

Enrique Ulloa, presidente de CESFAC

«Hay que acercar el sector a la sociedad civil, que sepa qué hacemos, cómo y para qué»

Desde el pasado mes de julio Enrique Ulloa combina la Dirección General del área agropecuaria de Saprogal con la Presidencia de la Confederación Española de Fabricantes de Alimentos Compuestos (Cesfac) y el patronato de la Fundación Cesfac. A lo largo de la entrevista nos adelanta sus proyectos de futuro al frente de la Confederación y evalúa la situación actual de la industria de alimentación animal.

Mundo Ganadero.- Para comenzar, ¿cuáles son los objetivos y principales proyectos para esta nueva etapa?

Enrique Ulloa.- La misión de Cesfac en esta nueva etapa será constituir la mejor alternativa en la defensa de los intereses del sector de la alimentación animal, tanto ante las administraciones públicas como ante la sociedad civil y los medios de comunicación. Uno de los principales objetivos de la Confederación será desarrollar un proyecto de seguridad alimentaria que englobe a todos los operadores implicados y a la administración. Por otra parte se pretende definir el Plan Director del sector de la alimentación animal y realizar una apuesta decidida por I+D+i (Investigación, Desarrollo e Innovación), así como por la formación. Otro de los objetivos fijados consiste en poner en marcha la interprofesional del sector y convertirnos en el principal foro de debate en el ámbito alimentación animal.



«Nuestra posición en este tema es muy clara: No nos compete a nosotros decidir o no sobre la inclusión de los productos transgénicos en la alimentación animal»

M.G.- ¿Cómo ha vivido y cómo valora la adaptación de la industria de alimentos compuestos a los cambios normativos que se han ido sucediendo en los últimos años?

E.U.- El sector de la alimentación animal es un sector tremendamente profesional, y por lo tanto está preparado para adaptarse adecuadamente a los sucesivos cambios de reglamentación. Evidentemente no se nos escapa que ha sido todo muy rápido y prolijo: legislación europea, nacional y autonómica en un tiempo récord. Todo ello nos ha tenido a todos muy

entretenidos, y con mucha carga de trabajo, pero como contrapartida hemos demostrado que el sector está a la altura de las circunstancias y por lo tanto nos sentimos tremendamente satisfechos de la adecuación del sector a las necesidades legales.

M.G.- En el contexto actual marcado por cierta desconfianza por parte del consumidor, ¿cuál es la posición del sector productor de piensos ante la inclusión de productos transgénicos en alimentación animal?, ¿cómo ha sido su evolución?

E.U.- Una de las mayores preocupaciones que tenemos en el sector es generar confianza en los consumidores. Que estén tranquilos cuando consuman los alimentos. Por ello creemos que hay que ser muy rigurosos cuando hablamos de temas que puedan confundir al consumidor. Entre estos temas podemos incluir al de los productos transgénicos, y en este tema el posicionamiento del sector es muy claro: no nos corresponde a nosotros decidir sobre la inclusión o no de estos productos en la alimentación animal. Nuestra confianza en la Comisión Científica europea y en la Organización Mundial de la Salud (OMS) es total y por lo tanto incorporamos aquellos productos que estos organismos consideran aptos para el consumo animal y que posteriormente son incorporados en las legislaciones nacionales.

M.G.- En cuanto al abastecimiento de materias primas para la fabricación de piensos, ¿podría señalararnos cuál es la tendencia actual respecto a nuestras relaciones comerciales con países terceros o con los más recientemente incorporados a la UE?

E.U.- Los principales países terceros fuera de la UE, proveedores del sector son: EE.UU., Argentina y Brasil. Las relaciones con ellos son muy fluidas y satisfactorias, hasta el punto que con las organizaciones más relevantes de esos países tenemos relaciones de colaboración tanto en organización de eventos formativos, como de mediadores con otros operadores del sector en la resolución de conflictos. Fundamentalmente las relaciones comerciales que tienen lugar son con productos como la soja y subproductos. Los intercambios son escasos por no decir inexistentes en un producto como el maíz estadounidense, por la existencia de semillas no autorizadas por la UE.

En cuanto al trigo y cebada el suministro procede prácticamente de la UE y países terceros. Entre éstos, los más importantes son la Federación Rusa y Ucrania. Las relaciones son francas y sin problemas. La

tendencia de las relaciones comerciales del sector con los principales países productores mundiales es la de seguir en las buenas relaciones y si cabe mejorarlas incrementando los acuerdos que hay vigentes.

M.G.- ¿Cómo valora la evolución del sector ganadero desde el punto de vista de la demanda de piensos? En su opinión, ¿qué especies muestran unas perspectivas más favorables? ¿cuál es la tendencia de las empresas del sector?

E.U.- La evolución en estos últimos años ha sido muy positiva, con crecimientos continuos, fundamentalmente en el porcino. Cada vez el ganadero es más profesional y por lo tanto sus demandas son especialmente basadas en la calidad y en criterios objetivos de eficiencia y eficacia. Creo que casi todas las especies tienen bastante recorrido con la excepción del vacuno de leche, fundamentalmente por criterios de limitación en la producción debido a la aplicación de las cuotas. Aun así, este sector precisamente por esta limitación, tiene un nivel muy alto de profesionalidad.

El porcino y el vacuno de carne aún tienen que alcanzar cuotas de crecimiento importantes. Estamos muy próximo al liderazgo europeo en porcino y, creo que tenemos que trabajar duro para mejorar nuestra posición en Europa en carne de vacuno.

En avicultura de carne tenemos que consolidar nuestra posición entre los tres primeros de Europa, y en avicultura de puesta hay que trabajar para evitar los dientes de sierra en la cotización del producto, que tanto perjudican a los productores.

La especie que entiendo tiene mayor recorrido es el ovino/caprino, pero para ello tiene que mejorar su estructura, tanto por la búsqueda de la calidad de los productos como por la ausencia de cuotas. Por último, el cunícola necesita trabajar la comunicación con el consumidor transmitiéndole las bondades de la carne de conejo en la alimentación para conseguir que se incorpore en todo

el país la cultura de consumo que fundamentalmente hoy solo existe en Levante.

M.G.- ¿Cuáles son, desde su punto de vista, los retos y asignaturas pendientes a los que se enfrentará la industria de fabricación de piensos en el futuro más inmediato?

E.U.- Primero y fundamental debemos generar confianza en el consumidor, que asuma que



«La especie que entiendo tiene mayor recorrido es el ovino/caprino, pero para ello tiene que mejorar su estructura»

está en buenas manos y que los alimentos que consume son sanos y de muy alta calidad. Acercar el sector a la sociedad civil, que sepa qué hacemos, cómo lo hacemos y para qué lo hacemos. Fortalecer las estructuras productivas y de control, en colaboración con los agricultores, transportistas, ganaderos y las administraciones públicas, es otra de las prioridades. Por último, somos un eslabón de la cadena alimentaria que debe mostrar una imagen sólida, profesional y reconocida por todos. ●