

ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE LA GANADERIA OVINA EN ARAGON

A. DEL VALLE

DOCUMENTO DE TRABAJO 87/5

**SERVICIO DE INVESTIGACION AGRARIA
UNIDAD DE ECONOMIA Y SOCIOLOGIA AGRARIAS**

3049 =



ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE LA GANADERIA OVINA EN ARAGON

A. DEL VALLE

DOCUMENTO DE TRABAJO 87/5

UNIDAD DE ECONOMÍA Y SOCIOLOGÍA AGRARIAS
SERVICIO DE INVESTIGACIÓN AGRARIA
DIPUTACIÓN GENERAL DE ARAGÓN
ZARAGOZA

ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE LA GANADERIA OVINA EN ARAGON



A. INTRODUCCION

Se presentan los resultados de una encuesta realizada en los meses de Mayo a Julio de 1986 por toda la geografía aragonesa con el objetivo de conocer mejor la estructura productiva de las explotaciones agrarias que incluyen sus actividades la cria de ganado ovino.

B. DISEÑO Y TRABAJO DE CAMPO

Se obtuvo una muestra representativa de la ganadería ovina aragonesa mediante muestreo aleatorio bietápico consistente en la selección, en un primer nivel, de aquellas comarcas en las que la producción de ganado ovino era más importante, y en un segundo nivel de selección por muestreo aleatorio de ganaderos dentro de un término municipal y en número proporcional a la importancia de la ganadería ovina en ese municipio, medida por el censo ganadero municipal correspondiente.

El trabajo de campo fue desarrollado durante los meses de Mayo a Julio de 1986, como queda dicho, mediante un equipo de tres encuestadores que habían sido previamente entrenados para desarrollar las entrevistas personales y rellenar los cuestionarios que asimismo habían sido previamente preparados y probados para comprobar su idoneidad.

Los ganaderos seleccionados en la muestra y que habían de ser objeto de entrevista fueron contactados previamente por teléfono y las entrevistas generalmente realizadas en su domicilio.

El número total de encuestas realizadas fue de 106 en todo el territorio aragonés aunque solo se han considerado como válidas 95, por haber tenido que desestimar el resto al ofrecer incongruencias en algunas respuestas, que más incitaban a pensar que podían introducir elementos de sesgo en la estimación de los parámetros.

De este total corresponden a las tres provincias aragonesas el número de encuestas que se recoge en el Cuadro 1.

Cuadro 1. Clasificación de la muestra por provincias

Provincia	Nº encuestas
Huesca	27
Teruel	24
Zaragoza	44
TOTAL	95

Las encuestas válidas fueron codificadas, tabuladas y procesada la información utilizando un paquete estadístico adecuado, como es el SPSS desarrollado por Nieh y Hull y disponible en el centro de proceso de datos de este Servicio de Investigación Agraria.

C. RESULTADOS

1. CARACTERISTICAS GENERALES DE LA EXPLOTACION

1.1. Tipo de explotación agraria

Según los datos que se presentan en el cuadro 2 el 46 % corresponde a explotación agraria de tipo individual frente al 36 % en que la explotación es de tipo familiar. Un 10 % no tienen la explotación ovina integrada en una explotación agraria. El restante 7 % corresponde a explotaciones agrarias de carácter asociativo, cual es S.A.T. y S.L.

Nota previa: En la presentación de resultados a lo largo del texto se ha redondeado los decimales hasta la mitad entera inmediata para facilitar la lectura y por estimar que el resultado así obtenido no es peor que el dato original, habida cuenta de los lógicos errores muestrales. Por esta razón la suma de elementos de una columna o de una fila no será necesariamente 100.

Cuadro 2. Tipo de explotación agraria, en % del total regional y clasificado por provincias

	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
Individual	46	15	16	16
Sociedad Limitada	1	0	0	1
Sociedad familiar	36	11	6	19
Sociedad Agraria de Transform.	5	2	1	2
Aparcería	1	0	1	0
Sin explotación agraria	10	1	1	9
TOTAL	99	28	25	47

En cuanto a diferencias regionales, según se desprende de dicho cuadro las diferencias en cuanto a tipo de explotación agraria son mínimas excepto las que hay en Sociedad de tipo familiar, con una mayor incidencia en Zaragoza con 19 % frente al 11 % en Huesca y sólo el 6 % en Teruel. Por otro lado la ausencia de explotación agraria sólo es relativamente importante en Zaragoza con un 9 % frente al 1 % tanto en Huesca como en Teruel.

1.2. Tipo de explotación de la actividad de ovino

Sólo el 28 % de los entrevistados declaran tener una estructura en su explotación de ganado ovino distinta de la explotación agraria en la que se encuentra. Entre estos, es decir aquellos que tienen una estructura de ganado ovino distinta de la explotación agraria en que se encuentra encuadrada los que tienen una explotación de tipo individual con un 38 %, seguidos de explotación de tipo familiar con el 28 %. Estos dos casos representan aquellas explotaciones en las que el ganado es de propiedad individual dentro de una explotación de tipo familiar o viceversa, que son lógicos dentro de la dinámica sucesoria de transmisión de la propiedad en las familias.

Sin embargo aparece un tipo de organización de la explotación ganadera que consiste en una cooperativa para la compra de los piensos. Un 8 % de los encuestados declaran este tipo de explotación ovina. En cuanto a diferencias provinciales no merece la pena destacar más que el hecho de que este último tipo de organización es más frecuente en Zaragoza, un 6 % que en Huesca o Teruel, con un 1 % en cada una.



1.3. Orientación productiva de la explotación agraria

Definir la actividad principal:

Según los datos que se reflejan en el cuadro nº 3, la actividad declarada de ovino se encuentra englobada en una explotación agraria cuya actividad principal resulta ser precisamente de ovino en la generalidad de los casos, 78,9 % en Aragón. Del resto de las explotaciones cuya actividad principal no es el ovino un 10,5 % corresponde a cultivos herbáceos, 2,1 % a otras ganaderías y un 8,4 % corresponde a otras actividades agrarias.

Cuadro 3. Actividad principal de la explotación agraria en Aragón y su distribución regional, en %

	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
Cultivos herbáceos	10,5	29,6	4,2	2,3
Ganado ovino	78,95	62,9	87,5	84,1
Otra ganadería	2,1	7,4	0	0
Otra actividad agraria	8,4	0	8,3	13,6

En realidad sólo Huesca la actividad principal es otra ganadería, 7,4% de las explotaciones de esta provincia, o bien figura como importante otra actividad principal como es la de cultivos herbáceos en el 29,6 % de dichas explotaciones. En el resto de las provincias la actividad principal es la ganadería de ovino en el 87,5 % y en el 84,1 % de las explotaciones de Teruel y Zaragoza respectivamente.

Solo el 12,6 % de las explotaciones encuestadas tiene como única actividad la ganadería ovina si bien con cierta dispersión de la cifra en la región puesto que frente al 3,7 % y al 4,2 % en Huesca y Teruel respectivamente, que no tienen otra actividad agraria, el 22,7 % de las de Zaragoza tienen en efecto una actividad secundaria.

Esta actividad secundaria resulta ser mayoritariamente la explotación de cultivos herbáceos, con el 53,7 % de los casos y ligeras diferencias provinciales.

Cabe destacar, por otro lado, que aquellas explotaciones en que la ganadería de ovino supone la principal actividad secundaria son más numerosas en Huesca con el 37 % de los casos frente al 4,2 y 4,6 % respectivamente en Teruel y Zaragoza.

Cuadro 4. Actividad secundaria de la explotación agraria en Aragón y su distribución regional en %

	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
Cultivos herbáceos	53,7	51,9	62,5	50,0
Ganadería ovina	13,7	37,1	4,2	4,6
Otras	20,0	7,4	29,2	20,4
No realiza otra	12,6	3,7	4,2	22,7
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

En cuanto a la importancia económica de la actividad ovina en relación a total de la explotación agraria se aprecia en el cuadro nº 5 que el 34 % de la muestra tiene su economía basada en la explotación ovina puesto que más del 80 % de sus ingresos vienen de dicha explotación. Descendiendo al estrato de ingresos de la actividad ovina superiores al 60 % del total se encuentra el 58,9 % de la muestra, es decir aproximadamente 2/3 de los encuestados. Más aún, si se desciende al estrato de más del 40 % se encuentran el 79,9 %, es decir las 4/5 partes de la muestra.

Cuadro 5. Porcentaje de ingresos procedentes de la actividad ovina con relación al total expresado en % acumulado

	Aragón
Más del 80 %	34,0
Más del 60 %	58,9
Más del 40 %	79,9
Más del 20 %	92,6



2. CARACTERISTICAS PARTICULARES

2.1. De la explotación

En todos los casos la explotación está montada sobre una base territorial de mayor o menor envergadura, si bien son mayoría las explotaciones cuya base es menor de 50 ha de extensión, 61 % de los encuestados. Le sigue en importancia las explotaciones entre 51 y 100 ha con el 17 % de los encuestados. El 20 % restante se distribuye a partes iguales entre las explotaciones entre 101 y 200 ha y las de superficie cultivada superior a 200 ha.

Cuadro 6. Superficie cultivada de la explotación

	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
Hasta 50 ha	61,0	55,6	62,5	63,6
De 51 a 100 ha	16,8	25,9	12,5	13,6
De 101 a 200 ha	11,6	3,7	12,5	15,9
Más de 200 ha	10,5	14,8	12,5	6,8

2.2. Del rebaño

Tres son los parámetros elegidos para indicar la magnitud del rebaño distinguiendo entre ovejas adultas con edad superior a un año, que se supone ya se encuentran en una etapa productiva, ovejas para reposición, y machos reproductores. A efectos de tratamiento del primero de estos indicadores se han diferenciado cuatro tipos de rebaño según el número de ovejas adultas, estableciendo los límites de intervalo en 200, 500 y 1.000 ovejas respectivamente para rebaños que se pueden clasificar como pequeños, medianos, grandes y muy grandes.

La distribución de los rebaños según estas categorías figura en el cuadro nº 7 en el que se aprecia que el 21,0 de los rebaños son pequeños, aproximadamente el mismo porcentaje 20,0 son grandes, mientras que un 51,6 % son medianos. Por otro lado queda un 7,4 % de rebaños que son muy grandes, es decir con un número de reproductoras superior a 1.000. Se aprecia asimismo una cierta variabilidad en las tres provincias, destacando la de

Huesca con incidencia mayor de los rebaños denominados pequeños, y mayor también de los denominados medianos. Por el contrario Zaragoza presenta una menor proporción de rebaños pequeños.

Cuadro 7. Tamaño del rebaño medido por número de ovejas adultas

	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
200 ovejas	21,0	29,6	33,3	9,1
200-500 ovejas	51,57	37,0	58,3	56,9
500-1000 ovejas	20,01	22,2	8,3	25,0
Más de 1000 ovejas	7,37	11,1	0,0	9,09

En cuanto a los otros dos parámetros que contribuyen a delimitar el tamaño del rebaño como son el número de ovejas para reposición y el número de machos reproductores o moruecos se ha calculado el índice correspondiente con relación al número de ovejas de vientre y los resultados aparecen en el cuadro nº 8.

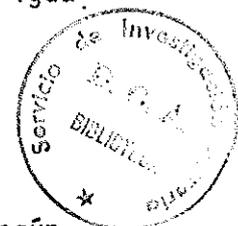
Cuadro 8. Relación de número de ovejas para reposición y de moruecos en relación al número de ovejas adultas, en %

	% sobre número de ovejas adultas			
	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
Ovejas reposición	19,2	20,9	20,3	17,5
Moruecos	2,7	2,9	2,8	2,5

La media para Aragón es de 19,2 % para ovejas reposición y 2,7 % para moruecos. En Teruel el resultado obtenido es ligeramente inferior tanto en uno como en otro índice, con valores de 17,5 % y 2,5 % frente a los valores correspondientes a Huesca y Zaragoza donde estos índices son casi iguales.

2.3. Empleo en la explotación ovina

Normalmente del rebaño se ocupa el dueño de la explotación y según las necesidades es auxiliado por familiares o por asalariados. La dedicación



Cuadro 9. Tiempo dedicado por el titular de la explotación en porcentaje de las explotaciones

Horas/día	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
Hasta 3	20,0	25,9	4,1	25,00
De 3 a 6	12,6	14,8	8,3	13,60
De 6 a 9	17,9	18,5	29,2	11,30
De 9 a 12	26,3	33,3	37,5	15,90
De 12 a 15	18,9	7,4	20,8	25,00
Más de 15	4,2	0,0	0,0	9,09
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,00

de cada uno de ellos en las explotaciones consultadas resulta ser la expresada en los cuadros 9,10,11.

En el 92 % de los casos es el titular el que dedica el mayor esfuerzo al manejo y cuidado del rebaño dedicando como promedio 9,5 horas diarias a la explotación ovina. En el 62 % de los casos además recibe ayuda familiar, con una dedicación de 7,4 horas/día, y sólo en el 12 % de los casos recibe además ayuda de asalariados con un promedio de 8,4 horas/día. Estos datos junto con las variaciones provinciales aparecen en el cuadro nº 10.

Cuadro 10. Dedicación a la explotación ovina del titular y de las ayudas familiar y asalariada en horas/día

Mano de obra	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
Titular	9,5	8,6	10,2	9,7
Familiares	7,4	8,2	6,5	7,7
Asalariados	8,4	9,6	7,0	8,3

Normalmente, para atender al rebaño cuando sale del aprisco para pastar se ocupa el titular en el 26,3 % o bien el pastor contratado en otro 26,3 % de los casos. También se ocupa un familiar en el 10,5 % de los casos, estando el resto comprendido en los casos de combinación de estos tres, como pueden ser titular más pastor, titular más un familiar, etc.. El detalle y su desglose por las provincias aragonesas aparece en el cuadro nº 11.

Cuadro 11. Persona que saca el rebaño a pasar, en % de las explotaciones

	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
Titular	26,3	25,9	41,6	18,2
Pastor	26,3	29,6	8,3	34,1
Familiares	10,5	11,1	12,5	9,0
Combinación de los anteriores	36,9	33,4	37,6	38,7
TOTAL	100,01	100,0	100,1	100,0

El tiempo que el titular lleva dedicado a la actividad ovina es muy variable según las respuestas obtenidas variando entre 0 y un máximo de 55 años. Se presentan los resultados por intervalos de decenas de años en el cuadro nº 11 bis, así como las diferencias provinciales.

Cuadro 11 bis. Tiempo de dedicación a la actividad ovina, años

	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
Menos de 10	42,1	37,0	29,2	52,3
De 10 a 20	21,0	25,9	25,0	15,9
De 20 a 30	11,6	3,7	29,2	6,8
Más de 30	25,3	33,3	16,7	25,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

La actividad anterior desarrollada por el ganadero se refleja en el cuadro nº 11 tris.

2.4. Producción de la explotación ovina

2.4.1. Orientación productiva del rebaño

La orientación productiva es claramente la producción de carne de abasto, como era lógico esperar pero la finalidad de esta pregunta en el cuestionario estriba en la consideración que merece la lana a los ojos del ganadero. Así nos encontramos con que sólo el 13,6 % de los casos declaran una orientación mixta hacia carne y lana, lo que puede indicar que para la mayor parte de los ganaderos el beneficio obtenido por la producción y venta del vellón prácticamente es insignificante (Cuadro nº 12).



Cuadro 12. Orientación productiva del rebaño, en % de las explotaciones

	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
Carne	86,3	92,6	9,7	79,6
Carne y lana	13,7	7,4	8,3	20,4
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Solamente la provincia de Zaragoza parece tener una mayor sensibilidad hacia el aprovechamiento de la lana, puesto que el porcentaje de explotaciones que así lo manifiesta es más alto.

2.4.2. Tipo de animal producido

El animal producido para matadero tiene un peso vivo que oscila entre los 20 y los 26 kg con un valor medio para Aragón de 23,10 kg y muy ligeras diferencias en las tres provincias aragonesas. Este peso vivo lo incorpora el animal cuando alcanza una edad de días como promedio, así mismo con ligeras variaciones provinciales.

El tiempo de lactación resulta ser de 65,1 días como promedio, oscilando entre 60,2 en Zaragoza y 70,9 en Huesca.

Por último el tiempo de cria es de 20,7 días y el de recría de 49,9 días como promedio.

En el cuadro nº 13 se reflejan todos estos parámetros así como su distribución provincial.

Cuadro 13. Tipo de animal producido

	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
1. Peso vivo (Kg)	22,3	26,6	15,3	21,2
2. Edad al sacrificio (días)				
3. Tiempo de lactación (días)	65,1	70,9	67,5	60,2
4. Tiempo de cria (días)	20,7	29,6	9,16	21,5
5. Tiempo de recría (días)	22,3	26,6	15,3	21,2

2.4.3. Índices técnicos de la explotación

Los índices técnicos obtenidos se reflejan en el cuadro nº 14

Cuadro 14. Índices técnicos de la explotación

Concepto	Unidad	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
a	Ud.	1,20	1,20	1,12	1,24
b	%	13,79	13,55	14,59	13,71
c	%	6,72	7,93	5,42	6,68
d	%	1,19	1,17	1,18	1,22
e		0,91	0,97	0,87	0,89

- a: Nº de corderos nacidos por oveja
- b: Nº de corderos reservados para reposición
- c: Tasa de mortalidad de corderos
- d: Prolificidad
- e: Nº de partos por oveja y año



En cuanto a las razas empleadas hay una gran dispersión de las respuestas por lo que tratando de sistematizar la presentación de resultados se desglosa en dos según que el rebaño sea de raza pura o no lo sea y en este último caso se refleja la raza de ambos progenitores.

A) Raza pura

Supone el 58,9 % de las explotaciones y en ellas es mayoría la raza Rasa Aragonesa, con el 90 % de estas explotaciones. El 10 % restante se reparte entre otras razas como son Romanov, Paloma, Ojinegra y otras menos importantes.

B) Rebaños cruzados

En este caso, que supone el 41,1 % de las explotaciones la raza de los machos empleados en el cruzamiento resulta ser muy diversificada puesto que se han obtenido hasta 16 distintas razas. Sin embargo sólo se reflejan las más notables como son Rasa Aragonesa, y Landschaff que suponen el

40 % de estas explotaciones a partes iguales. Del resto de razas citadas se podría entresacar aquellas que tienen una ligera significación en términos relativos, cual es el caso de las razas Suffolk y Merrino, si bien entre las dos no llegan al 12 % de estas explotaciones.

La raza de las hembras en el caso de rebaños cruzados también resulta ser la Rasa Aragonesa, en el 54,3 % de los casos, no mereciendo la pena ser destacada ninguna de las 15 restantes razas nombradas por carecer de importancia relativa en el conjunto de las explotaciones.

Por tanto parece claro que hay una mayoría notable de explotaciones cuya base ganadera la constituye la raza Rasa Aragonesa. En lo que hay alguna variación es en la raza de los machos empleados como reproductores, que se reparte entre la propia Rasa Aragonesa y la raza mejorante de aptitud cárnica Landschaff. Con menor incidencia se citan las razas Suffolk y Merina si bien su incidencia es como se ha dicho, escasa.

La reposición del ganado de vientre es una decisión importante del ganadero, quien normalmente fija su criterio en cuanto a la forma de realizarla. Normalmente la reposición es por compra, por intercambio, o por reposición propia, o por una combinación de los anteriores. En efecto, del total de explotaciones el 41 % realiza la reposición a partir del rebaño propio y por compra de reproductores mientras que el 18 % lo realiza por reposición a partir del propio año y sólo el 16 % realiza los tres tipos de operaciones, intercambio compra y reposición propia.

Entre aquellas explotaciones cuyas decisiones de reposición incluyen la compra o intercambio, es decir aquellas en que la reposición en todo o parcialmente se realiza con ganado ajeno la fuente de suministro de animales de reposición es en la mayor parte de las explotaciones de otro ganadero, concretamente en el 60% de las explotaciones. Otras fuentes aparecen citadas pero de manera esporádica y sin importancia relativa apreciable, por lo que no merece la pena mayor comentario.

3. COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS

3.1. Canales comerciales

En Aragón, tanto por el tipo de explotación ovina que se realiza como por las razas empleadas, cuando se habla de productos sólo se piensa en los corderos ya sea cebados y listos para sacrificio o recién vendidos para su ceba en otra explotación. Otros productos, como pueden ser la lana, o incluso la leche, no son objetivos del ganadero en su explotación por lo que especialmente en el primer caso tiene más un tratamiento de subproducto, el vellón, que resulta necesario eliminar en la estación calurosa, y cuya venta apenas reporta un beneficio al ganadero, una vez deducidos los gastos de esquila. En el caso de la leche sólo hay situaciones puntuales en que pueden ser objeto de mercadeo para su utilización en la elaboración de queso, ya que en la generalidad de los casos es empleada en la propia explotación para la lactación de los corderos.

Queda patente el escaso desarrollo que tiene en Aragón la comercialización asociativa pues sólo un 17 % de los entrevistados manifiesta asociarse para la venta en común de sus corderos (Cuadro 15) frente a un 83 % que vende los corderos de manera individual.

Las diferencias provinciales en esta faceta de la comercialización no son realmente acusadas por lo que no merecen mayor comentario.

En la minoría de casos en que la comercialización se hace en común, el tipo de asociación es Cooperativa o SAT, siendo escasa la incidencia de otro tipo de asociación, como puedan ser sociedades mercantiles u otras.

Cuadro 15. Asociación para comercialización en % de las explotaciones

	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
No	83,2	77,8	87,5	84,1
Sí	16,8	22,2	12,5	15,9
TOTAL	100,0	--	100,0	--

La venta de corderos suele realizarse a lo largo del año por lotes de tal manera que se produce un número de veces la operación de venta. Normalmente el 32,6 % de las explotaciones realiza entre 3 y 6 veces al año la venta de corderos. El 27,4 % vende menos de 3 veces al año y por otro lado el 40,0 % de las explotaciones realiza más de 6 ventas de corderos al año, es decir con una periodicidad inferior a los 2 meses (Cuadro 16).

Cuadro 16. Frecuencia de venta de corderos en porcentajes de las explotaciones

	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
Menos de 3 veces al año	27,4	25,9	29,2	27,3
De 3 a 6 veces	32,6	33,3	50,0	22,7
Más de 6 veces	40,0	40,7	20,8	50,0

La decisión de venta de los corderos y consiguientemente el momento adecuado de la misma suele tener dos tipos de motivaciones. Una por la idoneidad del mercado, fundamentalmente precio atractivo o demanda favorable; y otra, por razones de "madurez comercial" del animal, es decir de idoneidad de peso o de edad del cordero. Esta segunda motivación es mayoritaria 58 % de los casos frente al 12 % cuya motivación es la primera. Asimismo otro 18% expresa una combinación de ambas motivaciones (Cuadro 17).

Cuadro 17. Motivación para la venta de los corderos, en porcentaje de las explotaciones

	Aragón	Huesca	Teruel	Zaragoza
Razones de mercado	57,9	55,5	50,0	63,6
Razones del "ganado"	11,6	14,8	8,3	11,3
Ambas razones	17,9	14,8	16,7	20,4
Otras	12,6	14,9	25,0	4,6
TOTAL	100,0	--	100,0	--

Una vez alcanzado su valor comercial los corderos, o bien dadas las circunstancias favorables del mercado éstos abandonan la explotación para ingresar en el siguiente eslabón de la cadena, cual es su transformación en carne a través del sacrificio que tiene lugar en matadero, ya sea éste in-

dustrial o municipal. Normalmente los animales son comprados por la figura denominada tratante, que es un operador comercial cuya misión es realizar la labor de acopio para llevar los corderos al matadero en partidas grandes. Esta vía es utilizada por el 42 % de los encuestados mientras que un 27 % vende los animales a un carnicero que es quien se encargará del sacrificio. Una minoría de estos casos está constituida por carniceros que a su vez son ganaderos y por tanto no hay cesión de los animales para su sacrificio. Otro 24 % de encuestados se reparte a partes iguales entre ventas directas a matadero industrial, a entrador de matadero municipal o bien a entrega en la propia cooperativa de comercialización. El resto de los encuestados corresponde a respuestas de carácter esporádico como son comisionista, corredor, etc. (Cuadro 18).

En un intento de explorar los movimientos comerciales que sufre el ganado hasta que llega al matadero se incluyó una pregunta relativa a la procedencia de los compradores. Esta pregunta, por ser de carácter abierto, resulta difícil de codificar y las respuestas obtenidas son muy heterogéneas. Sin embargo, destacan como mencionadas con una mayor frecuencia las lo

Cuadro 18. Ventas para sacrificio, según canal comercial, en porcentaje de las explotaciones

	Aragón
Tratante	42
Carnicero	27
Matadero industrial	8
Entrador de mat. municipal	8
Cooperativa	8
Otros	7
TOTAL	100

calidades que se presentan en el Cuadro 19, a saber, Zaragoza aparece en primer lugar con un 13 % de los encuestados, seguida por Barcelona con un 10 % y a mayor distancia Ejea de los Caballeros con un 4 %. Del resto de poblaciones solo cabe mencionar Cella, Lérida, Utebo, cada una de ellas con un 3 % de los encuestados.

Para profundizar algo más en los hábitos de venta de los animales resulta interesante conocer la localidad en que se ha realizado la venta, o mejor dicho, si éste se ha efectuado en distinta localidad a la de la explotación, y, en este caso la distancia a que se encuentra de la misma (Cuadro 19).

Cuadro 19. Procedencia de los compradores en porcentaje de las explotaciones

	Aragón
Zaragoza	13
Barcelona	10
Ejea	4
Cella	3
Lérida	3
Utebo	3
Otras	43
No sabe/no contesta	21

La mayoría de las ventas se producen en la misma localidad donde se halla la explotación, 87 % de los encuestados, frente a un 13 % en que la venta se realiza en distinta localidad. Este último caso es como se ve, minoritario, y la explotación de la respuesta relativa a la distancia en que se encuentre la localidad donde se produce la venta no tiene relevancia.

Cuadro 20. Localidad donde se produce la venta, en porcentaje de las explotaciones

	Aragon
Misma localidad	87
Distinta localidad	13
TOTAL	100

Otro aspecto interesante de la venta es si, para realizarla, ha sido necesario trasladar los animales para concurrir con otros en algún lugar, tipo feria de ganado o similar; o, por el contrario el comprador adquiere

los animales sin necesidad de desplazamiento físico de los mismos, tanto si han sido inspeccionados a priori como si no. Las respuestas aparecen en el Cuadro 21.

Cuadro 21. Desplazamiento de los animales para su venta, en porcentaje de las explotaciones

	Aragón
Si	7
No	93
TOTAL	100

Como se ve sólo esporádicamente se trasladan los animales para concurrir con otros y provocar la venta, 7 % de los entrevistados. Por el contrario, en la generalidad de los casos se venden en la propia explotación. En este caso, además es mayoritaria la costumbre de ver los animales para realizar la compra, sólo en el 20 % de los encuestados que no desplazan sus animales se produce la venta sin que haya una inspección previa de los animales. Probablemente en estos casos haya fuertes razones para confiar en el vendedor, pero no suele ser el caso, como queda dicho.

Las operaciones de venta suelen realizarse sobre el peso de los animales en vivo, concretamente el 78 % de los entrevistados así lo declara frente al 21 % que realiza las ventas sobre el rendimiento en canal (Cuadro 22).

Cuadro 22. Unidad de medida sobre la que se realizan las ventas, en porcentaje de las explotaciones

	Aragón
En peso vivo	78
En canal	21
No sabe/No contesta	1
T O T A L	100

En cuanto al transporte de los animales, en la generalidad de los ca sos, el coste del mismo corre por cuenta del comprador. Así sucede en el 77% de los encuestados frente a un 21 % que se hace cargo de los mismos. Asimismo los riesgos incurridos por muerte o daños en los animales son asumidos por el comprador, bien sea personalmente o mediante un seguro de responsabilidad suscrito por el mismo. En cualquier caso, sólo el 19 % de los encuestados resulta responsable de los riesgos aludidos. Como es lógico pensar, en todos aquellos casos en que hay venta de animales a un tratante de ganados, que es el grupo más numeroso, el transporte y el riesgo es por cuenta de este último, mientras que en el caso de animales sacrificados para la propia carnice ría tanto el transporte como el riesgo son asumidos por el ganadero.

La encuesta, como se ha dicho, fue realizada durante los meses de Mayo a Julio de 1986 y para tener una idea de los precios realizados en las operaciones de venta de los corderos se incluyó una pregunta sobre el precio liquidado en la última operación realizada por el ganadero. En primer lugar cabe destacar que las respuestas obtenidas ofrecen una disparidad en cuanto a la unidad de referencia del precio, así se han obtenido respuestas dando el precio en pts/kg de peso vivo o en kg de peso canal, y aún en pts por cabeza. Este último caso se ha recodificado transformando el precio al correspondiente sobre peso vivo, teniendo en cuenta la respuesta del propio ganadero en cuanto al peso de los animales, que se le formulaba en el mismo ques tionario.

Del total de cuestionarios, 57 ofrecían la respuesta referida a peso vivo una vez realizada la transformación. En ellos el precio obtenido fue de 347,98 pts/kg peso vivo mientras que en los 36 cuestionarios restantes el precio fue de 523,55 pts/kg peso canal, como se desprende de la lectura del cuadro 23.

Cuadro 23. Precio obtenido en la última venta de corderos

	Pts/kg peso vivo	Pts/kg peso canal
Huesca	323,95	593,50
Teruel	352,19	494,80
Zaragoza	365,69	511,18
ARAGON	347,98	523,55

Asimismo cabe destacar que se observan diferencias en los precios practicados en las tres provincias puesto que, refiriéndose exclusivamente al precio expresado en peso vivo la provincia de Zaragoza ofrece un diferencial de precio de 13,50 pts/kg sobre Teruel, y éste a su vez un diferencial de 28,24 pts/kg sobre Huesca en la última operación realizada por los ganaderos entrevistados. Por el contrario, tomando aquellas respuestas que han sido expresadas sobre peso en canal el panorama es distinto pues destaca Huesca con 593,50 pts/kg lo que supone 82,32 pts/kg de diferencia con respecto a Zaragoza y ésta 16,38 pts/kg sobre Teruel.

La interpretación de estas diferencias ofrece dudas y sí permite aventurar que se necesitaría profundizar en ese campo pues parece indicar que existen unos precios distintos, según el lugar donde se realiza la operación de compra-venta.

Un aspecto que resulta interesante resaltar puesto que puede tener su influencia sobre el precio acordado es el número de animales que se han vendido en el lote. La respuesta ofrece una gran dispersión con un mínimo de 2 animales y un máximo de 400. La moda, o valor más frecuente resulta ser 70 animales pero habida cuenta de la dispersión este valor no dice nada, por ello se ha codificado la respuesta ofreciendo unos intervalos y analizando su importancia relativa. Así se obtiene que en el 59 % de los encuestados el lote de venta ha sido menor de 50 animales, el 23 % ha vendido un lote de tamaño entre 50 y 100 animales, y sólo un 18 % ha vendido un lote de tamaño superior a 100 animales.

Por último el peso de los animales manifestado por los ganaderos está centrado en torno a los 23 kg. De hecho éste es el valor modal, o más frecuente, declarado por el 30,5 % de los encuestados, seguido por pesos de 24 y 25 kg declarados por el 17 % de los encuestados respectivamente, y seguido por un peso de 22 kg declarado por el 20 % de los ganaderos encuestados (Cuadro 24).

Es evidente que a los ojos del ganadero el animal ofrece su óptimo para el sacrificio cuando su peso está comprendido entre 22 y 25 kg, pues en este intervalo se encuentra el 85 % de las respuestas obtenidas.

Cuadro 24. Peso de los corderos al sacrificio en porcentaje de las explotaciones

	Aragón
Menos de 22 kg	14,0
22 kg	20,0
23 kg	30,5
24 kg	17,0
25 kg	17,0
Más de 25 kg	1,5

Por último se registra una acusada estacionalidad en las ventas como se pone de manifiesto en la contestación a la pregunta relativa a la época del año en que se realizó la última venta. El 77 % de los entrevistados realizó dicha venta entre los meses de Diciembre a Marzo últimos frente al resto que había realizado las ventas en otra época del año.

Al objeto de poder conocer mejor cuál es la motivación del ganadero para vender sus corderos a quien lo hace se le ofreció una pregunta en la que se le pedía que manifestara si conocía alguna otra persona o lugar donde poder colocar su producción. Se le ofrecía asimismo la oportunidad de dar tres respuestas sobre una tabla en la que se le ofrecían todos los posibles agentes del mercado compradores potenciales. Se establecieron para el análisis de las respuestas tres niveles correspondientes a aquellos ganaderos que hubieran contestado tres alternativas, dos o solo una. Descartando un 11 % que no contestan o no conocen otra alternativa nos encontramos con que en cualquiera de los tres niveles el agente alternativo más conocido es el tratante de ganados, ya que aparece en el 49 % de las respuestas en primer lugar, y en el 60 % de las respuestas tanto en segundo lugar como en tercer lugar, seguido por el carnicero que aparece como alternativa en el 18 % de los casos en primer lugar y en el 40 % y 29 % en segundo y tercero. Es decir, en la generalidad de los casos el ganadero al menos conocía una vía alternativa para dar salida a sus productos y esta vía alternativa era, por orden de importancia un tratante de ganados o bien un carnicero, apareciendo con menos importancia el resto de posibles compradores (Cuadro 25).

Cuadro 25. Posibles alternativas de venta en % de las explotaciones

a) Primera respuesta (95 cuestionarios)	
Un tratante	49
Carnicero	18
Otros	22
No sabe/no contesta	11
TOTAL	100
b) Segunda respuesta (50 cuestionarios)	
Un tratante	60
Carnicero	40
TOTAL	100
c) Tercera respuesta (14 cuestionarios)	
Un tratante	60
Carnicero	29
Otros	11
TOTAL	100

Por tanto, es claro que el ganadero ante al menos una posible alternativa para la venta de sus corderos hace su elección basado en algún criterio que le permite escoger uno y no otro posible comprador. Se le ofrecieron cuatro razones alternativas para que manifestara su motivación más la posibilidad de añadir alguna más si es que sus razones no se gustaban a las que se le ofrecían en la escala. Asimismo se ofrecía la posibilidad de señalar tres razones por orden de importancia.

Las respuestas obtenidas y su análisis se encuentra en el cuadro 26. Como se puede observar de su examen solo 54 de los 95 entrevistados encuentran satisfactorias las alternativas que se les presentan por lo que recurren a señalar otra. Una vez incorporadas éstas a la pregunta resulta que entre cuatro razones aducidas se cuenta con el 78 % de las respuestas habidas como primera alternativa y con tres razones con el 68 % de las respuestas como segunda alternativa.

Es evidente que una razón de peso la constituye el factor precio, que cuenta con el 40 % de las respuestas en primera opción y el 30 % de las respuestas en 2ª. Por otro lado, el factor seguridad que va implícito en las respuestas relativas al conocimiento del ganadero y comprador y a la seguridad en el cobro también tiene peso como se puede comprobar tanto en primera como segunda alternativa.

Por último, resulta curiosa la respuesta relativa a razón de venta - inspirada en la oportunidad del comprador que acertó a visitar la granja en el momento oportuno para comprar la producción. Mas aún, entre aquellos que han contestado al menos dos razones, y cuyo primer argumento es el del precio favorable, la segunda razón aducida es precisamente la de la oportunidad del comprador.

Estos resultados parecen indicar que el ganadero prefiere a la hora de vender sus corderos, recibir una oferta de precio conveniente y una visita del posible comprador en el momento en que los corderos están en buen momento de edad o de peso para salir al mercado.

Cuadro 26. Razones para decidir a quien se realiza la venta, en porcentaje de las explotaciones

a) Primera razón (95 cuestionarios)	
El comprador ofrecía mejor precio	40,0
Es el primero que vino cuando los animales tenían el peso	15,8
Se ajustaba mi producción a sus deseos	11,6
Conozco al comprador y hay más confianza	10,5
Otras	21,1
b) Segunda razón (40 cuestionarios)	
El comprador ofrecía mejor precio	30,0
Conozco al comprador y hay más confianza	20,0
Hay seguridad en el cobro	18,0
Otras	32,0

3.2. Cambios en los hábitos de comercialización

Un aspecto muy interesante a la hora de determinar los canales comerciales es la estabilidad tanto de los mismos a lo largo del tiempo como de la concepción de calidad del producto que pueda tener el ganadero. Por esta razón se incluían dos preguntas relativas a los posibles cambios habidos en un plazo de cinco años. Este tipo de preguntas entraña cierta probabilidad de obtener respuestas sesgadas ya que se está haciendo recordar al entrevistado sucesos del pasado y éste puede tener cierta tendencia o bien al olvido o bien a la posible simplificación de asignar al pasado el mismo valor que al presente, en lo que a la pregunta se refiere. Por ello, y aún a sabiendas de la dificultad y del posible riesgo de sesgo se en las respuestas se presentan los resultados en el cuadro nº 27, correspondiente a las ventas efectuadas cinco años atrás.

Como se puede apreciar y comparando con el Cuadro 18, relativo a la misma información pero en el presente y con las debidas reservas antes mencionadas parece que pierde algo de fuerza la figura del tratante pues pasa de ser la vía utilizada por el 61 % de las explotaciones a ser el 42 % en la actualidad.

Cuadro 27. Ventas para sacrificio según canal comercial, hace cinco años, en porcentaje de explotaciones

	Aragón
Tratante	61
Carnicero	18
Matadero industrial	4
Corredor	4
Otros	13
TOTAL	100

Aumenta su importancia relativa la figura del carnicero, pues pasa de ser el 18 % de las explotaciones al 27 % de las mismas. Asimismo aumenta su presencia relativa tanto el matadero industrial como el matadero municipal a través de la figura del entrador. Es difícil extraer la conclusión de que este cambio apuntado constituya una tendencia que se consolide en el fu-



turo, aunque todo apunta a que así sea al implantarse progresivamente la Reglamentación Técnico Sanitaria de Mataderos, Salas de Despiece, Centros de Contratación, Almacenamiento y Distribución de Carnes y Despojos que se publicó en el BOE de 4 de Febrero de 1977. Aunque sus efectos sólo son apreciables a medio plazo pues, habida cuenta de las dificultades y grandes inversiones requeridas para que los mataderos adaptasen sus instalaciones a las nuevas exigencias, la implantación de la normativa ha sufrido varias prórrogas pero progresivamente se va normalizando su presencia y actuación y el aumento de transparencia en el mercado que supone su reglamentación se debe notar en la actividad comercial.

En cuanto a los animales vendidos, interesa saber si ha habido un cambio por parte de los compradores potenciales en el tipo de animal o los requisitos específicos del mismo. Por esta razón se presentaba una pregunta dicotómica sobre el cambio en el tipo de animal y en caso positivo aclarar en que sentido era dicho cambio. La tabulación de los resultados aparece en el cuadro nº 27 en el que se aprecia que una mayoría no cree que haya habido cambios, 62 % frente a un 36 % que opina lo contrario.

Cuadro 28. Cambios en tipo de animal demandado, en porcentaje de explotaciones

	Aragón
Si	36
No	62
NS/NC	2
TOTAL	100

Curiosamente las aclaraciones recibidas en los cuestionarios cuya opinión positiva con relación a los cambios abunda en torno a dos ideas que podrían sintetizarse en tamaño más reducido y estado de engrasamiento menor sin duda alguna reflejando la demanda del consumidor por canales más tiernas y con menor contenido en grasa, que tiene reputación como generadora de obesidades indeseables.

3.3. Formación del precio

En la comercialización de los corderos, el ganadero actúa, como se ha visto, de manera pasiva frente a la demanda, o posibles compradores, puesto que generalmente no dispone de efectivos suficientes como para poder negociar de forma significativa sobre los precios que rigen en el mercado. Hay una gran dispersión de la oferta y la concentración de poder negociador es prácticamente nula. Como se ha visto más arriba generalmente aguarda a recibir la visita de un comprador que coincida con el momento en que sus corderos hayan alcanzado la edad y el peso adecuados.

Generalmente el ganadero tiene conocimiento de los precios que rigen en el mercado a través de varios mecanismos, como se verá más adelante, pero uno de ellos es el contacto diario con otros ganaderos y las informaciones que pueda recibir de las lonjas de contratación y de las informaciones de precios y mercados.

Aún así resulta curioso comprobar cual es la opinión que tienen los ganaderos sobre los mecanismos de formación del precio. Concretamente sobre la posibilidad de modificación del mismo que tienen diversos agentes del mercado. Así a la pregunta ¿"Cree Vd. que existen personas u organizaciones con capacidad para mover los precios según sus intereses?", se obtuvo la siguiente respuesta:

Cuadro 29. Opinión sobre capacidad de personas u organizaciones para alterar los precios, en porcentaje de explotaciones

	Aragón
Si	61
No	21
NS/NC	18

El 61 % opina de forma positiva frente al 21 % que no cree sea posible, si bien un 18 % no sabe o prefiere no contestar. Entre aquellos ganaderos cuya opinión es positiva, la aclaración de la misma, recibido como respuesta abierta, gira en torno a los mataderos importantes con expresiones

como "los grandes mataderos", "las grandes empresas" e incluso algunas opiniones atribuyen la facultad de modificar los precios al "Ministerio de Agricultura".

4. INFORMACION NECESARIA Y DISPONIBLE

Hay dos elementos importantes en todo proceso de venta, y en el caso de la venta de los animales que ha criado el ganadero determinarán su nivel de satisfacción por la operación efectuada, y esos elementos son el comprador y las condiciones acordadas, más específicamente el precio. Sobre ambos elementos se ha indagado con el afán de conocer mejor como se transmite la información al ganadero.

Concretamente sobre la hipotética prospección de posibles compradores la respuesta da un 27 % de explotaciones que recibe o busca información frente a un 68 % que no lo hace, mientras que sobre la búsqueda de información sobre los precios del momento el 95 % declara realizarla sistemáticamente.

Cuadro 30. Búsqueda de información en porcentaje de explotaciones

	Sobre compradores	Sobre precios
Si	27	95
No	68	5
NS/NC	5	0
TOTAL	100	100

En este último grupo, constituido por aquellos ganaderos que buscan información sobre precios, y que es la gran mayoría, la fuente de información declarada no es en general única, suele ser una combinación de distintas fuentes. En el cuadro nº 31 se contienen las respuestas que representan el porcentaje de encuestados que declaran haber recibido información de la respectiva fuente.

Es decir que el medio más usual es la transmisión por las conversaciones con vecinos, etc. ya que el 74 % de los ganaderos declaran buscar información de precios reconoce haberse valido de este procedimiento. Le sigue en :

Cuadro 31. Fuentes de información de precios, en porcentaje de las explotaciones

	%
Periódicos	53
Revistas	20
Mercados ganaderos	64
Comentarios con vecinos u otros	74
Radio	7

importancia la información recibida de los mercados ganaderos ya sea a través de los boletines que suelen emitir éstos, o por llamadas telefónicas o incluso por asistencia a las sesiones de contratación. El 64 % declara haber utilizado este procedimiento. Información recibida por periódicos se encuentra en el 53 % de los entrevistados mientras que por la lectura de revistas sólo en el 20 % de los mismos y, por último, la radio solo sirve como fuente de información de precios a un 7 % de los entrevistados.

Sin embargo son mayoría los ganaderos que no están satisfechos con el nivel de información de que disponen normalmente pues manifiestan echar en falta algún tipo de información de la que en la actualidad no disponen. Así ocurre con el 76 % de los entrevistados, que desearían obtener algún tipo de información que en la actualidad no tienen (Cuadro nº 32). En cuanto al tipo de información que, de hecho, añoran se ha recibido una serie larga de respuestas ante la pregunta abierta, pero las respuestas contenidas en la serie giran con mayor frecuencia sobre información relativa a precios por un lado y a condiciones de sanidad e incidencia de enfermedades por otro.

Cuadro 32. Desearían obtener más información en porcentaje de explotaciones

Si	76
No	24

5. NORMALIZACION

Interesa conocer la influencia de la normalización y de la tipificación de productos sobre las operaciones de venta del ganadero y para ello se clasifica la muestra en dos grupos. Uno corresponde a aquellos ganaderos que al realizar la venta de sus animales reciben precios distintos por los mismos, atendiendo a una clasificación de que son objeto de acuerdo con algún criterio establecido, y el otro corresponde a aquellos ganaderos que venden sus animales percibiendo el mismo precio por todo el lote vendido. El primer grupo está formado por el 40 % de los ganaderos y el segundo grupo por el 49 %. Hay un tercer grupo con el 11 % compuesto por los que no venden en vivo.

Cuadro 33. Venta en vivo: clasificación de los animales por tipos para la venta, en porcentaje de las explotaciones

Si	40
No	49
No venden vivo	11
TOTAL	100

A los ganaderos del primer grupo mencionado se les ofrece una pregunta con diversas alternativas para que manifiesten los criterios en que se basa la clasificación a que ven sometidos sus corderos por las normas del comprador. Las distintas opciones así como la tabulación de los resultados aparece en el cuadro nº 34 y en él se puede comprobar que los dos criterios básicos y más generalizados son los relativos al tamaño o peso de los animales en primer lugar, y en segundo la conformación de los mismos aunque con menor importancia.

En cualquier caso, queda patente que cuando se realiza clasificación, las normas son fijadas por el comprador, 65 % de los entrevistados, frente a 35 % en que se llega a algún acuerdo entre comprador y vendedor para realizar la clasificación (Cuadro nº 35).

Cuadro 34. Criterios de clasificación, en porcentaje de las explotaciones que se clasifican con venta en vivo

Tamaño o peso de los animales	53
Conformación	24
Edad	16
Raza	5
Otros	2
TOTAL	100

Cuadro 35. Quién fija las normas de clasificación, en porcentaje de explotaciones que la realizan para la venta

	Aragón
Comprador	65
Acuerdo entre comprador y vendedor	35
TOTAL	100

Por otro lado, no existe una clara opinión sobre la posibilidad de que las normas de clasificación difieran entre regiones distintas, pues las opciones recogidas oscilan entre el 48 % de los entrevistados que clasifican los animales para venta que si creen existen diferencias según la zona donde se encuentran frente al 38 % que opinan lo contrario y un resto de 16 % que no tienen opinión al respecto.

Cuadro 36. Diferencias de normas en distintas zonas, en porcentaje de explotaciones que clasifican para la venta

	Aragón
Si	48
No	38
NS/NC	14
TOTAL	100

De entre aquellos que, efectivamente, piensan que hay diferencias de normas o criterios de clasificación según distintas zonas, las opiniones recogidas indican que las preferencias de los mercados de destinos situadas fuera de Aragón tienen rasgos diferenciales en cuanto a dos criterios tamaño y engrasamiento de la canal.

Así se observa una coincidencia en la apreciación del mercado vasco como solicitante de corderos relativamente más grandes, mientras que el mercado catalán parece tener sus preferencias por un tipo de animal más pequeño y con menor engrasamiento de la canal.

Relacionado con todos los aspectos de normalización y clasificación de los animales para la venta está la actitud del ganadero hacia el hecho en sí de la clasificación. El 46 % de los ganaderos entrevistados opina que es conveniente para su negocio mientras que el 29 % opina que es perjudicial. Otro 9 % opina que no es perjudicial ni beneficioso y por último un 16 % no tiene opinión o no contesta (Cuadro 36).

Ahora bien, cruzando las respuestas obtenidas sobre la opinión acerca de los posibles beneficios o perjuicios obtenidos de la clasificación con el hecho de realizarla en sus ventas para obtener precios diferenciales (ver cuadro nº 33) se obtiene un panorama que se recoge en el cuadro nº 37 y del que se puede destacar lo siguiente:

Cuadro 36. Opinión sobre la clasificación de los animales para la venta, en % de las explotaciones

	Aragón
Es conveniente	46
Es perjudicial	29
Es indiferente	9
NS/NC	16
TOTAL	100

De entre aquellos que realizan clasificación de los animales para la venta (40 % de los entrevistados) el 34 % opinan que les resulta favorable frente al 42 % que opinan les resulta desfavorable, y un 5 % indiferente. Sin em

bargo, entre aquellos que venden los animales sin clasificar (49 % de los entrevistados) la opinión es inversa, el 47 % tiene opinión favorable sobre los beneficios que reportaría la clasificación frente a un 28 % cuya opinión es desfavorable y un 13 % de indiferentes, lo que parece apuntar hacia la idea de que entre aquellos que venden los animales con una cierta clasificación hay división de opiniones con relación al hecho de que les favorezca o les perjudique si bien parecen decantarse por el posible perjuicio, mientras que en la situación contraria, es decir, aquellos que venden los animales sin ninguna clasificación aún teniendo división de opiniones parece que se decantan más claramente por los posibles beneficios de la clasificación. Finalmente entre aquellos cuyas ventas no tienen lugar en vivo sino sobre la base de la canal producida hay una clara incidencia en su opinión favorable a los beneficios que debe comportar la clasificación.

Cuadro 38. Opinión sobre la clasificación, según realicen o no clasificación para la venta, en porcentaje de explotaciones

Opinión sobre la clasificación	¿Realiza clasificación cuando vende en vivo?		
	Si (40%)	No (49%)	No vende en vivo (11%)
Favorable	34	47	90
Desfavorable	42	28	0
Indiferente	5	13	10
NS/NC	19	12	-
TOTAL	100	100	100

6. OPINION SOBRE INCIDENCIA DE LA ADHESION DE ESPAÑA A LA CEE

En el momento de realización de la encuesta, Mayo a Julio de 1986, estaba muy reciente la incorporación de España a las Comunidades Europeas, que se produjo el 1 de Enero de ese año, y mucho más reciente todavía la implantación de la Política Agrícola Común que como se recordará tuvo lugar el día 1 de Marzo. El grado de incertidumbre sobre las consecuencias de la adhesión era alto, unido al desconocimiento de la situación en los mercados europeos. En general parecía detectarse una situación de ansiedad en lo que se refiere a las posibilidades de la ganadería ovina derivada de una serie de factores que parecía podían jugar a favor de la ganadería ovina española. En

las conclusiones de unas jornadas técnicas celebradas en Salamanca los días 23 y 24 de Octubre de 1985 sobre "Posibilidades del sector ovino español con el ingreso en la CEE" se sintetizan las perspectivas como sigue:

1) Balance deficitario de la CEE con una tasa de autoaprovisionamiento de carne de cordero del 70 %, cuyo déficit está cubierto por exportaciones de Australia, Nueva Zelanda y países de la Europa Oriental.

2) Ventaja climática de la Península Ibérica que permitirá programar las producciones mediante actuación sobre los cebos al objeto de conseguir producciones cuando hay escasez de oferta en los países europeos.

3) Las canales producidas en España son de menor peso y estado de engrasamiento que las que normalmente demanda el mercado europeo, por lo que caben dos alternativas, promocionar imagen de marca del cordero de nuestras latitudes o, por el contrario adaptar nuestros sistemas productivos para cubrir esa demanda del mercado europeo de canales más pesadas.

Al objeto de poder contrastar el conocimiento que del mercado comunitario tiene el ganadero español y más concretamente el ganadero aragonés se incluyó una serie de preguntas cuyo análisis se presenta a continuación.

El 70 % de los ganaderos entrevistados son conscientes de que el tipo de animal que se consume en Europa es distintos del que es usual consumir en España, frente al 30 % restante que reconocen no saben si es así (Cuadro 39).

Cuadro 39. Opinión sobre el consumo en Europa, en porcentaje de las explotaciones

	Aragón
Igual	0
Distinto	70
No sabe	30
TOTAL	100

En cuanto a aquello que diferencia el cordero europeo del cordero español hay unanimidad en la percepción de que el tamaño del primero es mayor que el del segundo, pues así aparece significado en la totalidad de las encuestas. Más aún se percibe una distinta calidad de la carne puesto que el hecho de criar otras razas distintas a las muestras y con técnicas de producción distintas genera canales con mayor engrasamiento.

La estrategia que piensa adoptar el ganadero queda de manifiesto por la pregunta siguiente en la que se le ofrecen varias posibilidades para que señale aquella que más se centra en su propia idea (Cuadro 40).

Cuadro 40. Estrategia de cara al futuro, en porcentaje de las explotaciones

Seguir produciendo lo mismo y abastecer mercado interior	13
Producir el tipo de animal que demanda la CEE	11
Combinar los dos tipos	24
No saber, no lo ha pensado	50
TOTAL	100

Es evidente que todavía no hay un panorama claro que permita al ganadero elaborar una estrategia de producción, pues si bien el 13 % adopta una actitud conservadora y un 11 % una actitud decididamente de cambio, son mayoría los que adoptan una actitud de cautela o una actitud de compromiso, como se desprende de las cifras contenidas en el cuadro citado.

En todo caso, y ante la posibilidad de un mercado de exportación para sus productos si es significativa su opinión relativa a la actitud a adoptar y se reconoce explícitamente la escasa capacidad de maniobra del ganadero aislado (Cuadro 41).

Sólo un 4 % se considera capacitado para conducir una operación de exportación con carácter aislado, mientras que el 87 % que sólo lo podría realizar a través de una asociación. De éstos, sin embargo, hay una gran mayoría que lo ven claro pero no encuentran la vía para realizar esa asociación y defender sus intereses comunes, ya que un 63 % reconocen la utilidad de la fórmula pero manifiestan no saber como.

Cuadro 41. Actitud ante la posible exportación a Europa, en porcentaje de las explotaciones

	Aragón
De manera individual	4
A través de una asociación	24
Sería conveniente asociarse, pero no sabe cómo	63
No sabe, no contesta	9
TOTAL	100

Por último la opinión global de los ganaderos con relación al futuro de la actividad ovina en vista del ingreso en la CEE refleja el estado de ansiedad y expectativa antes mencionado pues un 47 % no tiene criterio ya que o no sabe o no contesta frente a un 30 % cuyas expectativas son de carácter optimista y un 16 % que lo son pesimistas mientras que un 7 % es indiferente (Cuadro 42).

Cuadro 42. Expectativas futuras como consecuencia de la pertenencia a la CEE, en porcentaje de explotaciones

Optimista	30
Pesimista	16
Indiferente	7
No sabe/No contesta	47
T O T A L	100

O, dicho de otro modo, sólo la mitad de los ganaderos tiene formado criterio en cuanto al futuro, y de ellos son mayoría los que tienen una visión optimista (30 %) frente a los que son pesimistas (16 %) con relación al desarrollo de la ganadería ovina española en el nuevo contexto europeo.

ANEXO 1

VARIABLES DE IDENTIFICACION:

ENCUESTA nº

PROVINCIA LOCALIDAD

NOMBRE DE LA EMPRESA

SI PERTENECE A UNA CADENA INDIQUE EL NOMBRE

A. CARACTERISTICAS GENERALES

Pregunta 1. DESCRIPCION DEL TIPO DE EMPRESA:

- Sociedad mercantil
- Sociedad cooperativa
- S.A.T.
- Elaborador propio
- Otro (por favor especifique)
-

Pregunta 2. PRODUCCION EN EL AÑO 1985: Toneladas

Pregunta 3. ¿QUE PORCENTAJE DE LA PRODUCCION, O QUE CANTIDAD EN TONELADAS SE DESTINO EN 1985 A:

- | | Toneladas |
|--|-----------|
| - Venta directa a ganaderos | |
| - Mercado cautivo | |
| (incluye consumo propio o de ganaderos integrados, venta a otras empresas del grupo, etc.) | |
| - Venta a distribuidores | |
| - Fabricación por encargo (maquila) | |
| - Otros | |
| TOTAL | |

Pregunta 4. INDIQUE CUAL FUE EL DESTINO DE LOS PIENSOS:

Especies	Toneladas
1. Vacuno
2. Ovino
3. Porcino
4. Aves
5. Conejos
6. Caballos
7.
8.

Pregunta 5. INDIQUE, POR FAVOR EL NUMERO DE MAQUINAS MEZCLADORAS, Y SU CAPACIDAD TOTAL

Número

Capacidad Toneladas/hora

Pregunta 6. ¿Y EL NUMERO DE GRANULADORAS?

Número

Potencia en C.V.:

Granuladora Potencia

1	CV
2	CV
3	CV
4	CV
5	CV

Pregunta 7. ¿QUE PROPORCION DEL PIENSO SE PRESENTA GRANULADO O EN HARINA?

	Gránulo								
	Gránulo	reengr.	Migajas	Harina					
Aves	+	+	+	+	= 100 %
Porcino	+	+	+	+	= 100 %
Vacuno	+	+	+	+	= 100 %
Ovino	+	+	+	+	= 100 %
Conejos	+	+	+	+	= 100 %
Otros	+	+	+	+	= 100 %
.....	+	+	+	+	= 100 %
.....	+	+	+	+	= 100 %

Pregunta 8. ASIMISMO, QUE PROPORCION DE LA PRODUCCION TOTAL ESTIMA VD. QUE SE DESPACHA A GRANEL Y EN SACO?

- A granel	%
- Saco	%
Suma		100

Pregunta 9. ¿CUAL FUE EL NUMERO DE HORAS DE UTILIZACION DE LA MAQUINARIA POR DIA COMO PROMEDIO DURANTE EL PASADO AÑO DE 1985?

- Toda la fábrica	horas/día
- Molienda	horas/día
- Granulación	horas/día

Pregunta 10. ¿CUAL ES EL NUMERO TOTAL DE EMPLEADOS EN ESTA FABRICA? (INCLUYE PERSONAL DE PRODUCCION, MANTENIMIENTO, ALMACEN, VENTAS Y DESPACHO DE MERCANCIAS)

Indique, por favor, su desglose:

	Nº de trabajadores
Producción
Mantenimiento y reparaciones
Almacén
Conductores de camiones y otros vehículos
Oficina
Ventas

* (Incluye trabajadores fijos y eventuales con contrato inferior a 6 meses).

B. FORMULACION

Pregunta 11. NORMALMENTE LA PROGRAMACION DE LAS RACIONES SE REALIZA EN:

- La propia fábrica
- La central de la cadena propia
- Una empresa de servicios que además proporciona los correctores
- Una empresa de servicios que no proporciona los correctores
- Otros
-

Pregunta 12. EN CUANTO A LA DECISION DE CAMBIAR LAS FORMULAS, PUEDE INDICAR SI SE CAMBIAN:

- Diariamente, por lo general
- Se intentan mantener durante un cierto tiempo
- Siempre que el precio o suministro de materias primas lo requiera
- Otros
-

C. UTILIZACION DE INGREDIENTES:

Pregunta 13. ¿PUEDE VD. RELLENAR LA TABLA SIGUIENTE RELATIVA A LOS INGREDIENTES UTILIZADOS DURANTE EL AÑO 1985, O EN SU DEFECTO EL ULTIMO AÑO DEL QUE TENGA VD. REFERENCIA?

	Toneladas
a) CEREALES:	
Cebada
Trigo
Maíz
Sorgo
Mandioca (como sustituto)
Otros (especificar)
.....
.....
b) LEGUMINOSAS PIENSO:	
Habas
Altramuces
Guisantes
Otros (especificar)
.....
.....
c) HARINAS PROTEICAS DE ORIGEN VEGETAL:	
De soja
De girasol
Otras (especificar)
d) MATERIAS PROTEICAS DE ORIGEN ANIMAL:	
Harina de pescado
Harina de carne y huesos
Mantecas y sebos
Oleinas y similares
Leche y derivados
Otras (especificar)
.....
.....
e) SUBPRODUCTOS:	
Pulpa de remolacha
Melazas

¿Y LA DE PIENSOS ELABORADOS?

Granulos
Harinas
Otros

Pregunta 17. ADEMÁS, ¿SE ALMACENAN CEREALES SOBRE EL SUELO EN UNA NAVE?

- No
- Si --> Capacidad disponible: metros cuadrados

Pregunta 18. ¿SE UTILIZAN INGREDIENTES LIQUIDOS?

- Ninguno
- Grasas
- Oleinas
- Melazas
- Otros

E. TRANSPORTE

Pregunta 19. ¿EN QUE MEDIO DE TRANSPORTE SE RECIBEN LAS MATERIAS PRIMAS?

	% del total
- Transporte propio %
- Transporte ajeno %
- Vagón de ferrocarril %
- Otros %
Suma	100

¿Y LA EXPEDICION DEL PIENSO ELABORADO?

- Transporte propio %
- Transporte ajeno:	
. del cliente o socio %
. contratado %

A N E X O 2

CODIFICACION ENCUESTA ANALISIS SECTORIAL PIENSOS COMPUESTOS

Aquí se enumerarán las variables de que consta la encuesta, así como su significado y medida.

2. REG: Recoge la región o comunidad a la que pertenece la fábrica. Tomará valores del 1 al 17.
3. CAD: Tomará valores 1 ó 2 según pertenezcan o no a alguna cadena: 1 - Si
2 - No
4. SICAD: Aquellas fábricas que sí pertenezcan a una cadena, tomarán valores del 1 al 8. Si no pertenecen, tomarán valor cero.
1. NUM: Numeraremos las encuestas con el fin de poder realizar algún agrupamiento con posterioridad.

Preg. 1: 5. TIPEMP: Tomará valores del 1 al 5 dependiendo del tipo de empresa.

1. Sociedad mercantil; 2. Cooperativa; 3. S.A.T.; 4. Elaborador propio; 5. Otros

Preg. 2: 6. PRODT3: Recoge la producción anual de la fábrica en miles de Tm. Si existe algún decimal se redondeará por defecto o por exceso a partir de 5 creyendo que existirá una compensación global.

Preg. 3: 7. VE31T3: Del total vendido, que cantidad, en miles de toneladas, va dirigida a venta directa a ganaderos.

8. VE32T3: Del total vendido, cantidad (en miles de Tm) que va dirigida a mercado cautivo.

9. VE33T3: Del total vendido, cantidad (en miles de Tm) que va dirigida a distribuidores.

10. VE34T3: Fabricación realizada por encargo (maquila) (En miles de Tm).

11. VE35T3: Otros casos de ventas. (En miles de Tm).

Preg.4: 12. DE41T3: Piensos destinados a ganado vacuno (en miles de Tm).

13. DE42T3: Piensos destinados a ganado ovino (en miles de Tm).

14. DE43T3: Piensos destinados a ganado porcino (en miles de Tm).

15. DE44T3: Piensos destinados a aves (en miles de Tm).

16. DE45T3: Piensos destinados a conejos (en miles de Tm).

17. DE46T3: Piensos destinados a caballos (en miles de Tm).

18. DE47T3: Piensos destinados a otras especies (en miles de Tm).

Preg.15:19. NUMMEZ: N° de máquinas mezcladoras que posee la fábrica.

20. CAP5TH3: Capacidad del total de mezcladoras en Tm/hora.

Preg.6: 21. NUMGRAN: N° de máquinas granuladoras que posee la fábrica.

22. CAP6CV: Capacidad total de las granuladoras en caballos vapor.

INCISO: Referente a la pregunta 7, los porcentajes tanto de granulo reengrasado como de migajas se acumularán a los de gránulo.

Preg.7: 23. GR71P: Porcentaje de pienso que se presenta en grano para aves.

24. HA71P: Porcentaje de pienso para aves que se presenta en harina.

25. GR72P: Porcentaje de pienso que se presenta en grano para porcino.

26. HA72P: Porcentaje de pienso para porcino que se presenta en harina.
27. GR73P: Porcentaje de pienso para vacuno que se presenta en gránulo.
28. HA73P: Porcentaje de pienso para vacuno que se presenta en harina.
29. GR74P: Porcentaje de pienso para ovino que se presenta en gránulo.
30. HA74P: Porcentaje de pienso para ovino que se presenta en harina.
31. GR75P: Porcentaje de pienso para conejos que se presenta en gránulo.
32. HA75P: Porcentaje de pienso para conejos que se presenta en harina.
33. GR76P: Porcentaje de pienso para otros que se presenta en gránulo.
34. HA76P: Porcentaje de pienso para otros que se presenta en harina.

Preg.8: 35. GRANEL P: Proporción del total de la producción despachada a granel.

36. SACOP: Proporción del total de la producción despachada en sacos.

Preg.9: 37. UT91HD: N° de horas de utilización de maquinaria en toda la fábrica en horas/día.

38. UT92HD: N° de horas de utilización de maquinaria en molienda en horas/día.

39. UT93HD: N° de horas de utilización de maquinaria en granulación en horas/día.

Preg.10:40. EMP101: N° de empleados de producción.

41. EMP102: N° de empleados de mantenimiento.

42. EMP103: N° de empleados de almacén.

43. EMP104: N° de conductores de camiones y otros vehículos.

44. EMP105: N° de empleados de oficina.

45. EMP106: N° de empleados de ventas.

Preg.11:46. PROG11: Realización de la programación de las raciones.

1. Propia fábrica; 2. Central cadena propia; 3. Empresa de servicios que proporciona correctores; 4. Empresa de servicios que no proporciona correctores; 5. Otros.

Preg.12:47. CAMBFOR: Decisiones sobre cambios de fórmulas.

1. Diariamente por lo general; 2. Se intentan mantener durante un cierto tiempo.
3. Siempre que el precio o suministro de M.P. lo requiera; 4. Otros.

Preg.13:48. CE13A1T3: Dentro de los cereales, miles de toneladas de cebadas empleados en el año.

49. TR13A2T3: Dentro de los cereales, miles de toneladas de trigo empleados en el año.

50. MZ13A3T3: Dentro de los cereales, miles de toneladas de maíz empleados en el año.

51. S013A4T3: Dentro de los cereales, miles de toneladas de sorgo empleados en el año.
52. MD13A5T3: Dentro de los cereales, miles de toneladas de mandioca empleados en el año.
53. OT13A6T3: Dentro de los cereales, miles de toneladas de otros empleados en el año.
54. HA13B1T3: Dentro de las leguminosas pienso, miles de toneladas de habas empleadas en el año.
55. AL13B2T3: Dentro de las leguminosas pienso, miles de toneladas de altramuces empleados en el año.
56. G613B3T3: Dentro de las leguminosas pienso, miles de toneladas de guisantes empleados en el año.
57. OT13B4T3: Dentro de las leguminosas pienso, miles de toneladas de otros empleados en el año.
58. SJ13C1T3: Dentro de las harinas proteicas de origen vegetal, miles de toneladas de soja empleadas al año.
59. J113C2T3: Dentro de las harinas proteicas de origen vegetal, miles de toneladas de girasol empleadas al año.
60. OT13C3T3: Dentro de las harinas proteicas de origen vegetal, miles de toneladas de otros empleados al año.
61. HP13D1T3: Dentro de las materias proteicas de origen animal, miles de toneladas de harina de pescado empleados al año.
62. HC13D2T3: Dentro de las materias proteicas de origen animal, miles de toneladas de harina de carne y hueso empleadas al año.

63. MS13D3T3: Dentro de las materias proteicas de origen animal, miles de toneladas de mantecas y sebos empleadas al año.
64. OS13D4T3: Dentro de las materias proteicas de origen animal, miles de toneladas de oleinas y similares empleados al año.
65. LD13D5T3: Dentro de las materias proteicas de origen animal, miles de toneladas de leche y derivados empleados al año.
66. OT13D6T3: Dentro de las materias proteicas de origen animal, miles de toneladas de otros productos empleados al año.
67. PR13E1T3: Dentro de los subproductos, miles de toneladas de pulpa de remolacha empleada al año.
68. ML13E2T3: Dentro de los subproductos, miles de toneladas de mezclas empleada al año.
69. ST13E3T3: Dentro de los subproductos, miles de toneladas de salvado de trigo y similares empleada al año.
70. CG13E4T3: Dentro de los subproductos, miles de toneladas de "Corn Gluten Feed" empleada al año.
71. CA13E5T3: Dentro de los subproductos, miles de toneladas de cascarilla de arroz empleada al año.
72. OT13E6T3: Dentro de los subproductos, miles de toneladas de otros productos empleados al año.
73. PJ13F1T3: Dentro de paja y forrajes, miles de toneladas de paja empleada al año.
74. F013F2T3: Dentro de paja y forrajes, miles de toneladas de forraje empleada al año.

Preg.14:75. AMP141: Consignaremos si la fábrica realiza análisis de materias primas o no.

76. AMP142: Dentro de las fábricas que si lo realizan, recoge las que utilizan el método NIR o las que no.

1. NIR; 2. Otros; 0. No realizan análisis.

Preg.15:77. AMP15: Recoge, dentro de las que utilizan el NIR, como calibran el aparato.

1. Como indican los manuales; 2. Por calibrado propio; 3. Otros; 0. Los que emplean otro método o no realizan análisis.

Preg.16:78. CG16T3: Aquí registraré la capacidad total de almacenaje en miles de toneladas de cereales grano como materias primas.

79. H16T3: Aquí registraré la capacidad total de almacenaje en miles de toneladas de harinas de materias primas.

79'. OT16T3: Aquí registraré la capacidad total de almacenaje en miles de toneladas de otras materias primas.

80. CG16NS: Recoge el número de silos en que son almacenadas las MP de cereales grano.

81. H16NS: Recoge el número de silos en que son almacenadas las MP en harinas.

82. OT16NS: Recoge el número de silos en que son almacenadas otras MP.

83. PG16T3: Recoge la capacidad de almacenaje en miles de toneladas de piensos en granulo.

84. PH16T3: Recoge la capacidad de almacenaje en miles de toneladas de piensos en harina.

85. P016T3: Recoge la capacidad de almacenaje en miles de toneladas de piensos en otra forma.
86. PG16NS: Recoge el número de silos en los que son almacenados los piensos en gránulo.
87. PH16NS: Recoge el número de silos en los que son almacenados los piensos en harina.
88. P016NS: Recoge el número de silos en los que son almacenados los piensos en otra forma.

Preg.17:89. ALM17: Variable cualitativa que tomará un valor u otro según se almacenen o no los cereales en el suelo.

1. No se almacenan; 2. Se almacenan.

90. CA17M2: Recoge la capacidad disponible en m^2 cuando se almacenan cereales en el suelo. Cuando no se almacenan toman valor cero.
91. IL18N: Variable que asigna valor 1 si no utilizan ingredientes líquidos y 0 si se utilizan.
92. IL18G: Variable que asigna valor 1 si se utilizan grasas y 0 para los demás casos.
93. IL18OL: Variable que asigna valor 1 si se utilizan oleinas y 0 para los demás casos.
94. IL18M: Variable que asigna valor 1 si se utilizan melazas y 0 para los demás casos.
95. IL18OT: Variable que asigna valor 1 si se utilizan otros ingredientes líquidos y 0 para el resto.

Preg.19: 96. TR19A1P: Recoge en porcentajes el transporte propio en el que reciben las M.P.

97. TR19A2P: Recoge en porcentajes el transporte ajeno en el que se reciben las M.P.
98. TR19A3P: Recoge en porcentajes el transporte en ferrocarril en el que se reciben las M.P.
99. TR19A4P: Recoge en porcentajes otros transportes en el que se reciben las M.P.
100. TR19B1P: Recoge en porcentajes el transporte propio en el que se expiden los piensos elaborados.
101. TR19B2P: Recoge en porcentajes el transporte del cliente o socio en el que se expiden los piensos elaborados.
102. TR19B3P: Recoge en porcentajes el transporte contratado en el que se expiden los piensos elaborados.
- Preg.20:103. KM50T3: Recoge en miles de toneladas las ventas transportadas a menos de 50 Km.
104. KM75T3: Recoge en miles de toneladas las ventas transportadas de 50 a 75 Km.
105. KM100T3: Recoge en miles de toneladas las ventas transportadas de 75 a 100 Km.
106. KM125T3: Recoge en miles de toneladas las ventas transportadas de 100 a 125 Km.
107. KM150T3: Recoge en miles de toneladas las ventas transportadas de 125 a 150 Km.
108. KMMAST3: Recoge en miles de toneladas las ventas transportadas a más de 150 Km.

Preg.21:109. PORTES: Refleja como cargan los portes las distintas fábricas a los consumidores de piensos.

1. Si; 2. No

110. D21KM: Dentro de los que si los cargan, esta variable tomará valor 0 para los que las cargan con independencia (o los que no las cargan) y si es a partir de una distancia tomará el valor - de esa distancia. Viene expresada en Km.

111. CEELP: Variable cualitativa en la que se recoge las perspecti-vas de los fabricantes de cara a la entrada de España en la CEE a 1/p.

1. Optimista; 2. Pesimista; 3. Ni lo uno ni lo otro

112. CEECP: Recoge lo mismo que la variable 111 a c/p.

1. Optimista; 2. Pesimista; 3. Ni lo uno ni lo otro

113. OPI22: Variable que nos recogerá los distintos razonamientos - que nos darán los fabricantes sobre lo contestado en las ante-riores variables 111 y 112.



006355