

Evolución y perspectivas de nuestra ganadería



Carlos Buxadé Carbó
*Doctor Ingeniero Agrónomo de la Etsia-UPM.
Fundador de la revista Mundo Ganadero.*

Fue en el lejano año 1989 cuando de la mano de Edagricole España S.A. establecimos las bases de lo que sería la revista Mundo Ganadero. La misma vio la luz en enero del año 1990 y desde el número uno de la revista hasta el número 267 de la misma (diciembre 2015), me cupo el honor de ser su director y, consecuentemente, de publicar en ella mis 267 'Cartas del Director'. Desde su alumbramiento en el año 1990 hasta hoy, la ganadería, especialmente la del primer mundo y en él la española, han cambiado a mejor de una manera realmente espectacular. Podría poner 100 casos, que, sin ninguna duda, justificarían mis palabras, pero permítanme citar sólo uno a título de ejemplo.

En diciembre del año 1990 había oficialmente en España del orden de 1,6 millones de vacas que se ordeñaban con un rendimiento por vaca presente de 3.558 litros/vaca y una producción total de 5,65 toneladas. Actualmente, tenemos en nuestro país un censo de unas 840.000 vacas de ordeño con una producción uni-

taria del orden de los 8.550 litros/vaca; es decir, ha habido una mejora, ni más ni menos, que del 240%.

Toda nuestra ganadería, pero especialmente la ligada a modelos intensivos de producción, se ha profesionalizado enormemente a lo largo de estos años. En ella se busca permanentemente, a través de la aplicación de una gestión integral (técnica, económica, financiera y comercial) la perfección en la aplicación y utilización de los principales factores de producción (capital geográfico, capital humano y capital financiero). Y todo ello en el seno del complejo y exigente 'Modelo de Producción Pecuaria de la Unión Europea'. El objetivo empresarial es el de lograr, en el marco de una sostenibilidad real (técnica y económica), la optimización del tercer margen bruto.

Pero esta transformación, que no ha concluido porque se trata de un proceso de ajuste dinámico y continuado, no ha sido, ni es, sencillo; al contrario, ha sido y sigue siendo muy exigente. En este proceso ha jugado y sigue jugando, un papel fundamental la economía de escalas. La consecuencia ha sido una drástica reducción del número de las explotaciones pecuarias de partida y, lógicamente y paralelamente, un aumento de las dimensiones unitarias de las mismas. En el caso del ejemplo citado anteriormente, en el año 1990 habría en España unas 140.000 explotaciones que ordeñaban vacas; hoy pueden quedar unas 12.500 y como predije hace ya mucho tiempo (escrito quedó), dentro de un par de años no quedarán más de 10.000.

Pero, tal vez, lo más oportuno sea intentar exponer como vislumbro en estos momentos las perspectivas de nuestra ganadería. En este sentido hemos de partir del hecho de que, en razón de varias

circunstancias (Brexit, tensiones en los mercados de materias primas, etc.), pero también la pandemia covid-19, aún no controlada, generada por el virus SARS – CoV-2) nos encontramos inmersos en un periodo que se ha denominado VUCA (nombre que emana de las primeras palabras inglesas de las cuatro características que le definen: volátil, incierto, complejo y ambiguo).

En este periodo, los actores implicados pueden y suelen cambiar sus actitudes con notable rapidez; la información disponible, absolutamente necesaria, no es suficiente por lo que se hace muy difícil anticiparse a los cambios mencionados (lo cual es muy negativo para nuestro sector primario) y, además, surgen una serie de influencias interaccionadas muy difícilmente cuantificables y aquí está lo más grave, no evidentes a priori, y jugando las emociones un papel trascendental.

Evidentemente, nuestra ganadería deberá ser, en estos entornos cambiantes y con una fuerte base emocional, capaz de entenderlos y de asumirlos (no le queda otro remedio) e intentar, en la medida de lo posible, adecuarse a los mismos, anticipándose a los cambios. Consecuentemente, nuestro sector ganadero deberá ser altamente profesional y dinámico.

Paralelamente, se están planteando una gran cantidad de nuevos retos y de desafíos. Por una parte, están los nuevos alimentos (léase, por ejemplo, insectos, alimentos plant based, productos procedentes de carnes cultivadas, etc.) y, por otra, tenemos una sociedad (que es dónde moran los consumidores) que, porcentualmente, cada vez es más urbanita, cada vez está más alejada (física, psicológica y emocionalmente) del mundo rural, sabe menos de ganadería, pierde objetividad en lo que a ésta se re-



fiere, pone en sus valoraciones y en sus opiniones, las emociones e incrementa a la ganadería y a sus producciones la presión de sus 'exigencias sociales' (generalmente, muy poco técnicas, porque tienen una base antropológica).

Ante esta situación es clave generar una ganadería (especialmente la intensiva), que sea sostenible y socialmente visible, para, a través de una continuada y adecuada comunicación, buscar reconducir adecuadamente la actual 'visión urbanita' de la ganadería, basada en la 'idealización social' de la misma (léase: bienestar animal social, protección animal social, desenfoco del concepto medioambiental, etc.).

Todo ello está llevando a una modificación de los patrones tradicionales de consumo; haya cada vez más compradores y menos clientes; compradores que cambian los hábitos de compra y los canales de la misma y, también, como ya se ha



comentado, la naturaleza y la intensidad de sus exigencias. En definitiva, el futuro de nuestra ganadería se presenta ciertamente complejo; es muy difícil saber hoy bajo que coordenadas habremos de trabajar mañana, pero lo que si tengo

muy claro es que habrá que desarrollar, tanto a nivel individual como sectorial, una resiliencia adecuada, para poder medrar exitosamente en el mencionado entorno VUCA que permanecerá, por lo menos, a medio plazo. ■



ASOCIACIÓN NACIONAL DE CRIADORES DE GANADO VACUNO SELECTO DE RAZA RETINTA



C/ Murcia, nº 5, 1º A - 28045 Madrid • Telf.: 914 682 205 • www.retinta.es

Cofinanciado por:



ACTIVIDADES:

- Desarrollo y ejecución del Programa de Cría de la Raza Retinta.
- Organización de concursos, exposiciones y subastas de reproductores.
- Divulgación y promoción de la Raza Retinta y sus productos.
- Comercialización de la Carne de Retinto, Raza Autóctona 100% Retinta.
- Prestación de servicios técnicos, sanitarios y asesoramiento a sus Socios.