

Mercados ganaderos en España

Rafael Reyes

Cuerpo Nacional Veterinario

La ganadería ha sido tradicionalmente, y sigue siendo hoy en día, una de las actividades económicas de más largo y profundo arraigo dentro de la sociedad rural española, si bien con distinta intervención e importancia dentro del mapa nacional según condiciones naturales de cada zona y vocación de la población del lugar, ofreciendo un excelente ejemplo de lo dicho a del ganado ovino en zona mesetaria, y dentro de ella la relativa al merino, que alcanzó renombre universal.

Esta antigua y tradicional actividad ha llevado siempre aparejada la existencia de organizaciones de tipo gremial, que en algunos casos como el de la Mesta tuvieron relevante influencia dentro de la Historia de España, y en otros la necesidad de atender a un imperioso requisito económico, que fue siempre el de la comercialización del ganado producido.

Esta última necesidad dió históricamente lugar a lo que la lógica imponía dadas las naturales condiciones en que el sector se encontraba y todavía en gran medida se encuentra hoy en día: amplia dispersión y atomización tanto de la oferta como de la demanda, precios poco transparentes, necesidad de jerarquizar calidades mediante comparación próxima, etc., lo que evidentemente condujo a la sociedad rural de entonces a la necesidad de crear por inspiración popular los mercados ganaderos mediante concesiones que realizaba la Corona a los ayuntamientos, y casi con los mismos fines y postulados que hoy se conocen los modernos mercados de ganado.

Sin embargo pecaríamos de injustos si no les reconociesemos a estas instituciones el papel social que durante siglos han venido desempeñando en el agro español, ya que los mercados de ganado además de meros lugares para la venta del ganado constituyeron auténticos centros de relación social, donde numerosas personas tenían

ocasión de relacionarse periódicamente, con frecuencia solo de mercado en mercado, dado que habitualmente no tenían otra oportunidad de hacerlo, además de la de proveerse toda la familia de los enseres domésticos, que frecuentemente se vendían en el mismo lugar.

Estos antecedentes condujeron a la creación de los mercados de ganado que hoy conocemos bajo los mismos principios básicos que les dieron origen, pero sensiblemente actualizados en su ordenación y funcionamiento para acoger importantes aspectos de instalaciones, sanidad, facilidades de carga y descarga de los animales, constatación de precios, etc, de que lógicamente carecían con anterioridad.

Así pues estos centros de contratación y venta de ganado han sido apoyados y ordenados por la Administración para ejercer lo mejor posible su moderno papel, atendiendo para ello a la importancia ganadera de la zona, su situación geográfica, etc., dando lugar a una importante legislación que en síntesis comienza por clasificar a los mercados en aquellos que se celebran con presencia física de animales, y los que tienen lugar sin presencia física de estos. Dentro de los primeros se establecen:

- Mercados de categoría comarcal.
- Mercados de categoría regional.
- Mercados de categoría nacional.

Aparte de su categoría, los mercados pueden tener carácter polivalente o específico, es decir albergar ganado de distintas especies o solamente única.

Una de las variantes de contratación que la legislación reconoce en los mercados ganaderos es la existencia de centros de contratación de ganado sin presencia física, tan magníficamente representados por las Lonjas.

Las distintas categorías de mercados con presencia física de animales entra-

ñan grados de superación en requisitos de instalaciones y servicios, que se inician con los mínimos exigidos para los comarcales, se extienden en los regionales y se amplían en los nacionales.

Los comarcales deben contar entre otras requisitos con:

- Superficie urbanizada y vallada.
- Locales para servicios comerciales de compraventa.
- Muelles para la carga y descarga del ganado.
- Básculas para el pesado del ganado.
- Locales cubiertos de capacidad acorde con la concurrencia prevista.
- Instalación de agua potable.
- Local para aislamiento de animales enfermos o sospechosos.
- Dispositivos para lavado de vehículos y locales, así como para la desinfección de estos últimos.

Los regionales, además de los requisitos anteriores deben disponer de otros servicios complementarios, entre lo que se cuentan como más señalados los de:

- Área de subasta.
- Horno crematorio.
- Servicio de tipificación y clasificación de animales, además de información comercial.

Los nacionales, por último, cuentan con los elementos de los anteriores más:

- Almacén de piensos y camas del ganado.
- Servicio de gerencia.
- Juntas de precios y servicio comercial.
- Zona para la comercialización de productos agropecuarios.



Los mercados de ganado además de meros lugares para la venta de ganado, son centros de relación social.

El funcionamiento de estos centros de contratación atiende a los mismos principios que ancestralmente les dieron origen, es decir la venta mediante trato directo del ganado ofertado por el vendedor, tanto de cabezas aisladas como de lotes, y la consiguiente adquisición por el comprador. El precio es acordado entre las partes, si bien en cualquier caso los servicios comerciales del mercado informan a título orientativo de los precios que en esa sesión se están practicando para cada especie y aptitud de ganado. Esta constatación de precios se hace según cada centro, bien por la media de los valores pagados ese día, o por los precios mínimos y máximo y más frecuentes cotizados para cada tipo de animal.

La determinación de estas cotizaciones, exclusivamente de naturaleza orientativa, se realiza por una mesa de precios constituida según su propio reglamento en los mercados que disponen de ella, por una representación de vendedores y compradores moderada generalmente por el propio Gerente del mercado o persona ajena a los intereses de unos y otros.

La gerencia del mercado se ocupa entre otras importantes misiones de vigilar el correcto cumplimiento de las normas establecidas, así como de llevar control estadístico del movimiento habido de ganado; cabezas de ganado que ha concurrido a la sesión, número de las ventas, cifra de vehículos participantes en el transporte de animales, edición y publicación de precios practicados, etc.

SESIONES

La celebración de sesiones es periódica, generalmente semanal, si bien en otros casos solo tiene frecuencia quincenal, por ejemplo el Mercado de Talavera. No obstante en casi todos los casos se celebran a lo largo del año sesiones especiales con motivo de acontecimientos locales: fiestas patronales, ferias, etc.

La influencia comercial ejercida por los mercados excede el ámbito estrictamente puntual de las transacciones realizadas en el recinto del mismo, ya que si bien son numerosas las ventas que allí se realizan existen otros cana-

les de comercialización como son las compraventas de animales que no asisten al mercado, y se venden sobre explotación, que se ven afectados por el precio que se practicó o probablemente se va a practicar en la sesión de mercado más próxima. Así pues estos centros tienen gran influencia en la transparencia y difusión de los precios del ganado de la zona debido a la facilidad que tienen los interesados de poder consultar los precios vigentes en la semana mediante, incluso en ocasiones, una simple llamada telefónica realizada a cualquier hora.

CONCURRENCIA

Como antes se ha dicho, en los mercados de ganado con presencia física, a los que hasta ahora nos estamos refiriendo, existen distintos tipos de concurrencia de especies que van desde aquellos altamente especializados en ganado vacuno, generalmente situados en las provincias de la España húmeda: Galicia, Cornisa Cantábrica y León, hasta otros en que por el contrario sus mayores concurrencias se pro-

ducen de ganado ovino pasando por los que como el de Talavera, por ejemplo, muestra cierto equilibrio entre las especies concurrentes.

Especial mención hay que hacer de las especies porcina, aves y conejos que su comercialización transcurre prácticamente por derroteros diferentes a las de su presencia física en mercados y de los que luego nos ocuparemos.

Este importante entramado de instalaciones y organización se traduce en una dinámica comercial de extraordinaria importancia económica, tanto en sus cifras absolutas como dentro del contexto general de la ganadería española.

Excepcional papel juegan en la comercialización del ganado vacuno algunos mercados de alta especialización como el de Santiago de Compostela, donde en el año 1990 concurrieron más de 200.000 cabezas, de las que se vendieron un elevado porcentaje de ellas, por importe de más de 14.000.000 de pts.

Muestra de la elevada aceptación que este mercado y sus sistemas de venta tiene para los ganaderos es que los porcentajes de venta sobre concurrencia fueron superiores al 90%, con excepción de las vacas de vida, en que tanto las cifras de asistencia como la venta fueron bastante más modestas, ya que este tipo de ganado tiene más predicamento comercial en otros mercados, como luego veremos.

De semejantes características y volúmenes de comercialización es el mercado nacional de Torrelavega, también vertido fundamentalmente a la comercialización del ganado vacuno, si bien con algunos matices propios que le confieren fuerte personalidad.

En este mercado destaca la importancia que tiene la comercialización de vacas para vida, preferentemente lecheras, por lo que es el lugar adonde este tipo de ganaderos acude frecuentemente para suministrarse.

Aparte de lo anterior la Dirección del mercado presta especial atención a aspectos tan importantes como es la sanidad del ganado a realizando todos los meses una sesión especial dedicada a la comercialización de ganado saneado, y la mejora ganadera promo-

cionando reuniones de exposiciones de ganado selecto y concursos-subastas.

Otros mercados de fuerte vocación en el sector del ganado vacuno son los de: Avilés con concurrencia anual de aproximadamente 160.000 cabezas de vacuno, Pola de Siero 80.000 cabezas, Talavera de la Reina 37.000 cabezas, Avila 65.000 cabezas, León 65.000 cabezas Salamanca 114.000 cabezas, etc.

GANADO OVINO

En lo relativo al ganado ovino los niveles de comercialización a través de los mercados en origen de ganado son también extremadamente altos, habiendo sido éste como antes decíamos una práctica muy antigua e importante desde tiempos remotos.

También en esta especie encontramos junto a mercados que tienen presencias de ganado bastante variada, otros que están vertidos casi exclusivamente al ganado ovino donde alcanzan importancia notoria. Dentro de éstos, y por las especiales características que tiene este ganado es preciso decir que en casi todos ellos se comercializa la raza propia de su zona de influencia.

Especial importancia en ganado ovino alcanzan los mercados de Baza con niveles de concurrencia anual de 250.000 cabezas, Talavera de la Reina 61.000 cabezas, Burgos 114.000 cabezas, Salamanca 114.000 cabezas, Medina del Campo 450.000 cabezas, Medina de Rioseco 104.000 cabezas, Medina de Benavente 187.000 cabezas, Alcantarilla 150.000 cabezas, Caravaca 217.000 cabezas, etc.

Otras especies como porcino, equino y caprino se comercializan en los mercados de ganado de origen, si bien los niveles son bastante reducidos dado que en el caso de los primeros sus canales de comercialización por motivos sanitarios, etc. discurren preferentemente por otros cauces como luego veremos, y en las otras dos sus efectivos son reducidos.

Variante de mercados en origen de los que se celebran con presencia física de animales es la de aquellos en que las sesiones tienen lugar sin asistencia del ganado realizándose las transacciones entre compradores y

vendedores, basándose en calidades de ganado muy específicas y standardizadas, frecuentemente muy conocidas por ambas partes, y en las cotizaciones de mercado vigentes en ese momento, constatadas generalmente por las mesas de precios del mercado correspondiente.

La institucionalización de estos mercados está representada por las lonjas, centros de constatación de los precios vigentes que cuentan con mesas de precios en los que están representados paritariamente compradores y vendedores que discuten, fijan y publican las cotizaciones que se practican en los tratos reales que se producen en el mercado que simultáneamente se suele celebrar en zona próxima o cuando este mercado no existe en las operaciones de compraventa de que tienen noticia. Estas mesas suelen estar presididas por una persona ajena a los intereses de compradores y vendedores que modera las discusiones y en ocasiones decide el precio si no pueden llegar a un acuerdo ambas partes.

Las lonjas suelen disponer de varias mesas de precios, generalmente una por especie, que fijan sus propios precios, existiendo variantes en la mecánica de funcionamiento de las mismas que van desde la celebración de una sola reunión para constatar precios, hasta la convocatoria de dos, una de orientación y otra de cierre o comprobación sobre el terreno de los precios practicados.

La influencia de las lonjas es extremadamente importante en la comercialización de determinadas especies porcino, aves, conejos, huevos, e incluso vacuno y ovino, fijando precios que luego se aplican a animales o productos de éstos, por ejemplo en este último caso huevos a retirar de la propia explotación ganadera.

Pero no son sólo objeto de dictamen los animales vivos o alguno de sus productos, sino que dentro de sus actividades se encuentra también la de constatación de los precios de las canales de la mayor parte de los animales, lo que evidentemente sirve también para imprimir transparencia a las transacciones que se realizan en mataderos, etc.