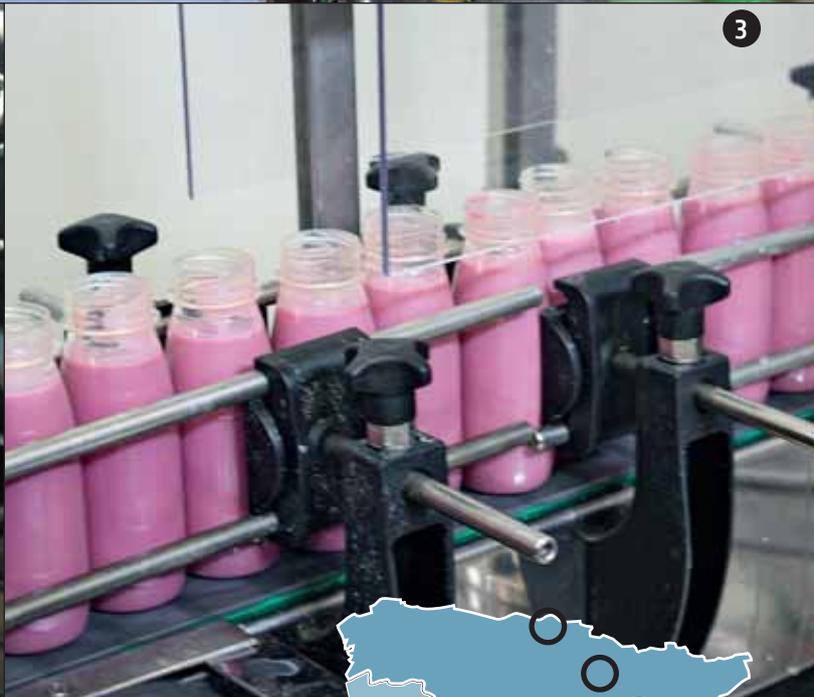




1



2



3



i

TRAZABILIDAD PARA SER MÁS COMPETITIVO

El uso voluntario del logotipo “Letra Q” en el etiquetado ha sido adoptado ya por varias marcas. Compradores-transformadores de leche, industriales lácteos y productores que destinen la leche y los derivados lácteos obtenidos en su granja a la venta directa del consumo, garantizan así que se pueda reconstruir en cualquier momento la trazabilidad del producto hasta la explotación de origen.

globe

REGIÓN

Navarra y Cataluña fueron las pioneras. La instalación de dispensadoras de leche abarca hoy toda la cornisa cantábrica, zona especialmente productora. En Cantabria, la familia Entrecanales ha ubicado unas 12 máquinas de fabricación propia, con una media de 100 l vendidos al día. La explotación de Los Combos, en Móstoles (Madrid) posee unas 895 cabezas de vacuno de leche, de las que 400 están en ordeño, con una producción media diaria por vaca de 32 l de leche, que vende con marca propia, blanca para productos *halal*, y yogures 100% probióticos con fruta.

Los productores ordeñan nuevos nichos de mercado

En tanto que el consumo de leche disminuye año tras año, los costes de producción de las granjas acentúan el efecto de una espada de Damocles para el ganadero, que emplea fórmulas de venta directa, a través de máquinas dispensadoras, y coloca una inyección potente de marketing en nuevos productos con valor “añadido”. César Marcos

El ganadero está acostumbrado a que le vengán a comprar su producción de leche”, acentúa Nacho Gutiérrez, gerente de la cooperativa Camposotillos, con 11 socios y 870 cabezas de vacuno; pero no corren vientos a favor para las 23 000 explotaciones que quedan en activo en España. Su rentabilidad se mueve en una estrecha horquilla entre precios de venta a la industria de hasta 0,30 €/l y costes de producción cifrados en una media de 0,37 €/l, según datos de

- 1 “La clave para invertir en máquinas expendedoras de leche está en fortalecer el marketing, porque hay que vender unos 500 l diarios.” Nacho Gutiérrez, ganadero
- 2 “Nuestra granja se ha apoyado en potencial productivo para ofrecer yogures bebibles enriquecidos con fruta y aromas para nuevas demandas de consumo”, dice Rubén Rodríguez.
- 3 Los *smoothies* tienen su hueco en la “distribución moderna”, con más de 25 000 botellas vendidas al mes por la granja madrileña en España y Portugal.

la organización de productores lácteos (Prolec). Por otro lado, la ingesta de leche ha caído en 2009 hasta situarse en más de 77 l por persona. A medidas oficiales como el contrato homologado de leche, se suma la creatividad del ganadero para adaptarse a lo que se avecina.

MERCADO SIN FRONTERAS

Dentro de una tendencia volátil de precios, la liberalización del mercado de la leche y sus derivados, prevista en 2015, va a obligar más que nunca a producir lo que los consumidores demandan, pero el ganadero europeo ha ganado terreno ante esa fecha. Su modelo de producción ofrece garantías en materia de sanidad y bienestar animal, seguridad alimentaria y medio ambiente. Por ejemplo, el Cow-Comfort proporciona que la vaca dé unos 10 l de leche más por cabeza. Claro que también conlleva costes, pero que hay que promocionarlos para que el consumidor sepa interpretarlo mejor. ¿Cómo? Reva-

lorizando el producto. Una iniciativa en este sentido es el programa del Ministerio de Medio Ambiente, llamado “Letra Q”.

En el terreno de la comercialización, la cooperativa del Valle de los Pedroches (COVAP) busca poner en valor a los ganaderos con la nueva imagen de su leche. “La renovación estética pretende resultar más atractiva a los consumidores y recordar la procedencia de la materia prima”, declara su director general, Miguel Ángel Díaz Yubero.

DEL TANQUE HACIA FUERA

“La leche fresca de Ganadería Cudaña se vende recién ordeñada y caduca a los seis días”, manifiesta Ibón Entrecanales al referirse al producto que va destinado a dispensarse directamente al consumidor en doce máquinas colocadas en sumideros de consumo próximos a la explotación de esta familia de ganaderos cántabros. Son pueblos con población por encima de 4 000 habitantes, aunque en el mayor cen-



PUNTOS CLAVE DE LA VENTA DIRECTA

Idónea para granjas que no superen las 500 vacas en ordeño. Si los precios de entrega de leche a la industria se mueven entre los 0,25 y 0,30 €/l, la venta en expendedoras se sitúa en torno al 1 €/l. El ganadero puede amortizar prácticamente la máquina en un año. En caso de que tenga empleados a su cargo, habrá de esperar un poco más.

Los costes de transporte no son significativos al comercializarse en un ámbito de proximidad. Suele haber entre 50–80 km entre la granja y los puntos de reparto. La mayor inversión apunta a la instalación del sistema de pasteurización en la granja.

