



La apuesta por las organizaciones de productores, la promoción y la investigación, intentan paliar la imparable caída de ganaderías.

Analizamos la situación actual del sector de ovino de leche

En el sector ovino lechero, como en otros sectores, se está produciendo una imparable caída de explotaciones, censos, ganaderos y producción. Los últimos datos de 2023 comparados con 2022 indican una reducción del 6,7% de las explotaciones, un 7,3% del número de ganaderos con entregas y un 4% de la producción. Esta pérdida de efectivos se produce con una situación de mercado relativamente positiva, en la que, al contrario de lo ocurrido en otros momentos, el precio de la leche permite afrontar los costes actuales y está permitiendo recuperar las pérdidas anteriores y afrontar las inversiones realizadas.

La retracción del sector en este contexto es muy preocupante ya que parece prever un problema de suministro de leche en España, si no se toman medidas urgentes y adecuadas para asegurar un relevo suficiente para compensar esta pérdida de ganaderos, tanto de titulares de granjas como de personas trabajadoras. Además,

los datos disponibles parecen indicar que, en un corto plazo, un número importante de ganaderas y ganaderos, tras alcanzar la edad de jubilación, dejarán la actividad y sus granjas dejarán de producir, reduciendo aún más la oferta actual.

Esta evolución negativa se verá acelerada si el sector entra en un periodo de falta de rentabilidad, de incremento de costes o bajadas de precios, que supongan pérdidas para las granjas. Si ocurriese esto, muchos ganaderos, cercanos a la edad de jubilación o sin perspectivas de continuar la actividad durante mucho tiempo, optarían por cerrar las granjas de forma anticipada. La presión burocrática también juega un papel importante en el cierre de muchas granjas, las ganaderas y ganaderos se ven desbordados por la carga administrativa creciente, que les supone invertir más tiempo en justificar su trabajo que en realizarlo, muchas veces sin disponer de los medios para hacerlo.

Con motivo del cierre de explotaciones, no solo caen las producciones de leche, la oferta de lechazos también baja, por lo que en épocas como la Navidad se produce la entrada de piezas procedentes de Francia o Italia, a precios más bajos que lo que perciben aquí nuestros ganaderos. Es importante que el etiquetado sea adecuado, claro y visible, incluso cuando la venta del lechazo sea en canal, para evitar confusión y fraude al consumidor.

Si hay algo que destaca en el sector ovino lechero es su fuerte apuesta por las organizaciones de productores. En este momento existen cuatro organizaciones, que comercializan más de 152 millones de litros y representan a casi 1.000 ganaderos, todas ellas conformadas alrededor de las cooperativas, y todas ellas de Castilla y León. La estabilidad lograda en los últimos años en este sector tiene su origen, en una parte significativa, en el papel que han jugado las OPs en la negociación y comercialización conjunta de la leche de sus asociados. El resultado positivo no ha beneficiado exclusivamente a los asociados de las OPs, sino que por extensión se ha visto favorecido el conjunto de productores. A pesar de ello, las administraciones no están apoyando de forma decidida estas organizaciones.

Sin lugar a duda, en este sector las OPs pueden jugar un papel importante en el mantenimiento del tejido social del ovino de leche, no solo por la parte económica, que es muy importante, sino también por el apoyo técnico que reciben para abordar todos los retos que se están planteando en la nueva Política Agraria Común. Por todo ello, desde Cooperativas Agro-alimentarias de España y sus federaciones no cejan en el empeño de solicitar que la PAC incluya acciones, medidas y líneas concretas para apoyar a las OPs de ovino de leche dentro de las intervenciones sectoriales.

Promoción de los quesos españoles

Desde la Interprofesional de la Leche (InLAC) y promovido por Cooperativas Agro-alimentarias de España se está poniendo una especial atención en la promoción de los quesos españoles. A través de la campaña "Quesea" se promueve el conocimiento y consumo de nuestros quesos, poniendo en valor que, cuando tomamos queso de origen también estamos apoyando a los productores locales, el desarrollo económico de las zonas rurales, los ecosistemas ligados a la actividad ganadera y láctea y el medio ambiente. Desde el año 2020, el presupuesto que se destina a campañas específicas se ha casi cuadruplicado, hasta los cerca de 360.000 euros anuales del año 2023.

Especial mención debe hacerse a la campaña "Discover the European Cheestories with cheeses from Spain" que tiene como objetivo promocionar nuestros quesos en EE. UU. Esta ambiciosa campaña de más de 2,26 millones de euros, y financiada en un 80 % con fondos europeos, quiere impulsar la presencia en este gran mercado exterior poniendo en valor la calidad, trazabilidad, variedad y diversidad de los quesos de origen español.

Además, dados los acontecimientos que están ocurriendo en el mercado europeo, que están provocando una importante entrada de quesos a bajo precio que compiten con nuestros quesos en los lineales, en el canal Horeca y como ingredientes en otros alimentos, la Interprofesional va a hacer una fuerte apuesta en comunicación para defender los lácteos de origen español. Esta campaña, de más de un millón de euros, se podrá realizar gracias a las aportaciones que realizan productores, cooperativas e industrias lácteas a través de la extensión de norma.

En lo que respecta a proyectos de investigación, Cooperativas Agro-alimentarias de España junto a las organizaciones profesionales agrarias y la Federación de Industrias Lácteas, han promovido el desarrollo de un importante proyecto de investigación para desarrollar una metodología que permitiera cuantificar el porcentaje de leche de cada especie en un queso mezcla. Sin lugar a duda, los frutos que se comienzan a ver de este proyecto serán de importancia para este sector que ofrece un valor añadido a los quesos de mezcla y que es un símbolo de calidad para los consumidores.