



El sector porcino en España

Alicia Langreo Navarro ►
Directora de Saborá
Antonio González del Barrio
Director de Amprogapor

El porcino aporta algo más del 30% de la producción final ganadera española y en torno al 10% de la producción final agraria. Desde la entrada en la CEE, el censo ha experimentado una subida superior al 50%. En la actualidad España, con el 15,8% (UE-25), cuenta con el segundo censo de la UE, superada únicamente por Alemania (17,4%). El censo de porcino español es el que más ha crecido de la UE en estos años, excepción hecha de Irlanda, que tiene un censo reducido; los crecimientos de Dinamarca, Francia y Alemania se encuentran muy alejados y Holanda, que se consideraba un posible competidor, ha reducido sus efectivos. De los nuevos países miembros, únicamente Polonia y, en menor medida, Hungría tienen censos importantes. De los grandes productores europeos, únicamente España y Polonia tienen censos en expansión.

El comportamiento del porcino en España está vinculado a la organización de la producción, basada en una fuerte verticalización entre la producción de piensos y la ganadería. Esta verticalización, en una primera etapa incluyó únicamente el cebo mientras las empresas integradoras se abastecían de lechones en el mercado, dividiendo el mapa productivo y dando lugar a zo-

nas especializadas en cebo y en cría, que obligaban a largos viajes y generaban problemas de estrés por transporte en los lechones y mayor mortalidad. Poco a poco este problema ha ido corrigiéndose, mediante la producción de crías por las propias integradoras o, en menor medida, la entrada en la actividad de cebo de los criadores de lechones; en la actualidad, el mercado de lechones se ha reducido sensiblemente.

Cuadro 1
CENSOS DE PORCINO EN LOS PRINCIPALES PRODUCTORES DE LA UE-15 (MILES DE ANIMALES EN DICIEMBRE)

	1986	2003
Alemania	24.180	26.495
Dinamarca	9.422	12.961
España	15.783	24.053
Francia	12.002	15.251
Holanda	14.063	10.766
Italia	9.274	9.157
Reino Unido	7.887	4.812

Fuente: EUROSTAT. S.G. Estadísticas Agroalimentarias. MAPA.

Cuadro 2
CENSOS DE GANADO PORCINO (MILES DE ANIMALES EN DICIEMBRE)

	1986	1992	1998	2000	2001	2002	2003
Galicia	1.422	961	1.007	988	777	750	878
Navarra	380	344	524	470	555	571	535
Aragón	1.992	2.261	3.179	3.526	4.134	3.830	3.799
Cataluña	4.642	5.083	5.557	5.885	6.108	5.897	6.204
Castilla y León *	2.222	2.941	3.308	3.100	3.360	3.305	3.338
Castilla-La Mancha	801	932	1.616	1.293	1.912	2.052	2.000
Comunidad Valenciana	823	873	1.129	112	1.128	1.129	1.300
Murcia	1.036	1.393	1.626	1.688	1.774	2.095	2.023
Extremadura *	743	1.105	1.126	1.343	1.476	1.298	1.278
Andalucía *	1.082	1.972	1.919	2.368	2.249	2.223	2.373
Resto	640	395	571	1.376	385	368	325
España	15.783	18.260	21.562	22.149	23.858	23.518	24.053

* Incluye el censo de ibérico

Fuente: S.G. Estadísticas Agroalimentarias. MAPA.

La profunda modificación de la ganadería de los años cincuenta y sesenta (introducción de las razas especializadas para cebo intensivo, de la alimentación científica y de la integración vertical) dio lugar a un nuevo mapa ganadero, en el cual el cebo se concentró en el núcleo catalán (incluido parte de Aragón y de la Comunidad Valenciana) y Segovia, mientras se mantenía la producción, con censos más equilibrados, en Murcia y Galicia y los efectivos caían en el resto de las regiones. Con el tiempo, las granjas se han extendido a otras zonas, especialmente a las áreas poco pobladas del interior peninsular, en las que han sido capaces de incorporar a jóvenes. Hoy la ganadería porcina es una de las pocas actividades agrarias que pueden actuar de motor de desarrollo, pero previamente habría que buscar soluciones medioambientales de manera que se evite la contaminación y el desarrollo de las granjas no impida, por ejemplo, el turismo rural.

Una producción crecientemente verticalizada

La producción verticalizada (producción de piensos y ganadería) alcanza más del 60% del censo, incluyendo tanto las diversas fórmulas de integración vertical (contratos de servicios en los que la responsabilidad empresarial del ganado corresponde al integrador) y la producción cooperativa. El proceso de verticalización ha dado lugar a grandes unidades de producción que tienen una estrategia única, capaces de marcar el

ritmo de incorporación de tecnología y de negociar con las empresas cárnicas, cada vez mayores, y la distribución. Como contrapartida, las explotaciones ganaderas ceden buena parte de sus funciones empresariales. Así, España cuenta con algunas de las mayores productoras de porcino europeas (Vall Companys SA).

Los procesos de verticalización en porcino se han producido, sobre todo, a partir de la producción de piensos, aunque también hay importantes ejemplos de verticalización desde la industria cárnica, caso del Elpozo Alimentación SA. Durante mucho tiempo se ha mantenido esta situación. En la actualidad se está avanzando hacia una verticalización más amplia, que abarca desde la producción de piensos a la industria cárnica e incluso, ocasionalmente, la distribución. Este proceso, aún lejos de generalizarse, está siendo protagonizado por algunos de los principales operadores del sector, tanto de la fase de la producción ganadera como de la industrial: Elpozo Alimentación, Campofrío, Guissona, Proinserga, Coren, etc. Entre las empresas que han acometido este proceso de verticalización se encuentran tanto cooperativas como sociedades mercantiles.

La concreción de esta verticalización se ha realizado de diversas formas: mientras Elpozo ha incorporado la producción de piensos, Guissona y Coren han alargado su producción incluso hasta la tienda, Proinserga ha entrado en la matanza, mientras Campofrío está alcanzando acuerdos de suministro con productores. Este



▼
La producción verticalizada (producción de piensos y ganadería) alcanza más del 60% del censo, incluyendo tanto las diversas fórmulas de integración vertical (contratos de servicios en los que la responsabilidad empresarial del ganado corresponde al integrador) y la producción cooperativa

nuevo modelo de verticalización, que se está produciendo a la vez que aumenta la dimensión de las empresas, permite abordar mucho mejor la puesta en marcha de las medidas de seguridad alimentaria, asegurar la trazabilidad y garantizar la oferta del producto demandado por el consumo.

En buena medida, los resultados del estudio realizado recientemente por la CCAE¹ al respecto mantienen también la necesidad de una estrategia que permita el acceso a nuevos mercados exteriores, lo que requiere un aumento de la dimensión de las empresas y de la verticalización de la producción, en este caso mediante la entrada en la producción de carne e incluso el despiece.

Esta verticalización integral, unida a la existencia de grandes unidades productivas, permite a los mayores operadores del sector negociar en mejores condiciones con las grandes firmas de la gran distribución, de forma que ambos procesos pueden considerarse vinculados. En este sentido, cabe mencionar que, en términos generales, la producción española es una de las mejor estructuradas de la UE, aunque aún se encuentran lejos del modelo danés, el más eficaz del viejo continente.

Ahora bien, este panorama del segmento líder de nuestra producción no puede hacernos olvidar que aún hay una buena parte de la producción que aún no está verticalizada; que en la mayor parte de los casos, la verticalización existente no alcanza a toda la cadena de producción, y que las empresas productoras, a pesar de su dimensión, muy superior a la de otros sectores, se encuentran lejos de la existente en los países líderes (Dinamarca, EEUU) y aún no permite afrontar la pre-

sencia estable en terceros países y la negociación en un mayor ámbito con la gran distribución.

El sector muestra una balanza netamente positiva con cerca de 500.000 toneladas exportadas frente a menos de 170.000 importadas, mientras en el momento de la entrada en la CEE tanto las importaciones como las exportaciones se movían en cifras insignificantes. Es decir, España es ahora uno de los grandes exportadores mundiales y debe elaborar estrategias que le permitan colocar en todos los mercados sus productos. Ese es el gran reto actual. Sin embargo, por ahora el mercado español se centra en la UE y apenas logra acceder a mercados de terceros países (un 15% de las exportaciones totales en 2003), que serán necesarios para colocar nuestra gran producción a medio plazo. Hay que tener en cuenta que Japón es el primer comprador, con más del 30% de las importaciones mundiales, seguida por Rusia (16,6%) y Estados Unidos (casi 16%).

Esta certeza ha llevado a ANPROGAPOR a poner en marcha un grupo de trabajo en el que elaborar una estrategia que permita disponer de la estructura adecuada a la nueva situación mediante un nuevo proceso de concentración encaminado a abordar aquellos puntos más débiles: mejora de la dimensión, del suministro de materias primas para piensos, entrada en nuevos mercados, búsqueda de clientes en un ámbito superior, mejora de la organización logística, etc.

Igualmente, el planteamiento de la organización interprofesional, en proceso de constitución, está orientado a actividades que faciliten tanto el incremento del consumo en España como en el resto de la UE y en países terceros, para lo que se plantean objetivos como la promoción o la mejora de la imagen y el conocimiento en profundidad del sector.



▼
En la industria dedicada a las carnes de porcino transformadas conviven las mayores empresas del sector (Campofrío, Elpozo) con pequeñas industrias de corte familiar elaboradoras de productos tradicionales

La dualidad de la industria cárnica: grandes firmas y producciones tradicionales

La producción de la industria cárnica, con más del 20% de las ventas, aporta la mayor producción a la industria alimentaria española. En ella se cuentan mataderos, salas de despiece e industrias de transformación. Esta última, dependiente del porcino, es la que cuenta con mayor dimensión y a ella pertenecen los mayores operadores. El porcino es la carne que en mayor medida se dedica a la transformación industrial: más del 45% frente a sólo un 4% en vacuno.

En la industria dedicada a las carnes de porcino transformadas conviven las mayores empresas del sector (Campofrío, Elpozo) con pequeñas industrias de corte familiar elaboradoras de productos tradicionales. Cabe resaltar que, de estas últimas, son muchas las que obtienen buenos resultados en su nicho concreto.

En el ámbito de las grandes firmas se está produciendo una gran concentración mediante absorciones y fusiones (modelo Campofrío) o la ampliación de sus negocios tradicionales (Elpozo). Sin embargo, en el segmento de empresas de mediana dimensión es donde se han registrado los mayores problemas, seguidos de algunos cierres, lo que ha facilitado el crecimiento de las mayores.

En el otro extremo, las industrias pequeñas elaboradoras de productos tradicionales, extendidas por todo el territorio, en buena medida desvinculadas de la producción ganadera, y con frecuencia vinculadas al desarrollo rural y local y al turismo de interior, también están consiguiendo buenos resultados. Un caso especial es el de la industria de transformados del cerdo ibérico, que está alcanzando excelentes resultados.

Consumo y distribución de la carne de porcino

El consumo de carnes en España alcanza casi 2,8 millones de toneladas y, con el 22%, es principal epígrafe del gasto en alimentación². El volumen consumido ha subido un 7,8% en los últimos cinco años debido al incremento de la población. El porcino fresco aporta el 20,6% del consumo cárnico y las carnes transformadas el 23%, de forma que los productos del porcino aportan casi el 45%. Entre 1987 y 2003, la participación de porcino en el consumo de carnes frescas ha subido del 13,83% al 20,6%. Destaca el buen comportamiento de los transformados tradicionales, especialmente, de ibérico³.

En el consumo de carnes han tenido mucha influencia las crisis alimentarias recientes, en especial la de “las vacas locas”, que han alterado el funcionamiento de la cadena de producción y han provocado cambios en los canales y las formas de venta. Fue además el detonante de la nueva política de Seguridad Alimentaria.

En las carnes se ha mantenido durante mucho tiempo el predominio de la carnicería y charcutería tradicional; sin embargo, recientemente ha crecido la participación de la gran distribución (supermercados + hipermercados) debido a la opción por desarrollar y cuidar los productos frescos. Como resultado, en 2003 las tiendas tradicionales sólo canalizaban algo más del 37% y la gran distribución superaba el 54%. En el porcino fresco la gran distribución alcanza casi un 43% frente al 36,85% de la tienda tradicional, mientras que en las carnes transformadas alcanza el 60%.

La nueva estrategia de la gran distribución está provocando cambios en la cadena de producción de carnes debido a su gran volumen de compra, que se ve reforzado por la creciente centralización de las decisiones de compra, a la limitación del número de suministradores, a la creación de marcas propias, al incremento del producto envasado y a las exigencias de protocolos de producción. Hay que tener en cuenta que la gran distribución está cada vez más globalizada y, que dentro de la UE, en casi todos los países se encuentran las mismas empresas, que tienden a establecer estrategias de suministro a nivel de la Unión e incluso algunas cuentan con unidades centrales de compra que cada vez incorporan más productos, limitando la autonomía de las filiales nacionales.

Según los datos de Eurostat, referidos al consumo aparente, España es el primer consumidor



de porcino de la UE por persona y año, con un volumen de más de 66 kilos por persona y año, frente a menos de 44 de media (UE-15).

Conclusiones

En definitiva, el sistema de producción español se ha mostrado muy eficaz desde la entrada de nuestro país en la CEE, de manera que ahora España tiene una de las producciones más competitivas y se ha convertido en un gran exportador. Por lo tanto, es necesario que se pongan en marcha estrategias que permitan penetrar todos los mercados posibles, tanto de la UE como de terceros países.

▼ Notas

¹ "Estudio sobre comercialización agroalimentaria en el sector cooperativo español". CCAE. 2004. Publicado en colaboración con el MAPA.

La producción española presenta diversas debilidades que hay que afrontar con el objetivo final de eliminar las barreras que permitan esa presencia en todos los mercados: mejora de los sistemas de apoyo al comercio exterior, mejora de la organización del sector, mejora de la comunicación, incremento de la dimensión de las empresas y de su verticalización y eliminación de los problemas sanitarios.

En este marco hay que tener en cuenta que, aunque el sector cuenta con empresas líderes que tienen en marcha procesos de crecimiento y verticalización que abarcan a toda la cadena de producción, queda una parte significativa sin verticalizar (más del 30%) y una parte considerable de la producción verticalizada abarca únicamente producción de piensos y cebo.

La expansión de la producción a nuevas áreas que está teniendo lugar va a permitir rebajar la presión medioambiental en algunos territorios, además de constituir una oportunidad de desarrollo en zonas despobladas del interior peninsular. Pero es necesario que este nuevo desarrollo se implante teniendo en cuenta las nuevas exigencias para no repetir errores anteriores.

La producción de porcino, como las restantes producciones ganaderas, debe hacer frente a las nuevas exigencias relacionadas con la seguridad alimentaria, el cuidado del medio ambiente y el bienestar de los animales y mantener los estándares de eficacia en el nuevo marco. Aunque esto está suponiendo un esfuerzo, la mayor parte del sector lo podrá asumir adecuadamente.

El sector cuenta también con una buena industria cárnica, entre la que se cuentan grandes empresas y pequeñas firmas especializadas en productos tradicionales, mientras hay un segmento intermedio de empresas que ha atravesado dificultades.

Los nuevos retos y el incremento de la presencia de los productos españoles cada vez en más mercados requiere un mayor grado de colaboración entre los agentes del sector, para lo que es imprescindible un buen marco en la organización interprofesional y un abierto apoyo de la Administración a la exportación y a la promoción, siempre en el marco de las normas de defensa de la competencia. ■

² Información correspondiente al año 2003. Panel de Consumo. MAPA.

³ Que no se incluye en este artículo por falta de espacio.