



Juan Carlos Pozo

Director general de OVISO

1ª LONJA INTERNACIONAL DE OVINO

Posibilidades de España en el mercado internacional ovino

Es importante analizar los puntos fuertes y débiles de España para la internacionalización del ovino. Para ello, vamos a hacer un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades), aunque comenzando por la parte buena.

► OPORTUNIDADES

- Concentración del sector ovino, a través de las alianzas entre productores. De hecho, solo exportan estructuras con volumen. Un ejemplo es que ha partido un barco con 20.000 animales de vacuno y ovino, para lo que se necesita tener alianzas. Además, la comercialización del ovino todavía no está en manos de multinacionales. Si se desarrolla un potencial importante, alguien querrá participar también en la comercialización del ovino. Y las multinacionales sí saben hacer alianzas. Si somos capaces de organizarnos, daremos al mercado lo que nos pide. Si no somos capaces de organizarnos, seguro que nos organizan si hay negocio.
- Apertura de nuevos países: Líbano, Libia, Argelia. El trabajo conjunto del Ministerio y las distintas empresas que salen al exterior abre nuevos mercados. Cada día se abre el abanico de opciones.
- Producto religioso. El consumo de ovino está relacionado con las distintas religiones y el valor se lo está dando su carácter religioso.
- La exportación permite una subida de precios medios anuales. Suben los precios bajos, pero no los que ya estaban altos. Si no se gestionan los precios altos, se desvanecerán las oportunidades. No tiene sentido tener grandes diferencias de precio entre distintos meses, porque cualquier esfuerzo por abrir un mercado puede peligrar. Un ejemplo es Rumanía, tiene una tendencia de subida en el censo y con un precio más bajo que el nuestro en momentos altos. Más estabilidad, se traducirá en explotaciones más rentables.
- Aumento del censo en las explotaciones más rentables. Están desapareciendo las explotaciones con menos censo, mientras que las ganaderías bien organizadas con el concepto empresarial están creciendo. Existe el modelo de explotación rentable de ovino.
- Venta de genética. De todos modos, si vender carne es complicado por temas sanitarios, se complica en el aspecto genético, pero es posible porque hay demanda, como ha ocurrido en el sector caprino.

- El cliente ha venido a buscarnos. Hay una necesidad de producto. Es una opción que tenemos que aprovechar.

► FORTALEZAS

- Somos los octavos productores mundiales de cordero. España tiene mucho que decir en el mercado mundial. Lo que pasa en el mercado español influye en el resto.
- Tenemos salida al mar, principalmente a través de los puertos de Cartagena y Tarragona. Por otra parte, también tenemos una significativa cercanía con países demandantes como Libia, Argelia, Túnez o Marruecos.
- Buena red sanitaria, a pesar del problema de la disminución de ayudas en las ADS. Sin la sanidad, no se puede comerciar. Cuando hay un problema, saltan las alarmas y se puede atajar el problema rápidamente. En ese sentido, hay muy buenos profesionales.
- Variedad de razas. Permite dar al cliente lo que busca, ya que también elige la raza. Nos permite acercarnos a muchos países.
- España tiene el mejor cordero del mundo. Los sistemas de producción son muy diferentes y difíciles de trasladar a otros países. No se hace 'cordero de hierba', sino con pienso concentrado. Así, el producto es muy diferente a otros países. No es un modelo que se pueda copiar en otras partes, ya que requiere una fuerte inversión.
- 'Marca España'. En los países de norte de África y de Oriente Próximo, España tiene una buena imagen.

► AMENAZAS

- La nueva reforma de la PAC. Existe el peligro de que disminuya aún más el censo nacional de ovino, lo que dificultaría las operaciones con otros países. Si la PAC no favorece los intereses del sector ovino, será muy complicado.
- Costes de alimentación.
- Sanidad. Se ha convivido con la lengua azul, pero en zonas de Extremadura todavía hay una vacunación obligatoria y no se ha erradicado totalmente. Es muy importante para la comercialización del producto. Tampoco la totalidad de España está oficialmente indemne a la brucelosis.
- Bajada del consumo nacional. Se está en datos históricamente bajos, con 1,57 kilogramos por habitante y año, que es un nivel muy peligroso. Se corre el riesgo de abandonar el mercado interior, pero eso puede suponer un problema. La interprofesional del ovino debe fomentar el consumo de cordero.

► DEBILIDADES

- Altos costes de producción. Por lo tanto, nos cuesta competir por precio. El cordero español no es barato. Por necesidad, se tiene que vender caro.
- Gran dependencia de las ayudas públicas. Según un estudio del Ministerio de Agricultura, el 60% de la facturación del ovino proviene de las ayudas, mientras que el 40% es de ingreso por ventas.
- Bajada del consumo interno. En el pasado se exportaba ocasionalmente, porque España era el país más caro del mundo y el consumidor estaba acostumbrado a pagar precios altos por carne de cordero. Por lo tanto, éramos un foco de atracción para cualquier país. Sin embargo, ahora hay necesidad de salir fuera. Cuesta cambiar esa tendencia.
- Explotaciones de pequeño tamaño y poco rentables. El ovino es un sector atomizado.
- Débil industria cárnica del cordero. Se trata de 'micro-mataderos'.
- Falta de unión del sector, de cara a la exportación. Por lo tanto, puede producirse una devaluación del producto, y por lo tanto, un descenso del precio.
- Alta burocracia, con 17 comunidades autónomas. Hay regiones que pueden exportar mejor que otras.