año)</li> <li>• Falta de variedad en la oferta de productos</li> <li>• Difícil competir en el mercado internacional por una cuestión de volumen</li> <li>• Escasas garantías de cumplimiento (falta volumen)</li> <li>• Dependencia del precio de la lana</li> <li>• Embarques pequeños (no se cumple con el volumen acordado)</li> <li>• Embarque fuera de fecha</li> </ul>
<p><b>Desafíos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento del volumen manteniendo los estándares actuales de calidad, con una oferta regular</li> <li>• Recuperación del estado sanitario de "país libre de aftosa sin vacunación"</li> <li>• Aumento del cupo ovino para Europa</li> <li>• Mejora de la integración vertical (industria / productores)</li> <li>• Promoción de la carne ovina en el exterior: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Invertir en "hacer la marca uruguaya"</li> <li>▪ Conquistar clientes regulares</li> </ul> </li> </ul>	

Los problemas observados tienen que ver fundamentalmente con el mantenimiento de la cadena de frío. Al respecto se considera que son notorias las diferencias en la carne que es entregada en las primeras horas de la mañana, con la que se entrega cerca del mediodía. Por esta razón, independientemente de que se trate de carne bovina u ovina, los carniceros insisten en que las entregas se hagan a primera hora de la mañana, pues aún si los camiones tienen equipos de frío, van a tener las puertas abiertas por 15 o 20 minutos en cada parada, con lo que ingresa el aire a temperatura ambiente e interrumpe la cadena de frío.

**2.3.3.7.2.2. Problemas en la Cadena y los mercados.** A juicio de los carniceros los problemas principales de la carne ovina se reducen a dos puntos estrechamente relacionados entre sí, es decir la falta de continuidad en el abastecimiento (los frigoríficos no proveen continuamente), a lo que actualmente se suman los altos precios.

Se estima que la oferta tiene que ser permanente y que el precio de la *motoneta*, para venderse, tiene que estar a menor precio que el asado. La gente prefiere el asado vacuno, porque rinde más. Se argumenta que cuando hay una exportación y queda el corte *motoneta*, si los frigoríficos lo ofrecen a un precio que esté al alcance de la gente, teniendo en cuenta que es un producto para cierto sector, más bien para la periferia, "se vende a buen ritmo". Actualmente, a pesar que hay alguna disponibilidad de este producto, el carnicero no lo compra porque estaría fuera de precio y la gente prefiere otros productos. En cuanto al corte *australiano*, no fue exitoso porque se considera que ese corte solo puede hacerse con determinado peso de canal. Tendría que ser una canal de determinado peso que en Uruguay no se consigue o se consigue un mes sí y otro no. A su vez, sería un producto para determinada zona debido a su precio elevado.

En segundo lugar, se estima importante contar con un sistema de tipificación de canales que llegue hasta el consumidor, que a raíz de la falta de información, que en el caso del Cordero Pesado, cree que como el animal es justamente pesado se trata de un

animal viejo.

### 2.3.3.7.3. Recomendaciones a la Industria

Los entrevistados enumeraron un par de puntos en términos de recomendaciones que harían a la industria frigorífica, con respecto a la carne ovina:

- Los animales deberían entrar y salir de la planta frigorífica perfectamente identificados en cuanto a la categoría a la que pertenece (Cordero Liviano, Cordero Pesado, borrego, capón, oveja). De esta manera, se identificaría bien en la carnicería que es lo que se ofrece y que el consumidor elija lo que quiere comprar. Es importante que el consumidor sepa realmente que es lo que está comprando. Asociada a la identificación (categoría) sería importante también una buena tipificación de los canales.
- Continuidad en el abastecimiento, en referencia a la necesidad que los frigoríficos abastezcan de carne ovina en forma continua a lo largo del año a las carnicerías. Los carniceros reclaman que el mercado interno no sea dejado de lado.

### 2.3.3.7.4. Desafíos y Oportunidades para el Futuro

Los carniceros enfatizaron que el punto fundamental es asegurarse el abastecimiento de carne ovina por parte de los frigoríficos, durante todo el año.

En segundo lugar, se considera que la publicidad hoy es fundamental porque hay que atraer al público que perdimos por la mala información que las carnes rojas son malas para la salud. Se debe hacer un esfuerzo en marketing y promoción sobre los diferentes cortes ovinos y la forma de prepararlos; "falta información de como cocinar la carne ovina -se volvió a repetir- la gente no sabe (hacerlo)". Específicamente, las carnicerías deberían diversificar la oferta de carne ovina, ofreciendo productos con mayor valor agregado, de manera de poder competir con las grandes superficies.

También se reconoció que se debe "ser más serio con el consumidor, que sepa que lo que

se vende es Cordero Pesado y que efectivamente sea Cordero Pesado y no capón. Hay que ganarse la confianza del consumidor". Al respecto se consideró importante que en las carnicerías hubiera folletos a disposición del cliente con fotos de los cortes ovinos y que también explicaran como cocinar cada corte (recetas), ya que no hay cultura sobre como cocinar la carne ovina en nuestro país. Se insistió en que la folletería debería estar disponible en la carnicería justamente en el momento en el que se ofrecen los diferentes cortes ovinos.

#### **2.3.3.7.5. Resumen de las Entrevistas a Carniceros**

Amanera de resumen, se presentan los puntos más relevantes percibidos como problemas y los desafíos para el futuro (Cuadro 12).

#### **2.3.3.8. Resultados de las Entrevistas a Encargados de Supermercados**

##### **2.3.3.8.1. Abastecimiento y Comercialización**

Los supermercados se abastecen fundamentalmente a partir de la compra directa a frigoríficos o por intermedio de distribuidores. Aunque la compra directa a la Industria permite eliminar u obviar eslabones en la Cadena, a veces la compra a intermediarios brinda una mayor flexibilidad y variedad en la oferta.

El precio lo fija el mercado, a través de la oferta y la demanda, si bien los supermercados reconocen tener una cierta capacidad de negociación basándose en los volúmenes manejados y a las garantías de pago que ofrecen a los frigoríficos. A su vez, una de las estrategias de las mayoristas de las grandes superficies es tener varios proveedores, según explicó uno de los entrevistados. De todas formas, existen diferencias de tamaño entre las distintas cadenas de supermercados, que hacen variar el poder negociador de cada una frente a la industria frigorífica.

También existen diferencias visibles en cuanto al tipo de cliente con los que operan los distintos supermercados. Incluso existen pequeñas diferencias entre locales dentro de una misma cadena, de acuerdo a su

localización geográfica; "nosotros tenemos supermercados en los extremos -puntualizó uno de los entrevistados-. Se abarca un amplio espectro; si bien el cliente nuestro es un cliente más de periferia, (del tipo) del que todavía en la familia hay una o dos personas que no trabajan y cocinan".

En lo que se refiere específicamente a la carne ovina, los operadores consultados coincidieron en que la gente básicamente en Montevideo consume cordero; a eso se remite el consumo ovino. A juicio de los operadores, la competencia con otros tipos de carnes se dificulta por un problema de precio. Al respecto, uno de los entrevistados expresó: "Hay una línea de excedente de Cordero Pesado pero la gente no consume ovino. Por otra parte, el cordero tiene que ser bastante más barato que la carne vacuna para que la gente lo lleve y además otra cosa, no hay volúmenes suficientes de cordero en este país. En el supermercado no es posible disponer de corderos todo el año. Hace dos años, antes de que muchos productores dejaran de criar ovinos porque no era rentable, había gente que compraba dos veces por año y llegamos a tener continuidad en el producto, pero la gente consume cordero entero o medio. Hicimos pruebas tratando de presentar la carne ovina en una forma distinta y (...) había productos como el corte australiano. Hicimos la prueba y se vendía, pero si tenés asado, la gente lleva asado; es un tema cultural. Pasa también con el porcino; es la carne más consumida en el mundo menos en Uruguay".

El encargado de compras de otra cadena de supermercados manifestó que si bien se abastecían tradicionalmente de corderos, desde la última zafra, el costo y la disponibilidad de este producto ha hecho que no sea accesible al público general; "para este producto -comentó el informante- al proveedor se le exige el peso en el entorno de entre 8 y 11 kg por canal, con una clasificación lo más cercana al *tipo A-CS-Grado 1*", aclarando que esto hoy día no se puede conseguir este producto. En lo que respecta a cortes de borregos y capones se utiliza el mismo criterio de tipificación que con los corderos, o sea *tipo A-BS-Grado 1* y *Ovino Adulto- AS- Grado 1*, respectivamente. El mismo agente manifestó que "lamentablemente en estos casos solo conseguimos

algunos cortes que representan los excedentes de exportación que casi siempre adolecen de exceso de gordura o falta de gordura y llegan a nosotros a costos poco competitivos con respecto a la carne vacuna".

Uno de los entrevistados aclaró que en cierto momento se trataron "de establecer estándares y con la carne vacuna funcionó por un tiempo, pero es difícil por la heterogeneidad de productos. Con el Cordero Pesado es más fácil. De todos modos, toda la mercadería se controla por intermedio del jefe de sección de cada local".

**2.3.3.8.2. Principales Problemas Detectados**

**2.3.3.8.2.1. Problemas durante el transporte del producto.** El transporte de productos cárnicos se realiza a través de camiones habilitados por INAC, provistos de equipos de frío, provistos por el vendedor. Los problemas de calidad que se detectan en el transporte de la carne ovina son los mismos que con la carne vacuna. La opinión generalizada de los responsables de los supermercados es que "como en todo, hay gente y empresas muy prolijas y otras que no cumplen con la regla-

mentación vigente y no deberían circular con alimentos percederos".

Durante el verano fundamentalmente es cuando se notan algunos problemas durante el transporte, relacionados al tema "frío". A partir de octubre los responsables de los supermercados empiezan a exigir que los camiones lleguen con el equipo de frío funcionando. "La carne roja es muy noble", aclara uno de ellos. De todos modos, "en verano se extreman las medidas con respecto a los requerimientos de frío". Uno de los entrevistados fue muy elocuente al mencionar los problemas de calidad, señalando que "una cosa que yo noto muchas veces (genérico para carne vacuna y ovinas) es el tema temperatura. La carne llega caliente. No se da tanto en los frigoríficos grandes, sino más bien en los más pequeños. Se da cada tanto y bueno, sabemos que ahí no está cumpliendo las normas. Ese es un problema".

Todos los entrevistados afirmaron que realizan controles para verificar si hay problemas de acondicionamiento del producto dentro de la cámara, aunque se admite que esto no sucede a nivel de distribuidores importantes, sino exclusivamente con fleteros chicos, donde

Cuadro 12. Carniceros: Identificación de problemas del producto, Cadena Crnica y desafíos de la misma.

<b>Carniceros</b>	
<b><i>Problemas con el Producto</i></b>	<b><i>Problemas en la Cadena Cárnica</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los cortes de delantero (<i>motoneta</i>) son básicamente para un público de bajo poder adquisitivo</li> <li>• Falta de variedad en la oferta de productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de consistencia en la oferta durante todo el año</li> <li>• La oferta dirigida al mercado interno es dependiente del desempeño de la exportación</li> <li>• Dificultad en el mantenimiento de la cadena de frío a nivel del transporte</li> <li>• El precio de los cortes de delantero bovino actúa como una restricción para los precios de los cortes ovinos ofertados en la carnicería</li> </ul>
<b><i>Desafíos</i></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abastecimiento del mercado interno a precios razonables</li> <li>• Campañas de información y promoción de la carne ovina</li> <li>• Aplicación de un sistema de clasificación y tipificación de canales que permite enviarle señales claras al consumidor</li> <li>• Oferta de productos con mayor valor agregado</li> </ul>	

a veces se reciben quejas que, por ejemplo, algunos operarios vienen con ropa de lana arriba de la ropa blanca.

#### 2.3.3.8.2.2. Problemas con el producto.

Hay consenso que, en general, no hay problemas visibles de calidad que afecten el consumo de carne ovina, ya que la problemática es otra. Algunos operadores admitieron que no hay incentivos suficientes como para "ocuparse demasiado en la carne ovina a este nivel". La carne ovina no tiene problemas de calidad relacionados al color de grasa y músculo, como la vacuna. Sí se observa que llega con problemas de exceso o deficiencias de grasa. Se trata de productos que son excedentes de exportación y no están "pensados" para el mercado interno.

**2.3.3.8.2.3. Problemas en la Cadena y los mercados.** El problema más grave es de tipo estructural, de mercado. Al respecto se mencionaron varios puntos, estrechamente relacionados entre sí, como limitantes de las posibilidades de expansión del consumo de carne ovina:

- **Limitada variedad de productos.** Esto está ligado con los altos precios y la escasez de oferta de ovinos. A juicio de los entrevistados, la única forma de consumir cordero es, primero, cuando el precio es accesible. Actualmente, se observa que los productos de carne ovina exhiben precios muy elevados.
- **Falta de cultura en el consumo de carne ovina.** En forma por demás explícita, un entrevistado recalcó que "la gran limitante es que la gente, fundamentalmente en Montevideo, no sabe consumir carne ovina". Otro de los operadores consultados fue igualmente gráfico al responder que "el consumidor uruguayo, en general, no sabe elegir cordero". Se presentaban corderos pesados (...), de esos corderos que son una pelota, compactos, que son pura carne y aparecía la gente y decía '-Ahh, pero son capones-', y eran corderos". El desconocimiento del público en la preparación de los platos es más común en el segmento socioeconómico más alto. El mismo fue más lejos y agregó que "tampoco en las parrilladas lo saben hacer. Hacen cordero, pero lo cuecen demasiado. Ni siquiera en (los restaurantes más

conocidos) lo saben preparar".

- **Zafalidad de la demanda interna.** Tiene relación con el punto anterior. En el Uruguay, al igual que en otros países, la tradición es que la carne ovina (cordero) solamente se consume en las fiestas.
- **Cría ovina orientada a la producción de lana.** Una serie de expresiones manifestadas por los entrevistados señalan con elocuencia su percepción sobre esta problemática: a) "El cordero que tenemos nosotros es un subproducto de la lana. Cuando la lana sube los productores lo retienen. Además, el cordero nuestro no es de carne, con excepciones"; b) "Usted mira los corderos patagónicos, los corderos del sur de Chile y Nueva Zelanda y son corderos que tienen carne"; c) "adicionalmente, usted no puede comer una costilla de cordero porque no tiene carne; es el hueso con grasa" y d) "del otro lado está el cordero que parece una costilla de cerdo. Y la tradición acá es que el cordero es para la parrilla".
- **Existencia de ciertos "tabúes" con respecto a la carne ovina.** Hay malas experiencias que vienen de la época de las vedas, donde los capones pesaban 40 kg de canal pero eran pura grasa y obligaban a la gente a consumir ese producto. Por esa razón, "a la población de Montevideo no hay forma de convencer en forma masiva de aumentar el consumo de carne ovina. No hay manera, por mas buenas presentaciones, recetas".

#### 2.3.3.8.3. Recomendaciones a la Industria

Uno de los entrevistados expresó que si tuviera un frigorífico "trataría de ir lo más lejos posible en el procesamiento, mejorando la oferta de productos y preparándolos en la forma que va a estar disponible al consumidor".

En otro orden, algunos operadores afirmaron que gran parte de la Industria (siempre) vivió de espaldas al mercado interno. De esta manera, reclamaron que se mire al mercado interno, pues es el que "va a salvar las épocas difíciles". En la misma línea, uno de los operadores manifestó que la Industria "tiene que contemplar un poco mas al mercado interno

y prestarle un mejor servicio", refiriéndose al mismo como "el que siempre está".

#### **2.3.3.8.4. Desafíos y Oportunidades para el Futuro**

Un desafío planteado por uno de los responsables de una importante cadena de supermercados, fue llegar "a que toda la carne llegue procesada desde planta, con estándares definidos, preparados en una sala de desosado, con una temperatura adecuada, con gente preparada y "sin mayor manipulación de la carne".

Varios operadores consideran que el consumo de carne ovina en Uruguay no va a aumentar. No obstante, se estima que el desafío sería competir con la exportación. Si el Uruguay exporta bien, tal vez se logre que también se mire más al mercado interno. Para poder exportar tenemos que tener mejor calidad y el mercado interno se va a ver favorecido con esa mejora. Esa es la meta también con la carne ovina. Hay un problema generacional que se debe superar. La forma de comprar carne está cambiando, aunque en Uruguay se ve solo en la carne vacuna, donde hoy se compran cortes, al vacío, etc., y eso es un poco lo que diferencia el distinto posicionamiento de las cadenas. Con la carne ovina hay que superar primero los problemas mencionados anteriormente.

#### **2.3.3.8.5. Resumen de las Entrevistas a Encargados de Supermercados**

A manera de resumen, se presentan los puntos más relevantes percibidos como problemas y los desafíos para el futuro (Cuadro 13).

#### **2.3.3.9. Resultados de las Entrevistas a Encargados de Restaurantes y Parrilladas**

##### **2.3.3.9.1. Abastecimiento y Comercialización**

Las modalidades de abastecimiento de los restaurantes y parrilladas son bastante variadas entre comercios. Una de ellas es la compra del 100% de la mercadería directamente a dis-

tribuidores, tratando de establecer relaciones preferenciales pero sin exclusividad, por un tema de seguridad en el abastecimiento. En estos casos, por lo general, se utilizan dos o como máximo tres proveedores, uno regular y los otros "para completar".

Otra opción, consiste en el abastecimiento a través de supermercados mayoristas y en los casos de haber ofertas especiales, complementar con la compra a carnicerías. Algunos de los responsables de los comercios relevados manifestaron haber discontinuado la oferta de platos basados en carne ovina por los problemas de oferta. Uno de ellos puntualizó que "no hay abastecedores a nivel de supermercados y carnicerías que son los canales a través de los cuales se provee de la carne". El mismo comerciante reconoció no tener contacto directo con los frigoríficos, no sabiendo a quién dirigirse, ni de qué manera para que lo abastezcan directamente los frigoríficos".

Por el contrario, otros empresarios admitieron haber alcanzado acuerdos de abastecimiento directamente con algún frigorífico que atiende a ese tipo de clientes, como hoteles y restaurantes a través de un departamento tercerizado. Uno de los entrevistados destacó particularmente una nueva modalidad de venta desarrollada por algunos frigoríficos. Se trata de personas entrenadas que presentan los cortes en catálogos, muy bien hechos; "entonces a uno le explican los cortes y elige los que quiere comprarle al frigorífico". Como aclaró el referido comerciante, dicha modalidad está dirigida a restaurantes y hoteles (industria gastronómica).

Finalmente, una cuarta opción que no excluye las anteriores, consiste en el abastecimiento de productos de carne ovina a través de la compra a particulares; "siempre hay algún conocido que produce corderos", comentó un comerciante. Alternativamente y en momentos de emergencia (por ejemplo, no alcanza la mercadería y hay muchos clientes) muchos comercios recurren a la compra en supermercados, con la desventaja que "allí se está sujeto a comprar lo que hay en ese momento".

Los responsables de los comercios consultados aseguraron que para lo que puede

ser el volumen que mueve en un restorán, no existen problemas de abastecimiento, pero sí de precios. Como era de esperarse, todos los entrevistados se definieron como tomadores de precios dentro de este nivel de la Cadena Cárnica. Sin embargo, existen diferencias en el manejo de los márgenes, de acuerdo al tipo de restorán o parrillada y el público al que apunta. Algunos comerciantes, por ejemplo, apuestan a la cantidad, al volumen, con un margen mínimo. "Las variaciones de precios impiden manejar una renta razonable y constante -argumentan-. No podemos trasladarle todo al consumidor final porque tampoco lo acepta. Es difícilísimo. Habíamos logrado una ecuación que funcionaba bien con determinada cantidad de gente, pero luego con la crisis se dificultaron las cosas".

Los comercios gastronómicos no representan, en forma individual, volúmenes muy importantes para los frigoríficos. No tienen poder de negociación, razón por la cual son completamente tomadores de precios. Para los negocios de la "alta gastronomía", si el costo es un poco elevado no importa porque se lo traslada al consumidor (cliente), lo cual no es posible para los que trabajan sobre la base de márgenes pequeños sobre volúmenes importantes. Los restaurantes o parrilladas que

mantienen relaciones comerciales estables con estos últimos obtienen descuentos (por ejemplo, un 10% sobre los precios de lista). La mayoría de los comercios del ramo compran los productos para no más de 3 ó 4 días y se paga al contado. La situación económica actual hace imposible comprar mayores volúmenes para hacer *stock*, a juicio de los entrevistados.

El precio de la carne ovina ha sido siempre relativamente más caro que el de la vacuna, según se aclaró, pero actualmente esta diferencia ha aumentado aún más. Algunos comerciantes sostuvieron que, en particular, el precio de los cortes habían subido mucho. Según ellos, los cortes que se compraban antes compiten actualmente con la exportación, por lo que es imposible comprarlos ahora; "actualmente en el restaurante, la pierna de cordero (deshuesada) es de los platos más caros".

De todos modos, varios de los platos de carne ovina ofrecidos en los restaurantes se cotizaban en forma importante. Muchos establecimientos contaban, entre las opciones del menú, con productos ovinos, como *riñones, molleja, lomo, pierna, frenched rack* y *lengua*. El efecto "visual" es tremendamente importante en el éxito de la carne ovina. El *frenched rack* es un plato vistoso por como se prepara. Se trata de un plato que "sólo lo piden quienes saben

Cuadro 13. Encargados de Supermercados: Identificación de problemas del producto, Cadena Crnica y desafíos de la misma.

<b>Encargados de Supermercados</b>	
<b><i>Problemas con el Producto</i></b>	<b><i>Problemas en la Cadena Cárnica</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exceso o deficiencia de grasa de cobertura</li> <li>• Falta de productos desarrollados especialmente para el mercado interno</li> <li>• No hay variedad en la oferta de productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El mercado interno se reduce al cordero</li> <li>• No se sabe consumir carne ovina</li> <li>• Zafralidad (falta de continuidad en el abastecimiento, destinándose al mercado interno los excedentes de exportación)</li> <li>• Potenciales problemas de frío e higiene en transportes pequeños</li> </ul>
<p>Se señala que no se destacan problemas de calidad asociados al color de la grasa o de la carne ovina, a diferencia de lo que ocurre con la carne bovina.</p>	
<b><i>Desafíos</i></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Superación de los problemas estructurales de la carne ovina que impiden el desarrollo del mercado interno</li> <li>• Mejora de la oferta de productos para lograr "alimentos funcionales" (fáciles de preparar)</li> <li>• Modalidad de venta debería orientarse hacia la preparación del producto para ser ofertado directamente en la góndola</li> </ul>	



qué es lo que están comiendo, (generalmente) personas con un alto poder adquisitivo", según reconoció uno de los empresarios consultados, quien a su vez señaló que el plato "estrella" de su restorán era el *medallón de lomo* (envuelto en panceta con salsa de vino). Posteriormente, debido al alto precio del lomo, éste se sustituyó por el espinazo del cual se saca el *entrecot*; "actualmente, debido al alto precio de los cortes se trabaja solo con mollejas y pierna".

Varios de los informantes consultados se quejaron que no existe un cuidado del mercado interno ni un respeto por el consumidor local; "lamentablemente los precios dependen de la exportación y lo que no se exporta es con lo que se atiende al mercado interno". En realidad no está claro quien es el "dueño del negocio", según concluía uno de los entrevistados. Los frigoríficos son, a su vez, tomadores de precios del exterior y ejercen su poder hacia adentro, hacia donde pueden manejar los precios y los *lobbies*".

Como fuera expresado anteriormente, existen marcadas diferencias en el tipo de clientes que maneja cada comercio del rubro gastronómico. Algunos apuntan a captar el mayor abanico posible de clientes, manteniendo el precio al mínimo en todo sentido, a través de una adecuada relación precio-beneficio. En particular, el encargado de uno de los establecimientos de esta categoría expresó que "dentro de la pirámide social, según el poder económico, estamos en aquellos de poder medio hacia abajo. Los de mayor poder de compra tienen recursos para acceder a los productos caros. Este tipo de cliente no es una meta para nosotros; siempre está, nos acompaña y se ve un poco sí, pero sobre todo nuestro público es de menor poder adquisitivo. Acá vienen desde los barrios donde viven los clientes más pudientes hasta los menos pudientes".

Otros negocios son más selectivos, apuntando a sectores como los extranjeros, personas mayores de edad de buen poder adquisitivo, clientes de oficinas en donde trabaja gente vinculada de alguna manera al campo, que consumen también carne ovina, etc. El argumento es que, en general, quien consume carne ovina son personas de poder adquisitivo medio a medio-alto. En estos luga-

res se ofrece (u ofrecían cuando tenían carne ovina) platos de la parrilla, pero se reconoce que varios cortes se podrían utilizar para cocina y servirlos con salsas.

Uno de los empresarios manifestó que a pesar de la crisis la carne ovina, en la actualidad, sigue manteniendo un nivel de demanda aceptable, compitiendo con carnes no tradicionales como jabalí, ñandú, ciervo, que también se ofrecen en el restaurante. Otro de los entrevistados justificó su estrategia señalando que existe gente dispuesta a pagar un "plus" en el precio de la comida por un valor agregado "intangibile". "Es básicamente el extranjero que viene por negocios, por conferencias, etc., y el individuo que trae o acompaña a ese extranjero en nuestro país y que los invitan a comer, no se preocupan por el precio de los platos ni cuanto gasta, pues se trata de una inversión".

En Uruguay, se estima que hay unas 550.000 noches de extranjeros que vienen a nuestro país (que no es lo mismo que 550.000 personas extranjeras, ya que una persona puede quedarse varias noches en el país). Este tipo de restoranes apunta a captar una porción de este público y pretende ser "un lugar que haga mucho a la identidad uruguaya". Por esa razón ambientan sus locales con esa idea en mente.

Uno de los operadores consultados fue muy claro en ese sentido; "en el país existe mucha gente a la cual le gusta todo eso - explicó- pero la plata para mantener un negocio de esta índole no sale de esa gente, la cual puede ser un consumidor esporádico pero no tiene capacidad de ser cliente regular. Hay que ir a buscar el cliente que tiene poder adquisitivo suficiente o está realizando una inversión".

Los restoranes y parrilladas que apuntan al público más general trabajan casi exclusivamente con corderos, animales jóvenes, sin exceso de grasa de cobertura. Se compra la media res o los cuartos. Se exigen pesos mínimos de canales, condiciones adecuadas de frío, etc. En el caso del "cordero real" viene corte por corte, envasado al vacío, con la misma presentación que para la exportación. Al respecto, comentó uno de los agentes consultados que "en épocas que hay corderos compramos cordero, a veces compramos ca-

pón". Aparte del cordero a la parrilla, algunos restaurantes elaboran otros productos con carne ovina, reconociendo que no son muchas las opciones: "Hacemos arrollados, pero sería bueno que hubiera más variedad y mejor. Andaría bien".

La falta de variedad de productos de carne ovina es un punto reconocido por todos los responsables de los comercios relevados, siendo una de las razones identificadas la poca oferta de carne ovina. "La carne ovina que compramos acá no representa un porcentaje muy grande en relación con las compras totales de carne. Es poco lo que compramos de carne ovina, pero se consume bien. En esa proporción y para esos productos el precio no es el problema mayor. No se compra más porque no hay. Lo único que hay de carne ovina son corderos, nada más". Algunos comerciantes dijeron incluso que al momento de la entrevista no estaban ofreciendo productos ovinos porque no conseguían abastecerse; "pero cuando compro carne ovina -manifestó uno de ellos- prefiero ampliamente abastecerse de Corderos Pesados, porque si bien pueden costar más caros, rinden mucho más".

Otro operador indicó que prefiere comprar cortes en lugar del animal entero o la media res porque considera que se desperdicia mucho. De todas formas, aseguró, no tiene problemas en hacer él mismo los cortes cuando compra un animal entero. Dependiendo de los precios, a veces puede salir más barato comprar el animal entero y hacer uno mismo los cortes que comprar directamente los cortes ya hechos.

Los cortes ovinos llegan congelados, con el mismo nivel de envasado y presentación con el que salen a la exportación. El *frenched rack* llega en bolsa al vacío, al igual que las piernas, envasadas en forma individual en cajas de 20 kg. Los lomos vienen de a 100 unidades, en cajas de 10 kg (pesan aproximadamente 100 gramos cada uno y están en paquetes de un kg dentro de la caja). Los riñones y las mollejas se presentan en cajas de 5 kg.

El comerciante supervisa todo el producto que llega y lo que no está en condiciones se rechaza. Se tiene cabal conciencia de que no se puede vender cualquier cosa, por lo que se exige cierta calidad para cuidar a la clientela. De todos modos, todos los entrevistados co-

incidieron plenamente que con el cordero en general no hay problemas; con animales adultos a veces se observan excesos de grasa. El encargado de las compras del establecimiento trata de seleccionar aquellos cortes que no presenten defectos de machucones, exceso de grasa, ni muy magros. A juicio de uno de los entrevistados, "tal vez lo más heterogéneo sean las piernas, pero en general son bastante regulares".

En el caso de los restaurantes finos se estima que la clave en la definición de las especificaciones y las exigencias a los proveedores, es el *chef*, "el *chef* es quien evalúa la calidad de los productos decidiendo si acepta o no lo que recibe", remarcó el dueño de uno de los comercios entrevistados, destacando el papel del *chef* como hombre clave en el funcionamiento del restaurante.

### 2.3.3.9.2. Principales Problemas Detectados

**2.3.3.9.2.1. Problemas en el transporte de los productos.** En todos los casos consultados, el producto llega en una camioneta o furgoncito, envasado en bolsas y, en el caso de cortes, dentro de cajas precintadas, muy bien presentadas, fresco o congelado. En general, los pedidos se hacen de un día para el otro, no habiendo problemas en ese sentido.

Todos los comerciantes destacaron además, que los transportistas son muy prolijos. Se considera que no hay problemas durante el transporte. El producto no se ve afectado y la carne viene bien presentada.

**2.3.3.9.2.2. Problemas con el producto.** Existe unanimidad de opiniones en el sentido de que la carne ovina no tiene problemas de color. No hay inconvenientes de ese tipo. El alto tenor graso de la carne puede representar un inconveniente en algunas ocasiones.

Un comerciante señaló que para él no representaba un problema tener que despiezar y hacer los cortes él mismo a partir del animal entero. La misma persona aseguró que prepara los cortes en el momento, de acuerdo a lo que pide el cliente. Sin embargo, casi todos los entrevistados remarcaron que los mayores problemas con los productos de carne ovina

tienen relación con la falta de variabilidad de productos y cortes a precios más accesibles y la regularidad del abastecimiento. Al respecto se aseguró que se podría aumentar la oferta de carne ovina al nivel de la cocina, pero no hay abastecedores. No hay oferta de cortes en las carnicerías para cocina (*frenched rack*, lomo y pierna), por lo que en realidad se trata más de un problema a nivel de la cadena.

En resumen, no se observan grandes problemas en la carne ovina como producto, aunque sí hay problemas de falta de información. El mito de que la carne ovina le "cae pesada" a la gente, que provoca problemas hepáticos y otros inconvenientes a la salud, constituye también una limitante para aumentar el consumo de estas carnes.

**2.3.3.9.2.3. Problemas con la Cadena y los mercados.** Los operadores de la rama de la gastronomía consideran que el precio de la carne ovina está determinado por la exportación más que por el mercado interno, donde el consumo per cápita es bajo. Entienden que la carne ovina, incluso en otros países, siempre es más cara que la carne vacuna. Justamente en estos momentos, coinciden los informantes consultados, se está viviendo una situación de precios muy altos que prácticamente han hecho desaparecer la carne ovina del mercado local.

Entre las otras limitantes identificadas por los entrevistados, a nivel de la Cadena y los mercados se pueden citar:

- **Falta o escasez de producto.** Se mencionó por parte de los operadores que muy a menudo no se encuentra mercadería. No hay una continuidad en el abastecimiento. Por otro lado y como otro aspecto que condiciona la oferta, se advierte que "el cordero es un subproducto de la lana". Algunos operadores plantearon de que "tal vez habría que redefinir el propósito de las razas".
- **Falta de abastecedores.** Algunos operadores insistieron en que son escasas las fuentes de abastecimiento para la carne ovina. Uno de los entrevistados llegó a manifestar que no se provee directamente de los frigoríficos porque no sabe a quien contactar, qué canales seguir. Se considera que a los

carniceros no les interesa comercializar la carne ovina, tal vez por un problema de márgenes económicos.

- **Inexistencia de políticas o campañas de promoción** sobre el consumo de carne ovina en el país, única forma, a juicio de varios de los entrevistados, de combatir los problemas de falta de información que rodean al mercado de la carne ovina en el Uruguay. Se asegura que hay una falta de conocimiento de como preparar el cordero. Se insistió mucho en que la gente asocia el ovino con el asado, pero no está desarrollado el consumo al nivel de cocina. Como ejemplo, un operador señaló que no se ha expandido el consumo de milanesa de carne ovina, que sí se consume en campaña. Falta creatividad para preparar carne ovina. Existe un buen producto pero a nivel masivo no se vende, no se consume. Falta *marketing* y promoción sobre las bondades de la carne ovina y que exploten más los atributos que valoriza el mercado externo asociado a los sistemas de producción. Se considera importante "inventar" como vender la carne ovina (por ejemplo, chivitos chiquitos de lomo ovino o entrecot ovino, etc.).

### 2.3.3.9.3. Recomendaciones a la Industria

Todos los entrevistados admitieron que siempre existieron intentos por promover el consumo de la carne ovina en nuestro país, pero el tema precios es una restricción enorme. De todos modos, los operadores sugirieron que los frigoríficos no se jueguen exclusivamente a la exportación. "Sin duda la exportación es el mejor negocio para ellos pero cuando hay que abastecer el mercado interno, que no pretendan tener los mismos precios que con la exportación". Según uno de los entrevistados, "eso lo que hace es evitar que la gente consuma este producto".

Sobre el particular, se advirtió que la mayoría de los cortes ovinos para consumo interno, como el corte *motoneta*, van a al periferia de Montevideo; "es difícil que aumente significativamente el consumo de carne ovina ya que se da prioridad a la exportación". De todas maneras, se asegura, siempre hay un nicho de mercado que podría comprar carne ovina, pero el problema es que no hay oferta en los

supermercados. Uno de los entrevistados sugirió que los cortes de menor valor (subsidiados por lo que se exporta, cortes traseros) deberían volcarse al mercado interno a un precio menor.

Uno de los agentes entrevistados planteó, para trabajar sobre varios de los problemas identificados para la carne ovina, un concepto que denominó *gastronomía molecular*<sup>5</sup>, similar a lo que se realiza desde hace ya varios años en Europa. Concretamente, dicho agente sugirió que la Industria debería promover el desarrollo de la carne ovina a través de la financiación de eventos de gastronomía molecular en Uruguay, donde se junten los mejores chefs y los mejores investigadores de las ciencias de los alimentos, para tener un efecto multiplicador y de gran impacto.

#### 2.3.3.9.4. Desafíos y Oportunidades para el Futuro

El principal desafío para las empresas del ramo es el de lograr abastecerse en forma continua de carne ovina. Todos los entrevistados manifestaron que les gustaría realmente poder ofrecer carne ovina al cliente en forma continua, pero admitieron que no consiguen hacerlo. Aseguraron que los restaurantes se ven frecuentados por mucha gente que consumiría carne de cordero, por lo que sería interesante poder ofrecerlo.

Se estima que se pueden explotar algunas ventajas que presentan algunos cortes ovinos con los cuales se trabaja, en el sentido que no tienen desperdicio (como por ejemplo, la pierna desosada), a diferencia por ejemplo del lomo vacuno que siempre hay que limpiarlo. Los empresarios gastronómicos estiman que sería muy importante promocionar la carne ovina a partir de la caracterización de las cualidades y atributos que ésta tiene. Se insiste en que es necesario romper mitos de que la carne ovina genera problemas a la salud humana y que es más grasosa. Se sugirió, además, en la conveniencia de tener una estrategia de promoción de carne natural o ecológica en el caso de los corderos, como existe en el vacuno.

Varios de los empresarios consultados sugirieron que se debe desarrollar una estrategia consensuada de promoción y *marketing* de venta apuntando a clientes con un alto poder

adquisitivo. Habría que discutir una estrategia consensuada de *marketing* entre todos los actores de la Cadena, que respete los intereses de todos. Se estima que las estrategias deben ser diferentes para el mercado interno y para el mercado externo. Se visualiza falta de trabajo en el tema marcas en Uruguay; "en gastronomía se considera que existe un claro vínculo entre el aroma y sabor y el tipo de alimentación," advirtió un agente. Existe gente dispuesta a pagar un "plus" por lo que es diferente. En eso se basa la idea de la denominación de origen, donde en el origen aparecen factores diferenciales en términos tecnológicos, pero también de sabor y aroma.

Otro operador del ramo propuso trabajar en la promoción de acercamientos y alianzas estratégicas entre las instituciones de investigación y tecnología de producción y el ambiente de la gastronomía, como la Corporación Gastronómica del Este, que reúne a 57 restaurantes de esa zona.

#### 2.3.3.9.5. Resumen de las Entrevistas a Encargados de Restaurantes y Parriladas

**A manera de resumen, se presentan los puntos más relevantes percibidos como problemas y los desafíos para el futuro (Cuadro 14).**

<sup>5</sup> Gastronomía molecular: Es un nombre muy llamativo con el que se conocen, en Francia e Italia, las reuniones bianuales en donde se juntan científicos de las ciencias de los alimentos y los mejores *chefs*. En dichas reuniones, los participantes debaten sobre qué ocurre desde el punto de vista físico, bioquímico y biológico cuando se prepara determinado plato. Se parte de la base de que la cocina es como un laboratorio en donde se producen reacciones químicas, físicas, etc., por lo cual la importancia del soporte científico en todo lo que es gastronomía es fundamental.

Cuadro 14. Encargados de Restoranes y Parrilladas: Identificacin de problemas del producto, Cadena Crnica y desafos de la misma.

<b>Encargados de Restoranes y Parrilladas</b>	
<b><i>Problemas con el Producto</i></b>	<b><i>Problemas en la Cadena Cárnica</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de variedad en la oferta de productos (sólo cordero)</li> <li>• Cortes para restoranes son caros</li> <li>• Creencia popular que la carne ovina es indigesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altos precios (determinados por el negocio de la exportación)</li> <li>• Escasez de la oferta</li> <li>• Faltan abastecedores (o información sobre ellos)</li> <li>• Falta <i>marketing</i></li> </ul>
<p>Se señala que no se destacan problemas de calidad asociados al color de la grasa o de la carne ovina, a diferencia de lo que ocurre con la carne bovina.</p>	
<b><i>Desafíos</i></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay que "inventar" como promover el consumo de carne ovina (ej: chivitos, entrecot, etc.)</li> <li>• Búsqueda de nichos de mercado, aún en el mercado interno, como un producto de calidad</li> <li>• Rompimiento de la creencia popular de que la carne ovina es indigesta</li> <li>• Promoción del uso de "marcas"</li> <li>• Mejora en la presentación en el mercado interno</li> </ul>	

2.4. BIBLIOGRAFIA

Dighiero, A.; Ferreira, G.; Irigoyen, R. y Montossi, F. 2003. Integracin vertical en la produccin de Cordeiros Pesados: Central Lanera Uruguaya y Frigorifico San Jacinto, encuesta de casos a productores. Congreso Mundial de Corriedale, 12, Montevideo, Uruguay. En CD.