

Disminución de los censos y promoción de la calidad

Se terminó el desacoplamiento. En 2010 comenzó una nueva etapa para la producción del ovino y el caprino de carne. El año pasado fue el primero en el que las ayudas a este sector productivo se desacoplaron totalmente.



T. M. Rodríguez

Director técnico de la Organización Interprofesional del Ovino y Caprino de Carne (Interovic)

Aunque todavía es pronto para hacer un balance con datos oficiales que permitan conocer cómo han evolucionado los censos y las cabañas en las diversas comunidades autónomas, sí que se puede adelantar que en 2010 se ha producido una bajada en el censo de explotaciones de ovino y caprino de carne, así como una disminución en el número de sacrificios y en el consumo en los hogares españoles. Aunque el cambio de sistema de pago de ayudas al ovino y caprino de carne no ha sido el responsable directo del cierre de las explotaciones que se produjo en 2010.

El gran abandono se originó en 2007-08, por los que las bajas en el número de explotaciones producidas en 2010 son debidas, mayoritariamente, a ceses por jubilación, ya que los que en su día decidieron continuar con la producción se comprometieron mantenerla durante unos años más.

El año 2010 se cierra con un precio medio del cordero pascual de 1ª de 5,31 euros/kg en origen y en destino de 10,39 euros/kg (según el Observatorio de precios del MARM), lo que supone que el productor cobró un 6% menos que en 2009 (5,61 euros/kg) y el consumidor lo pagó un 1% más barato (en 2009 se la cotización media fue de 10,47 euro/kg).

Durante el ejercicio pasado, el mercado tuvo un comportamiento regular, los precios percibidos por lo productores fueron bastante estables, sin grandes variaciones entre los máximos y los mínimos anuales. Lo que no se comportó de una manera tan regular fue el coste de las materias primas para la alimentación animal. Como consecuencia de la subida de éstas, los costes de producción han subido de tal manera que no ha sido posible que los ganaderos recuperasen los márgenes perdidos. La situación, lejos de ser una subida pasajera,

probablemente se mantenga durante este año. Esto va a provocar que en 2011 los ganaderos continúen ajustando las producciones a la disponibilidad de comida en el campo, con el fin de depender lo menos posible de los suplementos alimenticios, tratando de este modo de amortiguar la subida de las materias primas. Esto hará que disminuya la producción de corderos y que además ésta se centre en la primavera, provocando que uno de los sistemas de trabajo en los que más se ha trabajado en los últimos años, la desestacionalización, sufra una regresión. Esto provocará una sobreproducción en primavera y la falta de animales en otoño, por lo que será fácil que a medio plazo se empeore la cuenta de resultados de los ganaderos.

Calidad

La nueva política de ayudas al sector del ovino estableció la necesidad de que las Agrupaciones de Productores (APA) pusieran en marcha sistemas de calidad, como el Etiquetado Facultativo. Pues bien, en 2010, de acuerdo con el Real Decreto 66/2010, arrancaron 15 proyectos, 12 de ovino y de 3 caprino, con el objetivo de ofrecer a los consumidores un alimento con unos mínimos de calidad más estrictos que los obligados por la legislación. Aragón destaca entre las CC.AA. en las que más se ha avanzado en este tema, aunque también es importante mencionar a Murcia y Extremadura, que además han presentado proyecto para el caprino de carne (Figura 1).

Interovic, la Organización Interprofesional Agroalimentaria del Ovino y Caprino, en 2010 registró la marca Cordero Selecto Certificado, con el objetivo de ofrecer al sector una herramienta de trabajo que permitiese a las APA desarrollar sistemas de etiquetado facultativo. El objetivo de la Interprofesión es el de poner al al-

cance del consumidor un sello que le permita diferenciar de una manera rápida la carne de origen español, es decir, nacida, criada y sacrificada en España. Durante el año pasado los productos derivados de más de un millón de reproductoras pudieron acceder al uso de este marchio de calidad. En 2011, el objetivo de Interovic es aumentar el número de APA que comercialicen la marca.

Promoción

A lo largo de 2010, Interovic presentó la primera campaña de promoción de la carne de cordero desarrollada por el sector, cuyo objetivo fue mostrar la marca Cordero Selecto Certificado, pero se hizo especial hincapié en la importancia de que el consumidor entienda las etiquetas de la carne, para que con información pueda decidir qué producto comprar.

En esta línea, Interovic va a continuar trabajando durante 2011 en ofrecer información a los consumidores para que puedan elegir el producto español. Además la interprofesión quiere colaborar con las dis-

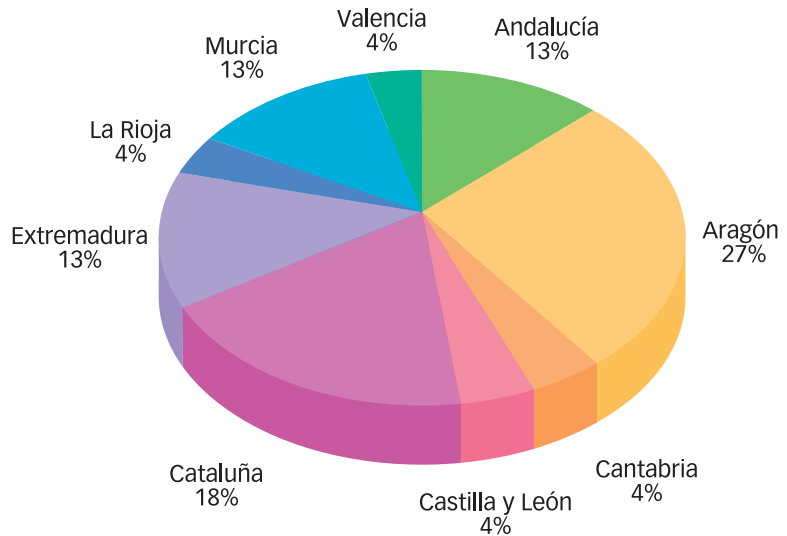


Figura 1. Distribución de los pliegos de etiquetado facultativo de carne de cordero presentados en 2010.

tintas IGP de ovino, ya que éste es un fin común, y a medio plazo será necesario establecer una extensión de normas que permita recabar fondos para promocionar el consumo de la carne de cordero y cabrito españoles. ■

“La Calidad es nuestro Compromiso”

alkosel® R397
 La Fuente Óptima de Selenio Biodisponible

