

Red Ganadera Caspe



Mercado de la carne

2016-2017



Raúl Gutiérrez.
DIRECTOR DE
COMERCIALIZACIÓN
DE RED GANADERA CASPE

EXPORTACIONES DE CARNE EN 2015

País	Miles de toneladas Vol.	%	País	Millones de euros Valor	%
Francia	264	21,2	Francia	611	15
Italia	140	11,2	Portugal	254	8
China	128	10,3	Italia	252	8
Portugal	115	9,3	Japón	228	7
Japón	72	5,8	China	222	7
Alemania	46	3,7	Alemania	114	3,5
Corea del Sur	45	3,6	Polonia	106	3,3
Polonia	45	3,6	Reino Unido	105	3,2
Reino Unido	41	3,3	Corea del Sur	102	3,1
Bulgaria	33	2,7	República Checa	72	2,2

EXPORTACIONES DE CARNE EN 2015

País	Miles de toneladas Vol.	%	País	Millones de euros Valor	%
China	251	16,9	Francia	536	16,7
Francia	233	15,6	China	444	14
Italia	151	10,1	Japón	289	9
Portugal	104	7	Italia	270	8,4
Japón	81	5,5	Portugal	249	7,7
Polonia	63	4,2	Polonia	148	4,6
Corea del Sur	62	4,17	Corea del Sur	136	4,3
Reino Unido	48	3,23	Alemania	118	3,7
República Checa	44	3	Reino Unido	112	3,5
Alemania	43	2,9	República Checa	96	3

China ha multiplicado por dos la compra de cerdo a España, de forma que se ha colocado en el primer lugar de importadores de carne, adelan-

tando a Francia y adquiriendo el status de factor más que relevante en los precios del cerdo. Condiciona, por tanto, la actividad actual y futura del sector porcino. Por eso, parece que tendremos que estar atentos a China en los pró-

ximos años, ya que las exportaciones al sureste asiático se presumen claves en el mercado mundial del sector porcino.

Y es que no solamente los crecimientos en las exportaciones se produjeron en China, con prácti-

camente un 97 % de variación interanual, sino que otros países como Hong kong y Corea del Sur evidencian también crecimientos mayores al 30%.

Esta tendencia en las exportaciones iniciada a mediados del

2016 se ha observado también en el primer trimestre de 2017, donde de nuevo se observa que China, Corea y Japón, e incluso nuevos invitados como Filipinas han sido destino de la carne española.

La exportación de carne de cer-

Red Ganadera Caspe



China ha multiplicado por dos la compra de cerdo a España, de forma que se ha colocado en el primer lugar de importadores de carne, adelantando a Francia

La exportación de carne de cerdo supone el 1,5% del total de exportaciones de España, y alcanza el 14 % de las exportaciones de los productos agroalimentarios

El sector debe apostar por desarrollar mediante innovación nuevas tecnologías que permitan la exportación de carne refrigerado a los países asiáticos

La administración adquiere un papel importante, ya que productos nuevos que puedan ser requeridos por nuestros clientes deben ser homologados antes de poder ser exportados

do supone el 1,5% del total de exportaciones de España, y alcanza el 14% de las exportaciones de los productos agroalimentarios, habiendo subido 3 puntos porcentuales en el año 2016 y exportado a más de 130 países diferentes según datos del Ministerio de Agricultura. Son datos que nos colocan, sin lugar a dudas, como líderes mundiales junto a Alemania y EEUU.

También ha sido un período de aprendizaje, y lo ha sido especialmente en los procesos de exportación, ya que los aumentos comentados anteriormente han potenciado un modelo diferente al de tiempos pasados, donde nuestros principales clientes (y lo siguen siendo) distaban menos de 1500 o 2000 kilómetros. La carne congelada es ahora el principal tipo de carne exportada. Del aproximadamente 20% que aumentó la exportación de la industria cárnica en el año 2016, la carne fresca aumentó apenas un 8%, siendo la variación interanual de la carne congelada superior al 30%.

Por tanto, a nivel empresarial, y ante la estabilización de las demandas asiáticas de carne, la adecuación de las instalaciones y la homologación de las mismas serán requisitos indispensables para continuar el avance de las exportaciones.

La incorporación de túneles de congelación para una correcta preparación del producto antes de su expedición. En este sentido también el sector debe apostar por desarrollar mediante innovación nuevas tecnologías que permitan la exportación de carne refrigerado a los países asiáticos.

Las homologaciones de las instalaciones cárnicas también están siendo y lo serán otro punto crítico en el proceso, y todos los eslabones de la cadena alimentaria porcina tendremos que establecer los esfuerzos necesarios para conseguir el objetivo final. También la administración del estado adquiere un papel importante, ya que productos nuevos que puedan ser requeridos por nuestros clientes deben ser homologados antes de poder ser exportados.

En el final de primavera y comienzo del verano, y debido a los altos precios del cerdo, los pedidos del gigante asiático han disminuido, y tan sólo Japón, Corea y el resto de la UE (que de forma generalizada ha visto disminuido su censo y su nivel de producción) han compensado la retirada de China. Se intuye, tras las primeras prospecciones comerciales, que de cara al otoño aumente de nuevo la

demanda importadora de China, y será momento entonces de disputar ese volumen de venta con otros países exportadores como EEUU, país que se verá favorecido por la conversión euro-dólar y por una mayor producción interior.

Y en esta disputa cobrarán una

relevante importancia los valores por los que ha apostado con fervor la industria cárnica española y que han aupado de forma exponencial el bien hacer de todos los actores de la misma.

- Bienestar animal
- trazabilidad
- seguridad y calidad alimentaria
- innovación en los productos
- respeto al medio ambiente
- amplia variedad de productos.

Pero, ¿cuáles pueden ser los motivos para exportar un producto? Posiblemente la ambigüedad de la pregunta pudiera ser contestada con decenas de respuestas, pero a continuación quedan enumeradas algunas de ellas.

- Diversificación y oportunidades de crear nuevos mercados
- Continuar creciendo ante la saturación del mercado
- Aprovechar la demanda de determinados productos según las diferentes culturas
- mejora de la imagen empresarial
- posibilidad crecimiento y conseguir equilibrio frente a otros competidores internos

De la misma forma podríamos preguntarnos ¿cuáles pueden ser los obstáculos para exportar? Y aunque también se admiten multitud de respuestas, algunas trabas que seguro se ha encontrado el sector en el pasado son las siguientes:

- Dificultad de acceso a los compradores potenciales en el extranjero
- información de los mercados internacionales y las prácticas comerciales locales
- carencia del canal de distribución adecuado
- largas distancias
- fluctuaciones en el tipo de cambio monetario
- imposiciones del país de destino para utilizar productos locales en el proceso de producción
- condiciones de contratación de mano de obra dificultosa por diferencias lingüísticas y culturales.

Continuemos por tanto trabajando en los valores de la industria cárnica, con el objetivo de permanecer en la pole position de los países exportadores. ■



dcal

desyounox