

# Lechería y Sociedad

El vínculo que se da entre los actores de la cadena de valor: productores, procesadoras, técnicos y la sociedad en su conjunto, se ha ganado un lugar en la agenda del sector.

## La experiencia de Campo Australes

Trabajo cooperativo y la búsqueda de soluciones conjuntas definen la corta y fructífera trayectoria de Campos Australes, experiencia que fue compartida por su gerente general, Vicente Urcelay en el 10° Simposio de Empresarios Lecheros SEL Latam.

El gerente general Cooperativa Agrícola y Lechera Campos Australes resumió las últimas noticias globales en el sector lácteo y mostró qué está pasando, con tendencias desde Nueva Zelanda, el cambio climático, las nuevas regulaciones, el trato animal, las bebidas vegetales y su crecimiento, que conforman una mezcla potente. Este mix, dependiendo del cristal con qué se mire, puede ser

visto como una amenaza o una oportunidad. Y en esas señales de

mercado, dijo, en Campos Australes han buscado que sean caminos nuevos para explorar.

Hoy, con 51 cooperados (Los Ríos y Los Lagos); en conjunto producen más de 400 millones litros, con producciones que van desde 150 mil litros de leche el más pequeño hasta los 190 millones el más grande. En conjunto, son más de 120 salas de ordeña.

En su gestión comercial, Campo Australes comercializa la leche de sus cooperados a 8 clientes o industrias: Nestlé, Soprole, Surlat, Valle Verde, Lactalis y queseras como Chauquén y Runca.

Esta cooperativa, cuya principal acción es la venta de leche a estos clientes, comenzó su operación en 2016 y luego los socios decidieron transformarse en cooperativa, con la prerrogativa máxima que 1 socio sea igual a 1 voto al momento de las decisiones.

En 2020 se impulsó la cooperativa y se comercializó leche a las plantas

procesadoras. En 2022 establecieron una pauta única de precios, la cual optimiza el precio y las condiciones de pago, con más flexibilidad para abastecer a clientes.

Como cooperativa, el año pasado comercializaron 171 millones de litro y se constituyeron en el segundo pool comprador y en el principal abastecedor de plantas procesadoras, destaca Urcelay.

“Tenemos puesto el foco estratégico en integración vertical, para pasar al producto terminado; comercialización de leche y compra insumos; y, el desarrollo de la marca Campos Australes, identificación con la cooperativa, visión colectiva; y, sustentabilidad. El negocio busca comercializar 220 millones de litros y con las miras a llegar a la comercialización del 100% de la leche de los cooperados”, explica.

Entre los avances que resumió en el SEL están las opciones para negociar y respon-





der a vaivenes de precios; un sistema de pago propio y las 80 salas de ordeña se trabajan con un modelo matemático para distribuir el abastecimiento de leche a lo largo del año, eso permitió mejorar márgenes.

Un avance muy atractivo es que la compra de insumos se apalanca en el socio más grande, agrupando la demanda de todo el grupo de cooperados: el productor más chico puede acceder a los mismos precios de insumos que los productores más grandes. Junto a ello, se genera un calendario de compra de in-

sumos, en que los socios adaptan el programa de compra y se logra mejores precios.

“En la integración vertical, es clave y agrega valor a los socios, para pasar responsablemente al producto terminado, considerando las variables y alianzas, aprendiendo de experiencias previas”. Hoy trabajan con un grupo europeo para ver oportunidades, con una visión de mediano plazo.

En sustentabilidad, como cooperativa tienen la conciencia que hay que hacer un cambio. Se está mostrando cómo trabaja el producto, donde queda mucho por mejorar,

abrir los campos y transparentar la forma, trabajando con el Consorcio Lechero, con consultoras y certificadoras para poder avanzar y hacerse cargo en los nuevos requerimientos del mercado.

Finalmente, Urcelay destacó que una herramienta vital son las capacitaciones para aportar en la formación de capital humano, con visión en ir mejorando el estándar y mostrando que el sector es un lugar para trabajar. Aquí se suman los temas de comunicación y compromiso con los cooperados. Vaca Feliz: Las redes abren oportunidades para los lácteos

# Ventiladores DeLaval

**Diseño exclusivo**  
Eficiente para el enfriamiento de vacas

**Alta durabilidad**  
Material mas resistente

**Economía de energía**

**Alto flujo de aire**

**El menor nivel de ruido del mercado**

¡El confort que su rebaño necesita para tener una **mejor y mayor producción!**

[www.delaval.com](http://www.delaval.com) | /DeLavalLATAM | /delaval\_latam | /DeLavalLATAM

CHARLISTAS



**Vicente Urcelay**  
 Campos Australes.



**Hayla Fernandes**  
 Head Contenido Milkpoint  
 y Creadora de Vaca Feliz.

MODERADOR



**Inés Rimondi**  
 Innovar Agro.



**¿QUIERES REVIVIR  
 ESTA CHARLA?  
 ESTÁ DISPONIBLE  
 EN NUESTRO CANAL  
 DE YOUTUBE INNOVAR AGRO  
 O EN ESTE LINK: [HTTPS://  
 YOUTU.BE/H-WY40MEDW4](https://youtu.be/h-wy40medw4)**

**PARA DESTACAR:**

- Hoy Campos Australes es el segundo pool más grande de Chile y principal abastecedor de las plantas procesadoras”, menciona Vicente Urcelay.
- “Estamos muy claros y muy conscientes de que, si no hacemos un cambio, la demanda de leche va a seguir bajando al menos en nuestro país, van a seguir apareciendo alternativas; en este caso bebidas vegetales principalmente que van a ir reemplazando y tomando más vuelo, entonces tenemos que trabajar fuerte y desde campos australes lo estamos haciendo mostrando nuestro producto, cómo trabajamos y cómo trabajan nuestros agricultores, ¡transparentando las lecherías!”, destaca Vicente.
- “Inicié en el mundo de la leche desde la parte técnica pero últimamente tengo un proyecto personal llamado la vaca feliz en Instagram. Lo cree porque estaba muy cansada de escuchar a las personas preguntándome: ¿si las personas les pegaban a las vacas de leche?, ¿si las vacas de leche eran felices o eran tristes? ¡y esto me cansaba mucho! Explicarles que las vacas son muy bien tratadas y son muy felices”, menciona Hayla.
- “¿A dónde quiero llegar? Quiero llegar a que la ciudad respete mucho más a los productores y que los productores produzcan la mayor leche posible con las mejores prácticas y el mejor sistema posible”, hace hincapié Hayla.

¿Cómo innovar y atraer nuevos públicos –y fieles- a los lácteos?

¿Cómo responder a las preguntas que la sociedad le hace al sector lácteo?

Cada vez es más exigente este tópico y, nuevamente, se le puede ver como un desafío o como una oportunidad.

En el caso de la brasileña Hayla Fernandes, claramente se trata de una oportunidad para mostrar el sector con una mirada que incluye información y mucho humor a través de las redes sociales. En Instagram, su cuenta Vaca Feliz tiene más de 11.300 seguidores, con un perfil creado para difundir

las buenas prácticas de bienestar animal en el sector lácteo.

Esto comenzó en Instagram, relata Hayla, en forma muy simple. “Mostró una necesidad de tener discurso para los profesionales, técnicos y productores, para hablar de los procesos que se hacen bien”. Ella como médico veterinario, cuenta que es necesario hablar y comunicar y cuando se entrega bien el mensaje, es mucho mejor.

“Vaca feliz es una marca, una causa, quiere que los productores produzcan leche con las mejores prácticas. Los contenidos van a consumidores y técnicos, con te-

mas como BA y las personas, con el objetivo de cambiar conceptos y pensamientos. Estamos contra el movimiento y los activismos que confunden a las personas sobre el trato al ganado”, dice.

El propósito de su creadora es alimentar a las personas con alimentos y con ideas. Así, a diario se encuentra con comentarios que dicen que la leche contiene pus; que hay maltrato animal; que las vacas son esclavas; que los terneros siempre están con hambre. Esto lo combate por Instagram. Su estrategia es provocar y entregar quiebres de argumentos con humor e ingenio, junto a ello contenidos técnicos, columnas y cursos.

“Si las vacas están enfermas, no se puede crear un sector productivo exitoso. Junto a ello, mostramos técnicas de confort animal, entregando apoyo a técnicos”.

Los ejemplos de posteos en Vaca Feliz se basan en ciencia, con validación científica y estadística, pero también con mensajes con mucho humor. Hablando al consumidor en forma simple y directa, no con lenguaje técnico. Hoy tiene 11 mil seguidores, con un excelente tráfico y métricas, con muchas visualizaciones.

Para Hayla, estas acciones constituyen una invitación permanente a unirse, hacer un movimiento con más profesionales interesados.

En sus proyecciones, adelantó que usará nuevas herramientas, invitando a “abogados” de su causa, ayudantes de su causa y se han levantado, productores, técnicos, gente que está apoyando, siempre sencillo y bien humorado. “Se necesita crecer en visibilidad, aumentar seguidores, mejorar generación contenido, asociarse con profesionales, más presencia y asociarse con la industria láctea”, concluyó.

**Hardy Avilés**

**Infortambo**  
LABORATORIO TECNOLÓGICO

**Infortambo**  
LABORATORIO TECNOLÓGICO DE LECHE

**Innovar agro**  
conectamos ideas



**Ahora  
Fortemil  
2 en 1  
Vitamina B12  
Integrada**

**Energía y Potencia  
para sus animales**

ourofino  
salud animal

## Evolucionamos

pensando en su beneficio,  
comodidad y el medio ambiente.



**ourofino**  
salud animal

# Fortemil

**Energía y Potencia**  
para sus animales