

Tambo de ovejas. Importancia de analizar la escala de producción.

*Ing. Agr. Evangelina Dulce
Coordinadora Unidad Demostrativa de Producción Ovina
Facultad de Agronomía –UBA-*

La actividad Tambo Ovino en la Argentina viene despertando un interés creciente en pequeños y medianos productores, principalmente, pero también hay ejemplos de inversionistas que han incursionado en la misma con mayor o menor grado de éxito. Esta actividad presenta entre sus ventajas la posibilidad de diversificar los ingresos de la actividad a partir de la venta de leche, quesos, lana, carne y cueros, entre otros. En estos últimos tiempos, a su vez, ha cobrado valor la venta de corderas como futuras madres para ser cruzadas con carneros de aptitud lechera y así permitir que más interesados puedan entrar en la actividad. La falta de oferta de madres potenciales ha elevado el valor económico de las mismas marcando la conveniencia de vender el excedente de hembras bajo esta forma respecto a la venta de corderas para carne junto con los corderos.

La actividad de tambo ovino ha sido encarada en Argentina, predominantemente en forma integrada con la producción de quesos, dado que no existe en nuestro país una cultura de consumo de leche fluida de oveja. Los caminos o estrategias empleadas para llegar al producto “queso de oveja” se pueden resumir en los siguientes: a) establecimientos en los que se produce la leche y la misma es vendida a la industria para que elabore los quesos y b) establecimientos que se integran verticalmente hacia delante produciendo la leche y elaborando sus quesos. Dentro de este último caso, existen establecimientos en los que además de industrializarse la leche producida en los mismos, compran leche a otros productores de la zona que no tienen posibilidad de elaborar, formándose especies de “cuencas lecheras”.

Los productores que venden a la industria la leche producida en sus establecimientos, reciben por ella entre 1 y 1.25 \$/l mientras que los que industrializan la leche recibe por los quesos elaborados entre 20 y 30 \$/kg en el caso que los vendan a distribuidores, o mayores precios en caso de destinarlos al consumidor final. Estas alternativas mencionadas representan una simplificación de la variedad de esquemas de articulación existentes entre producción – industria en este negocio, pero se considera válida su mención dado que aquellos que deseen entrar en esta actividad deberían conocer que los ingresos provenientes de la venta de leche o de quesos son sustancialmente diferentes, y la viabilidad económica de vender la leche es muy dependiente de la escala de producción que se tenga para encarar el negocio.

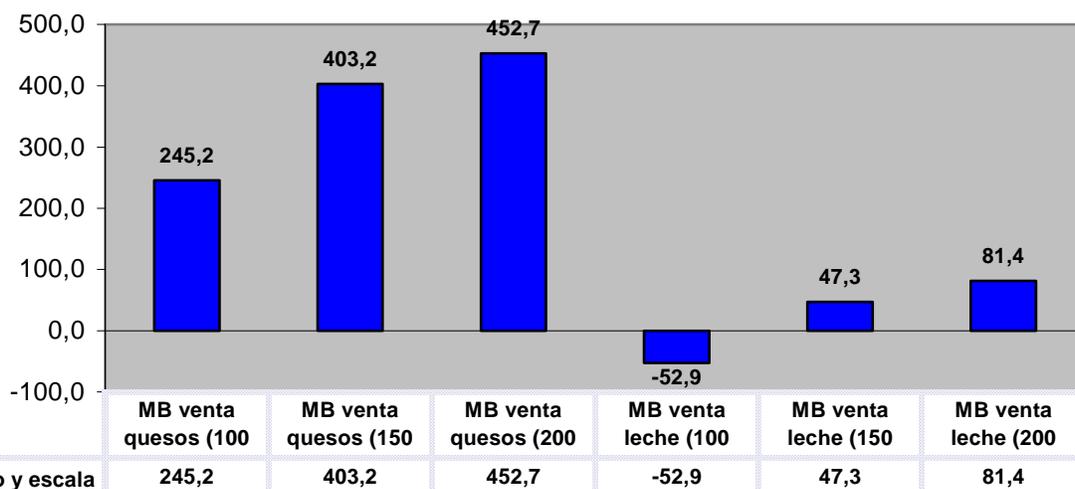
Otro aspecto a considerar es que la inversión inicial para producir leche es diferente a la requerida para producir leche y elaborar los quesos como actividad integrada, y dentro de esta última opción, las inversiones variarán en función del grado de tecnología que se adopte y la escala dada por el dimensionamiento de la máxima capacidad de procesamiento de la planta elaboradora que se pretenda alcanzar. No sería prudente mencionar una escala determinada a modo de “receta” para garantizar la maximización de los ingresos para el negocio de vender la leche o de vender los quesos porque hay muchos factores que analizar

y cada establecimiento representa un caso particular. Dicha particularidad estará dada por la zona en la que produzca, la receptividad de sus campos, el grado de suplementación o intensidad del sistema de producción, el tipo de animales que utilice, la sanidad de los mismos, el grado de tecnología que adopte, etc. , con lo cual requerirá un análisis particular a la hora de estudiar la escala de producción a adoptar para que el negocio le sea rentable.

Existe una alternativa para aquellos productores que no cuenten con instalaciones para elaborar quesos. Esta alternativa consiste en la contratación del servicio de elaboración, es decir, pagando el servicio de elaboración (elaboración a façon). De este modo el productor podrá obtener, a cambio del pago de un porcentaje establecido entre las partes, un ingreso mayor que el recibiría por vender la leche.

Se presentan los márgenes brutos (MB) de la actividad tambo ovino obtenidos bajo diferentes escalas de producción para las opciones “venta de leche” y “venta de quesos” (Gráfico N° 1). Se consideró una producción de leche de 0,8 l / oveja/ día, 120 días de lactancia y, en el caso de la venta de quesos se adoptó la modalidad de contratación del servicio de elaboración, pagando por el mismo un 18 % del valor bruto de la producción de quesos (VBP). El ejemplo contempla una producción en base a pasturas y suplementación con grano y heno de alfalfa sólo en momentos estratégicos de la producción tales como dos semanas previas al servicio, último tercio de la gestación y parte de la lactancia.

Gráfico N°1. Margen bruto en (U\$S/ha) en función del producto vendido y la escala de producción



En caso de optar por la venta de leche dentro de los rangos de precios que se pagan hoy por la misma y teniendo en cuenta la infraestructura planteada en este caso particular, la opción “ venta de leche” arroja un MB positivo a partir de las 150 ovejas en ordeño.

Se considera conveniente tener presente la posibilidad de trabajar en forma coordinada y realizar alianzas etratégicas para minimizar capacidades ociosas y mejorar la eficiencia del agronegocio. Estas modalidades dan mayor estabilidad a los planteos, al tiempo que permitne participar al productor de los ingresos por venta de quesos sin que ello implique contar con la inversión en una planta quesera, que en muchos casos no se puede afrontar, o bien, la escala de producción no lo justifica.

FAUBA-2005