Las Navidades determinarán la cuenta de resultados de los operadores de cordero

Noticias
Los ganaderos realizan el 50 % de las ventas de cordero en el segundo semestre, especialmente en diciembre, y algo parecido sucede con algunas empresas, cuya viabilidad también depende de la Navidad.

Los operadores de cordero se juegan la cuenta de resultados de todo el año en esta Navidad, temporada que se presenta con incertidumbres para algunas empresas, agobiadas por falta de pedidos, aunque desde las indicaciones geográficas del lechazo, certificadas por su calidad, apuntan mejores augurios.

Los ganaderos realizan el **50% de sus ventas en el segundo semestre**, especialmente en diciembre, y algo parecido sucede con algunas empresas, cuya viabilidad también depende de la Navidad.

El gerente de **SAT Criadores de Ganado Merino**, Raúl Cabello, explica que el consumo medio mensual de enero a noviembre llega a 8 millones de kilos, cifra que se duplica a 16 millones en diciembre.

La demanda podría subir un 20-30 % en ese mes de 2012, pero aún así se venderán 5-6 millones de kilos menos que en diciembre pasado.

La situación actual -elevado paro, subida del IVA, reducción de pagas extras, caída del poder adquisitivo, desplome de ventas en supermercados y detallistas, falta de hábitos de consumo y tendencia hacia platos menos elaborados- "invita poco al optimismo" y apunta que muchos hogares sustituirán la carne de cordero por pollo o cerdo, cuyos precios son inferiores.

Ante este escenario, los valores que paga el consumidor se mantendrán para el cordero español, que tendrá además en las importaciones de Italia -un 20 % más económico- un directo rival.

Las empresas creen que caerán también las ventas en Navidad respecto a años anteriores, agrega el secretario técnico de **Anafric-Gremsa Anicoc Ovicebo** -asociación representativa de la producción de carne de ovino y caprino-, Christian Font.

Siembre fue habitual que en noviembre las empresas tuviesen pedidos para los lotes y para atender los detallistas, pero aún "no han empezado" a recibirlos y el sector "está bastante asustado".

El presidente de la **Confederación Española de Detallistas de la Carne (Cedecarne)**, Joan Estapé i Mir confía en que "se despierte un poco" el consumo, "bastante adormecido", y la venta de lechazo, cochinillo o fiambre, que en cualquier caso serán de "última hora". Cree que "se resentirán más" los productos "sofisticados" en el mercado pero habrá una "vuelta a los clásicos", como el cordero.

Cierto optimismo, no desprovisto de incertidumbres, apuntan desde algunas cooperativas y determinados marchamos de calidad. "Entre el 15 y el 24 de diciembre el consumo se triplica", resalta el director general de la cooperativa extremeña Oviso, Juan Carlos Pozo, quien detalla la política de contención de precios de este sector durante los últimos tres años para recuperar el

consumo.

El gerente de la **IGP Lechazo de Castilla y León**, Narciso Fernández, afirma que las empresas cierran acuerdos en cifras similares a la última Navidad -podrían comercializar 150.000-, en parte porque las empresas "venden al mismo precio que en 1985".

Fuentes de **Cordesur-Dehesas Cordobesas**, otra de las "grandes" del ovino, señalan que las salidas serán similares al año pasado, si bien el precio con el que se encaran las fiestas será algo inferior.

En 2011 comercializaron 325.000 animales por 24 millones de euros; 26.000 animales de ellos (2,7 millones de euros), en Navidad. En el caso de Corderex -subraya su director técnico, Raúl Muñiz-, la campaña de Navidad cada vez se restringe a fechas más tardías.

De cara a esta festividad suelen vender 20.000 ó 30.000 corderos certificados y este año pretenden incluso incrementar las cifras, para cerrar 2012 con 130.000 o 140.000 canales comercializadas, lo que supondría un récord para la reputada marca extremeña.

El presidente del **Consejo Regulador de la IGP Ternasco de Aragón**, recuerda que la campaña de fin de año, junto a la Fiesta del Pilar (12 octubre), concentra los mayores picos en la demanda

"Creo que se mantendrá el consumo en estas Navidades porque el ternasco es un producto de fiesta", recuerdan desde esta IGP, que coloca su producto en Aragón, País Vasco y Cataluña, aunque también en Navarra, Madrid, Comunidad Valenciana, Bruselas o Dubai.

"En las celebraciones hay que dar un buen producto", agrega el responsable de esta enseña, que certifica unas 200.000 cabezas de ternasco al año y factura alrededor de 13 millones de euros.

El gerente de la **compañía aragonesa Casa Ganaderos**, Carmelo Heras, reconoce que en tiempos de crisis "todos estamos apurados, pero el que más y el que menos reserva un fondo" para poner en sus mesas el tradicional ternasco por Nochebuena o Nochevieja.

"Esperamos por tanto una campaña de ventas normal y que haya un poco más de alegría" en el mercado, alega el gerente de la firma, que vende 16.000 corderos por Navidad, sobre todo en Aragón, donde el producto es tan habitual en las mesas como el propio turrón.

Redacción