ANAPORC
Órgano Oficial de la Asociación
de Porcinocultura Científica
Publicación mensual/nº77/AñoVIII/
Marzo 2011

Colegio Oficial de Veterinarios de Madrid
C/ Maestro Ripoll, 8
28006 Madrid
Telf.: 91 4112033
Fax: 91 5610565
anaporc@anaporc.com
www.anaporc.com

Edita
Asociación Nacional
de Porcinocultura Científica

Director
Mateo del Pozo Vegas

Vicepresidente de Honor
Eusebio Guijarro

Vocales
Jordi Roca, Francisco José Pallarés,
Juan José Quereda, Guillermo Ramis,
Jesús Pérez, José Ángel López
y Nicolás Guerra.

Consejo de Redacción
Mateo del Pozo, Jesús Pérez,
Ricardo Fernández
y Chema Valdés.

Diseño y producción
Instituto LeBlu
C/ San José Artesano, 1
28108 Alcobendas (Madrid)
Telf.: 91 661 69 67
Fax: 91 661 69 37
info@institutoleblu.com
www.institutoleblu.com

Redactor jefe
José M. Valdés
chema.valdes@institutoleblu.com

Publicidad
Instituto LeBlu
info@institutoleblu.com

Depósito legal
M 54749-2003

Quedan hechos los depósitos que marca la ley. Se prohíbe la reproducción total o parcial del material gráfico y literario que incluye la revista, salvo por autorización escrita.

La inversión en I+D, clave para nuestro crecimiento

Aunque todos lo sabemos, vivimos inmersos en una paradoja sectorial de la que resulta difícil escapar. Por un lado, y de forma recurrente en casi todos los foros a los que se acuda, se denuncia que la crisis económica general, la subida de los piensos en particular y la incapacidad de los productores de conseguir créditos adecuados a sus necesidades para continuar en la brecha, están despoblando España de explotaciones porcinas. Todo ello nos afecta sobremanera y, paradójicamente, la demanda de carne del mercado mundial sigue creciendo de forma considerable cada año. El dato es significativo: para el 2050 la demanda de proteína animal será un 50% superior y los países emergentes como China o India no podrán autoabastecer a su inmensa población y deberán importar carne para poder subsistir.

El concepto que debemos tener en cuenta para salir adelante y crecer sectorialmente se denomina "Eficiencia", que tiene una relación directa con la competitividad. Porque… ¿somos competitivos a nivel internacional? ¿Podemos hacer las cosas mejor dentro de nuestro mercado para incrementar las exportaciones de carne de cerdo? Es obvio que si los costes de alimentación animal son altos, también lo son los costes de distribución, matadero y elaboración, y son altas las tasas impositivas… no seremos competitivos porque disminuirá porcentualmente nuestra cuota de mercado, no sólo en las exportaciones sino también en el consumo doméstico a favor de otras especies animales. El sector tiene en contra la dependencia del pecio del cereal, los techos del consumo y unas estructuras sectoriales poco adecuadas para esta época.

Pero no seamos tan simplistas de creer que la falta de competitividad y la disminución de la cuota de mercado se deben únicamente a los costes de la cadena de producción hasta el consumidor final, sino que existen otros costes que no solo aumentan la competitividad, sino que además garantizan el reconocimiento, los beneficios y el crecimiento. Me refiero a las inversiones en I+D en el sector porcino, que se encuentran ahora con una insuficiente dedicación, lo que supone una limitación para la toma de decisiones estratégicas.

Inversiones en genética, en sanidad, en tecnología, en logística (eficacia de los canales de distribución), en seguridad y trazabilidad, en bienestar animal (obligado), etcétera; en suma, llevar paulatinamente la modernización a las explotaciones, potenciar la integración vertical en cooperativas (con venta de productos en común o la oferta de créditos financieros), abrirse a nuevos mercados y revalorizar adecuadamente los productos del cerdo.

Es indudable que el Mercado español de porcino es uno de los más importantes del mundo y que somos un país de la UE, por lo que los costes de producción europeos serán siempre superiores a los de los países emergentes, pero competir únicamente con el precio de nuestros productos es un error que nos puede conducir a una catástrofe sectorial.

Mateo del Pozo
Presidente de Anaporc