

11. COMERCIALIZACIÓN EN EL SECTOR OVINO

José Sereno Martínez

1. INTRODUCCIÓN

Cuando en 1995, Corderos Precoces de Cáceres S.C.L. (COPRECA), una de las grandes cooperativas de comercialización del sector ovino extremeño, emprendía el primer proyecto de construcción de un centro de tipificación y clasificación de corderos, comenzaba una fase determinante del proceso de valorización de esta producción que, hoy día, se halla aún inacabado.

El origen de este proceso se sitúa unos años más atrás, a partir de 1975, cuando estas mismas cooperativas, al socaire de la Ley 19/1972 de Agrupaciones de Productores Agrarios, iniciaban una etapa de comercialización en común, cuyo principal estímulo consistió en facturar cuanto más para alcanzar la máxima ayuda, pero que terminó sentando las bases de una estrategia unitaria que se fue consolidando, fundamentalmente, por la obligación de usar el pienso, adquirido o, ya más tarde, producido por las propias cooperativas.

De esta forma, Asociación de Lanares de la Serena S.C.L. (ALANSER), Fomento Ovino Extremeño S.A.T. (FOVEX), S.C.L. Ganaderos de Castuera y la referida COPRECA, constituyeron el núcleo de desarrollo del sector ovino de Extremadura.

Fue en 1994, con la aplicación de pleno del Reglamento estructural (CE) 1.360/78 de Agrupaciones de Productores Agrarios y la recalificación de todas estas grandes organizaciones como tales entidades, cuando sobreviene un salto cualitativo al establecerse y exigirse unas pautas comunes de producción y puesta en el mercado, que fueron satisfechas con desigual grado de respuesta.

El papel que, en los últimos años, han desempeñado estas organizaciones, ha provocado un cambio nada desdeñable en las relaciones entre los agentes presentes en el circuito comercial de la carne de cordero, en la fase de origen. Su peso en la fijación de los precios a través de la intervención en la Mesa de Precios de la Lonja Agropecuaria de Extremadura, con la categoría de 23 kg como valor de referencia en el ámbito nacio-

nal, la lenta pero ineludible captación del valor anejo a la venta en canal y el despiece y los actuales intentos de recuperación del valor de la lana, atisban un panorama de cambio profundo en el valor objetivo de este sector.

En un segundo escalón se encuentran otras organizaciones que, con una mayor o menor cadencia, se van incorporando a este proceso. Grupos como S.C.L. de Ovinos Extremeños (COEX) de Azuaga, con una producción comercializada próxima a 50.000 corderos y ACOREX, que intenta aglutinar su producción ovina a partir de las cooperativas de Obando y de Monesterio, también proyectan sus propios centros de clasificación. Todas ellas, junto a otras como Castillo de Herrera S.C.L. de Herrera del Duque, con un elemental centro de concentración y casi 48.000 corderos comercializados en 2002, Montes de Siruela S.C.L., con 33.000 corderos, y CASAT de Don Benito, participan en el proyecto común del centro de clasificación de lana que Comercial Ovinos S.C.L. está construyendo en Villanueva de la Serena y que iniciará su andadura a mediados de 2003.

El último nivel lo ocupan los ganaderos individuales, así como otras pequeñas cooperativas y agrupaciones ganaderas débilmente estructuradas, que, sin embargo, representan todavía la parte principal de la producción regional, y a los que, frecuentemente, alcanzan los efectos que el mercado depara en función de los movimientos de las grandes organizaciones cooperativas, aprovechando las sinergias que éstas originan.

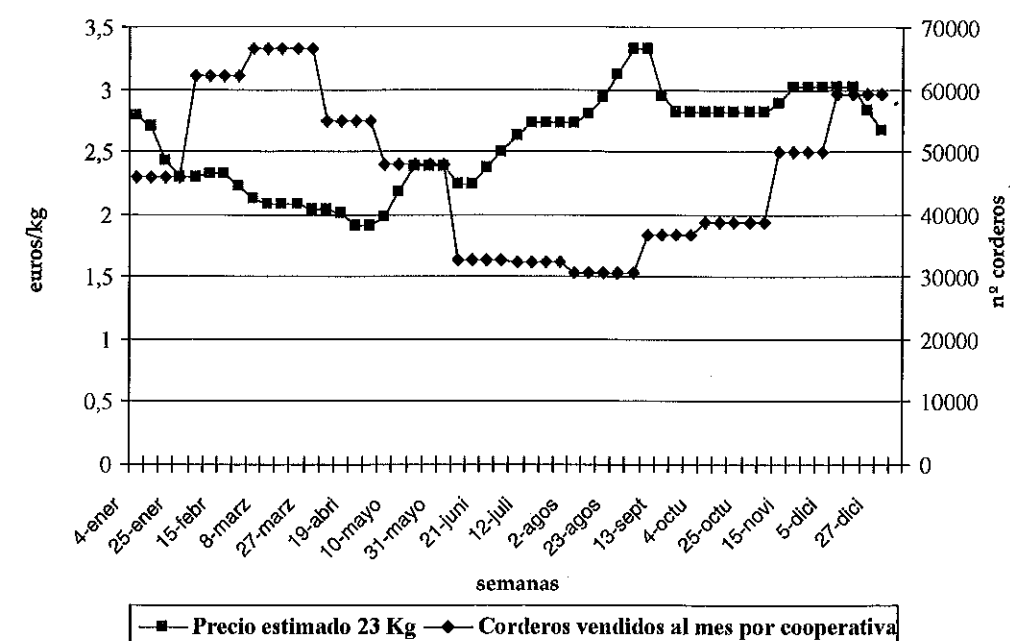
2. LA PUESTA EN EL MERCADO. LOS CENTROS DE TIPIFICACIÓN

El cordero extremeño es comercializado con un peso vivo de 23 kg, como valor medio. Las categorías de pesos se hallan ajustadas a la horquilla entre 22 y 25 kg vivo. La venta de corderos lechales es testimonial y prácticamente reducida a algunas operaciones en Navidades, mientras que la terminación de corderos mas pesados constituye una salida ocasional para determinados mercados foráneos.

En 2002, el precio medio anual del cordero de la categoría de 19 a 23 kilogramos estuvo en 2,67 euros/kg vivo. Para la categoría de 23 a 25 kilogramos fue de 2,49 euros/kg vivo. El precio medio estimado para el peso de referencia (23 kg vivo o las antiguas 50 libras), alcanzó los 2,57 euros/kg vivo, con máximos de 3,33 euros/kg vivo a principios de septiembre y mínimos de 1,91 euros/kg vivo en las últimas semanas de abril.

La variación de este precio de referencia en confrontación con el número de corderos vendidos mensualmente por las principales cooperativas extremeñas se muestra en el gráfico 1. De su simple observación, puede extraerse el comportamiento elástico que tiene la demanda de este producto.

GRÁFICO 1: Precio medio mensual del cordero de 23 kg y corderos vendidos



Como se anticipaba, la producción comercializada de una manera organizada en 2002 fue cercana a los 600.000 corderos. De éstos, unos 430.000 corderos fueron puestos a la venta desde los centros de tipificación de las cuatro agrupaciones de productores aludidas, es decir, tan sólo el 13,6% de la producción regional de ese mismo año.

La creación de una red de centros de tipificación ha supuesto un importante avance en el proceso de comercialización en origen. Estos centros, que no dejan de ser naves de tránsito de corderos, con un periodo medio de rotación de 7 días, ha posibilitado introducir factores de normalización en la primera fase de puesta en el mercado.

CUADRO 2: Centros de tipificación

Organización	Localización	Capacidad de estancia (nºplazas/7 días)
ALANSER S.C.L.	Cabeza del Buey	6.000
GANAD. DE CASTUERA S.C.L.	Castuera	2.500
COPRECA	Trujillo	6.000
FOVEX SAT	V. de la Serena	4.000

Fuente: Dirección General de Comercio. Consejería de Economía, Industria y Comercio

La homogeneización de las partidas listas para la venta, a través de la clasificación por sexo y peso, favorece la agilidad del proceso e incrementa su capacidad, pero no logra eliminar ciertas ineficiencias del mismo ni regularizar la cadena de aprovisionamiento. Tras esta primera fase de concentración de la oferta para la venta en vivo por lotes homogéneos, hoy se exige de las organizaciones de productores un paso más, a fin de garantizar la seguridad de los productos. La tipificación es sólo el primer eslabón en la cadena de valor. La identificación y la trazabilidad son los siguientes para poder llegar a los mercados de destino con productos despiezados, envasados y etiquetados.

3. EL CRECIMIENTO DEL SECTOR

En esta línea, el primer aspecto a abordar es la consecución de una masa crítica para poder avanzar en el proceso de valorización. La segunda cuestión es la capacidad que han de mostrar para engancharse a las locomotoras que actualmente están tirando del sector.

En cuanto a la primera cuestión, existen en los últimos años buenos ejemplos de comprensión de este fundamento. El denominado grupo "Magnus", constituido en el año 2000, fruto de la unión de los negocios de la empresa zamorana Cordecarne Cárnica S.L. y de la madrileña Granja Dehesa Merina S.A., es ya el principal grupo comercializador, con una producción de 6.200 t. de carne de ovino, que cuenta con granjas propias, entre otras, en Talavera la Real (Badajoz) y Peralada de la Mata (Cáceres), y al que se ha incorporado muy recientemente la también zamorana *Baltasar Moralejo e Hijos, S.L.* con 5.000 t más.

Carnes Oviaragón, con 3.000 t. de carne de cordero, o *Colear* de Castilla y León, con una capacidad de producción en torno a los 250.000 corderos/año, son los resultados de las respectivas uniones de los principales grupos cooperativos de estas dos regiones, que también iniciaron actividad en el año 2000. Las cooperativas andaluzas *Covap* y *Ovipor* intentan superar los inconvenientes de carácter técnico que frustran sus deseos de fusión.

De este fenómeno no han sido ajenas las principales cooperativas de Extremadura, aunque el umbral de actividad obtenido es todavía bajo. La cooperativa de 2º grado *Ovino del Suroeste (Oviso)* fue creada en mayo de 1999 como el proyecto empresarial conjunto de Alanser, Ganaderos de Castuera y Fovex para la comercialización de canales desde el matadero municipal de Villanueva de la Serena, cuya explotación fue adjudicada por el Ayuntamiento a principios de 2001. Hoy día se encuentra en fase de estudio muy avanzado el proyecto de fusión de estas tres entidades en una única sociedad.

También *Copreca*, a través de su filial *Ovicanal*, se hizo en 1999 con la concesión del matadero municipal de Trujillo, en el que tuvo que invertir 800.000 euros aproximadamente para homologar las instalaciones y asegurar la trazabilidad hasta la plataforma de distribución que dispone en el complejo cárnico de Mercamadrid.

El segundo vector de crecimiento se halla relacionado, en gran medida, con la cuota de mercado que va adquiriendo la distribución moderna de alimentación, tanto en los formatos de libre servicio, como en la venta asistida ya habitual en los supermercados y, más recientemente, en los hipermercados, en mimesis con el servicio personalizado de las carnicerías tradicionales.

Por consiguiente, el incremento de dimensión es la condición previa para garantizar un suministro constante a las grandes cadenas de distribución; sin embargo, no es el único requisito.

A finales de la década de los 80, las principales características de calidad que demandaba el mercado se relacionaban principalmente con la uniformidad y conformación de los corderos, el peso de las canales y su grado de engrasamiento. Hoy día, con la producción de los denominados cruces industriales, la utilización de piensos preparados y la clasificación por lotes, la satisfacción de estas cualidades no constituye por sí sola una ventaja comparativa.

Son, por tanto, otros los rasgos diferenciadores. Unos siguen estando relacionados con parámetros de calidad, como son la terneza de la carne o el porcentaje de grasa intramuscular, responsable de su jugosidad; pero otros, como el estrés de los animales, su bienestar, y sobre todo la trazabilidad de los productos se vinculan a determinadas prácticas y capacidades de manejo en todas y cada unas de las fases previas a la de expedición mayorista, desde la explotación ganadera hasta la plataforma logística.

La trazabilidad en el ovino, a diferencia del vacuno, ha de acreditarse por lotes, para lo cual los *centros de tipificación* constituyen el elemento primordial de partida. Sin embargo, unas especificaciones más estrictas para garantizar esta rastreabilidad precisan nuevos implementos en los procedimientos que actualmente se llevan en ellos. La ausencia de residuos de pesticidas, de antibióticos e inhibidores, los recuentos bacteriológicos y otras determinaciones son aspectos controlables que se incluyen rutinariamente en las plantillas de suministro que se contratan con la gran distribución.

En consecuencia, la siguiente componente a introducir es el *tiempo de secuestro de los animales en estos centros*, es decir, el periodo mínimo de vigilancia de los corderos fuera de las explotaciones, para asegurar un manejo adecuado, el control de medicamentos o el suministro de piensos autorizados, entre otros aspectos. Las grandes empresas de la distribución minorista extienden este periodo a 30 días, lo que conlleva la necesaria ampliación de la capacidad actual de los centros de tipificación y su conversión en centros de cebo.

En este proceso se encuentran las principales agrupaciones de productores del sector regional, como es el caso de *Copreca*, inmersa ya en la ampliación de su capacidad en otros en 5.000 corderos/7 días, el grupo *Oviso* que pretende triplicar sus actuales capacidades, o la cooperativa azuagueña *Coex*, a punto de iniciar la construcción de sus nuevas instalaciones de cebo y clasificación.

Pero más allá existen otros factores de índole comercial o relacionados con los actuales hábitos de consumo. Las posibilidades para crecer en un mercado ya maduro, como es el de la carne de cordero, pasan por multiplicar la variedad de la oferta. La capacidad para ofrecer productos de mayor valor y utilidades, presentados en bandejas

o barquetas retractiladas, envasados al vacío o en gas inerte, empaquetados congelados, precocinados o nuevos elaborados y preparaciones, constituyen la gama sobre la que todas las empresas del sector están innovando y en la que también se encuentra trabajando el Centro Tecnológico Alimentario de Extremadura (Cetaex), radicado en Balboa (Badajoz), para las principales cooperativas del sector.

La aportación de valores de servicios es también un aspecto determinante para diferenciar la oferta. La suficiencia tecnológica y logística para acortar el tiempo desde el sacrificio hasta la preparación del producto en las plataformas de distribución permite, posteriormente, un mayor periodo de exposición en los lineales en condiciones perdurables de frescura del producto.

Parece preciso revisar la idea de que en el canal de venta de los productos cárnicos frescos no es notorio el valor de la marca. Es evidente que no tiene el mismo poder de atracción o de determinación de la decisión de compra que otros productos. Una causa apuntada es que el valor de marca es sustituido por el valor de servicio, aspecto diferenciador del canal de venta tradicional, que aún detenta la mayor cuota por lugar de venta.

Sin embargo, cada vez más, en el canal minorista, el valor de diferenciación de una marca atribuida a la carne de cordero se vincula estrechamente a la garantía y confianza que sobre el producto percibe el consumidor en términos de seguridad.

Éste es el escenario que se vislumbra en los próximos años. La gran distribución va a elegir entre un reducido número de proveedores con esta "garantía de marca", con dimensión suficiente y con capacidad de servicios.

4. LÍNEAS DE COMERCIALIZACIÓN DEL OVINO EXTREMEÑO

Lo que sí es ya evidente que, fuera de las tradicionales vías de venta en vivo, el sector ovino extremeño liderado por Copreca y el grupo Oviso marca dos líneas claras de comercialización que, en absoluto, son exclusivas una de otra.

Así, mientras la primera ha apostado fuertemente por producir un cordero regular que cumpla genéricamente las especificaciones de las marcas de los distribuidores a los que suministra, siguiendo ya sin reservas una estrategia de abandono de la comercialización en vivo mientras tenga capacidad de sacrificio para ello, las cooperativas de La Serena siguen la línea de comercialización de canales bajo la *Denominación Específica Corderex*.

Durante el año 2002, Copreca, a través de su comercializadora Comercial Trujillo, suministró casi 85.000 canales, el 53% de su producción, a las plataformas de los principales grupos de distribución que operan en el centro y sur de España. Aunque, en términos absolutos, estas cifras no dejan de ser modestas en el contexto nacional, evidencian una solvencia tanto de su capacidad productiva (Copreca propiamente y Ovis canal), como de su estructura comercial (Comercial Trujillo) o logística (módulo en el complejo cárnico de Mercamadrid). Esta solvencia no debe ser valorada sólo en función de la capacidad para garantizar un aprovisionamiento normalizado, sino también en términos de flexibilidad de respuesta a las demandas de las empresas de distribución.

Por su parte, el grupo Oviso comercializó en 2002 unas 67.000 canales, el 15% de la producción puesta en el mercado por sus tres cooperativas integrantes. Aproximadamente la mitad fueron canales Corderex, mientras que las restantes tuvieron como destino principal los mercados italiano y francés.

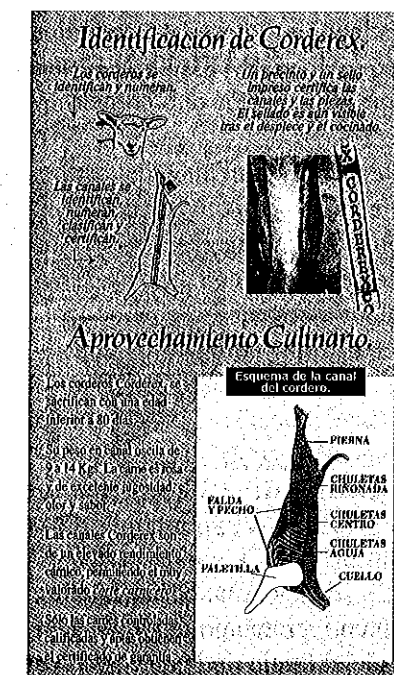
El mercado de exportación, al que también se apuntó Copreca con otras 15.000 canales destinadas a Italia, sigue siendo una vía de acompañamiento para el canal doméstico, que es utilizada, con rentabilidad neutra, para retirar carne del mercado nacional. A diferencia del cordero italiano, con calidades y pesos similares al español (entre 10-13 kg canal), el acceso al consumo francés requiere canales entre 14-18 kg, lo que obliga a hacer corderos pesados de 31-32 kg vivo.

5. LA DENOMINACIÓN ESPECÍFICA CORDEREX

Como ya se ha dicho, Corderex es la apuesta de calidad del cordero extremeño. Los criterios de certificación de esta Denominación Específica para un cordero criado, cebado y sacrificado en Extremadura, superan los niveles de exigencia de las marcas de calidad de las grandes empresas de distribución, además de cumplir los requisitos de tradición, manejo y peculiaridad de un producto amparado por una Indicación Geográfica Protegida (IGP).

PRINCIPALES CRITERIOS DE CERTIFICACIÓN DE CORDEREX

- Razas de tronco merino
- Lactancia natural hasta 12 kg
- Piensos autorizados
- Acabado en lotes controlados 30 días antes del sacrificio
- Peso al sacrificio entre 22-28 kg machos y 21-26 kg hembras
- Peso de la canal entre 9,5-14 kg machos y 9-12 kg hembras
- Grado de engrasamiento escaso
- Conformación de la canal "R" o superior



Los controles que esta IGP realiza sobre las explotaciones de producción, los centros de tipificación, los mataderos y las empresas de comercialización, hacen del cordero Corderex un producto extraordinariamente normalizado y carente de defectos, que empieza a ser reconocido en el punto de venta.

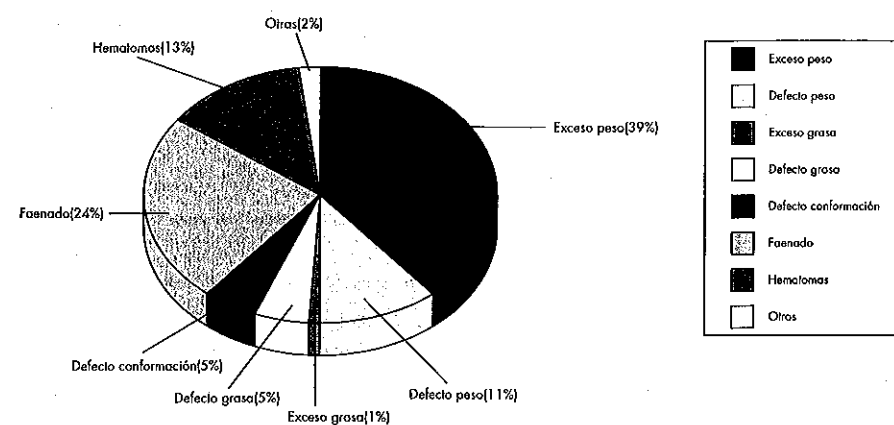
CUADRO 3: Denominación específica Corderex. Datos 2002

Explotaciones registradas	Cabaña ganadera (ovejas)	Centros de tipificación	Mataderos registrados	Firmas comerciales registradas
320	279.570	4	3	3

Fuente: Consejo Regulador Corderex

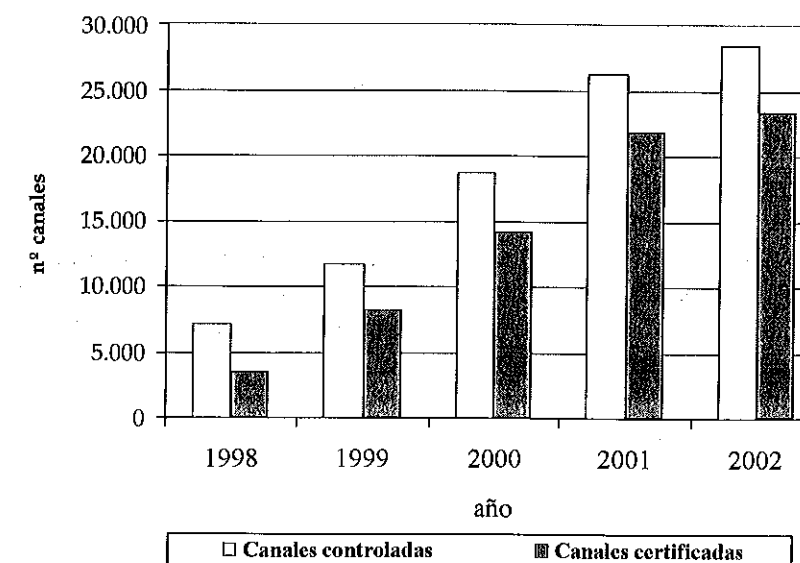
Estos niveles de exigencia hacen que el coste de certificación de las canales, de 1 euro por cordero, sea muy superior con relación al de otras gamas, a lo que hay que añadir el coste de manejo en mataderos, como consecuencia directa de las descalificaciones de canales. Según datos de la IGP, en el año 2002, el 18% de los corderos sacrificados bajo el control de Corderex fueron descalificados, principalmente por exceso de peso (39% de los rechazados) o por fallas en el faenado (24%) (gráfico 2).

GRÁFICO 2: Causas de descalificación de canales Corderex



En dicho año, las canales comercializadas con el sello Corderex fueron 23.426, con un incremento del 7,3% con relación a 2001, manteniéndose la tendencia creciente desde el inicio de la actividad certificadora de esta IGP (gráfico 3).

GRÁFICO 3: Evolución Corderex 1998-2002



Cabe preguntarse, empero, cuál es el techo de Corderex, en la medida de que la producción de este cordero de calidad no responde todavía, en términos de volumen, a la demanda de la distribución organizada, ni se trata de un producto orientado primordialmente al mercado masivo. Es justo pensar que el crecimiento del sector regional con un cordero de estas características sería más limitado que si se tratara de un cordero para gran consumo o, incluso, de otros corderos de calidad protegida que sólo han de cumplir un origen y un rango de pesos más o menos amplio.

Pero no cabe duda de que el producto tiene, cuantitativamente, un importante nicho de mercado por explotar y en absoluto circunscrito al canal HORECA. Al tratarse de un cordero con marca, identidad y garantía, Corderex permite acceder a segmentos de mercado de mayor calidad, complementando, sino introduciendo, otras gamas de valor inferior. No se olvide tampoco el sentido que tiene como Denominación Específica: existe una uniformidad intrínseca achacable a su origen, que muestra su máxima expresión en la comarca de La Serena-Siberia como su zona de producción más homogénea.

La IGP está actualmente en proceso de acreditación como entidad de certificación según la EN 45011. Supone un enfoque diferente del actual modelo de certificación, según el cual Corderex crotaliza el animal (controla) y sella la canal (certifica), actuando como juez y parte, a un modelo más neutral donde sólo vigilará que el producto ha sido obtenido conforme a su Pliego de Condiciones. El nuevo sistema de certificación convierte a la Denominación Específica Corderex en un órgano de supervisión de los procedimientos de autocontrol de las explotaciones, de los centros de tipificación y acabado y de los mataderos. Aparte del cumplimiento de los requerimientos propios de la

IGP, la adopción de programas sanitarios intervenidos por las Agrupaciones de Defensa Sanitaria, la aplicación de protocolos de manejo en las naves de cebo relacionados con el bienestar de los animales y la higiene y limpieza de instalaciones y el análisis de riesgos y control de puntos críticos en los mataderos, son aspectos del proceso productivo que vendrán reconocidos en el sello Corderex.

6. SACRIFICIO EN LA REGIÓN

Corderex dotó a las organizaciones de productores de un instrumento para abordar sin paliativos la comercialización de canales. Sin embargo, el nivel de sacrificio en origen es aún bajo en Extremadura. En el año 2002, fueron sacrificados cerca de 300.000 corderos en 81 mataderos, casi todos ellos municipales.

Este volumen de sacrificio, ya siendo bajo, es todavía menos significativo, si se tiene en cuenta sólo los mataderos con un cierto nivel de ocupación, dado que, en los restantes, de pequeña capacidad, las matanzas tuvieron más que ver con el abastecimiento local que con la expedición a mercados de destinos. Sólo los mataderos municipales de Trujillo y Villanueva de la Serena, donde precisamente faenan Copreca y Oviso, concentraron más de la mitad de los sacrificios. En un segundo escalón, se encuentran los mataderos de Cáceres, Olivenza, Badajoz y Coria.

Se aludió antes a algunas de las causas de este bajo nivel de sacrificio. Sin embargo, no puede obviarse que sólo la producción cooperativizada es, hoy día, susceptible de ser sacrificada en la región, a falta de grandes mataderos o empresas que puedan ser atraídas a Extremadura, siguiendo las líneas de expansión de este sector.

Sin embargo, la apuesta es aún débil y sugiere determinados cambios de estrategia empresarial. Las directrices de crecimiento del grupo Oviso pasan, al igual que ya lo hizo Copreca, por incrementar en los próximos años la venta en canal, lo que necesariamente resultará en una disminución del peso que tiene la venta de corderos Corderex con relación al total de canales comercializadas que, como se recordará, representó el 50% en 2002.

La mejora de los márgenes brutos por cordero comercializado a través de las cooperativas, se observa como el estímulo definitivo para atraer a la producción aún dispersa. Sobre este potencial de crecimiento trabajan ya algunos de los grupos presentes en el sector regional.

La certificación de los productos cárnicos puede ser otro estímulo, pero esta vez en forma de necesidad para muchos productores, que terminen observando un diferencial de precios en origen superior al que actualmente existe entre la producción cooperativizada y la que no. Sin embargo, a la espera de que el mercado lo remunere, hoy día el coste de certificación tiene que ser soportado por el ganadero. En un cordero normalizado no acogido a Corderex, este coste es comparativamente bajo y se encuentra subsumido en las plantillas contratadas con las empresas de distribución; en el caso de la Denominación Específica, todavía no puede esperarse un diferencial de precios al ganadero mayor que este coste.

7. COMERCIALIZACIÓN DE LA LANA

La esquila de 2002 ha sido la primera campaña de comercialización conjunta de las siete entidades socias que componen *Comercial Ovinos S.C.L.* En esta primera andadura, este grupo cooperativo ha comercializado casi 943.000 kg de lana sucia, ya clasificada, algo más de la mitad del potencial de producción de las 659.000 ovejas que aglutina este grupo, estimado en unas 1.600 toneladas.

Sin embargo, más que el aspecto cuantitativo, que será determinante para sus expectativas de crecimiento, de mayor transcendencia ha sido el hecho de que hayan sido realizadas las primeras operaciones de venta con lanas lavadas y peinadas.

En el año 1995, la Lonja Agropecuaria de Extremadura puso en marcha un sistema de subastas con el que las grandes cooperativas productoras intentaban revalorizar el valor de esta fibra, reducida ya al tratamiento como subproducto. Esta iniciativa permitió una cierta aproximación entre compradores y vendedores y proporcionó, a través del acopio y la concentración del producto en varios puntos de retirada, la eliminación de algunos costes ineficaces, provocando, en general, una ligera mejoría del proceso de puesta en el mercado. Sin embargo, la oferta de una fibra de lana aún sin caracterizar, obtenida bajo las mismas pautas viciadas de manejo y sin nuevas utilidades añadidas, difícilmente pudo generar incrementos del precio en origen.

En cambio, el funcionamiento de una mesa de precios que ha aportado claridad y transparencia al mercado de esta fibra, la aplicación de unas elementales normas comunes para la preparación y acopio y, sobre todo, el convencimiento de que el proceso de recuperación requiere, consecuentemente, esquemas de valorización proporcionales, han bastado para impulsar este proceso, que atraviesa su primera etapa con la puesta en marcha del centro de clasificación de lanas de Villanueva de la Serena. En estas instalaciones, donde ha sido invertida hasta la fecha una cantidad ligeramente superior al millón de euros, con una cofinanciación de la Junta de Extremadura muy próxima al 50%, se obtendrá una lana tipificada, prensada y embalada, lista para su transformación posterior. La valoración individualizada de cada partida según su rendimiento permitirá, en el futuro, superar unas de las principales causas, estructurales de depreciación del producto.

En el año 2002, Comercial Ovinos transformó a maquila 800.000 kg de lana sucia, obteniendo más de 300.000 kg de peinados, que fueron exportados a China y Portugal. El resto fueron comercializadas en sucio, sin clasificar o clasificadas y prensadas, así como algunas partidas de lanas lavadas para la industria de cardado.

Los resultados económicos que han arrojado estas operaciones indican que los márgenes que se obtienen del producto son más altos cuanto mayor es el grado de manipulación conferido. Así, la lana sucia tipo merina ya clasificada adquirió un 8% más de valor que vendida sin clasificar, porcentaje que se elevó al 40% una vez peinada. El precio medio al ganadero se incrementó, en esta primera campaña de comercialización en un 19%, con relación al precio constatado en origen para la lana cruda, aunque tuvo que seguir soportando los costes de financiación.

En noviembre de 2002, promovida por la Dirección General de Comercio y organizada por la empresa pública Fomento de Mercados, varios directivos y técnicos de las principales cooperativas y entidades del sector realizaron una misión comercial a Australia y Nueva Zelanda para conocer el mercado internacional de esta fibra, así como los últimos aspectos tecnológicos del proceso de transformación.

La especialización de la cabaña ovina extremeña en la producción cárnica, con una notable traslación de su composición racial en favor de los cruces industriales, ha resultado en un menoscabo de la calidad de la fibra. Esto no ocurre en Australia, donde existe una cabaña merina seleccionada y dedicada específicamente a la producción de lana y, en menor medida, en Nueva Zelanda, dada la mayor orientación de su sector hacia la industria cárnica, pero cuya producción de lana, más basta, no es desdeñable ni mucho menos residual. Un manejo apropiado al valor del producto permite lograr precios en origen de hasta 8 veces superiores a los percibidos por el ganadero extremeño. La remuneración de la calidad hace frecuente, en estos dos países, las integraciones verticales, en las que productores y procesadores, junto a la industria textil europea, trabajan con programas de suministro de una fibra comercial cerrados a varios años vista, revertiendo en aquellos precios un 30% superiores con relación a los de sus mercados en origen.

Cabe preguntarse si este escenario es factible en Extremadura. Es decir, si es posible recuperar la producción de lana extremeña bajo parámetros de calidad y si, además, es posible hacerlo obviando la especialización, dada la irrenunciable orientación hacia el mercado de la carne. Algunos expertos del sector regional proponen una línea de desarrollo, no exenta de detractores, que apostaría por la explotación de ganaderías de triple aptitud. Este múltiple aprovechamiento requeriría la búsqueda de compatibilidades desde mínimos.

En la zona de La Serena-Siberia se mantienen núcleos de ovejas con un elevado porcentaje de sangre merina en las que, con una selección y un esmerado manejo, sería factible conseguir fibras de calidad con las que trabajar más allá del proceso de peinado.

Como es sabido, las principales características de la lana bruta que inciden en el precio son el *micraje*, la *resistencia a la rotura* y la *longitud de la fibra*. El 78% de la producción comercializada por Comercial Ovinos pudo ser transformada en peinados por longitud (entre 52 y 55 mm), aunque por su micraje (entre 23 y 25 mm), fue destinada a determinados usos de inferior valorización.

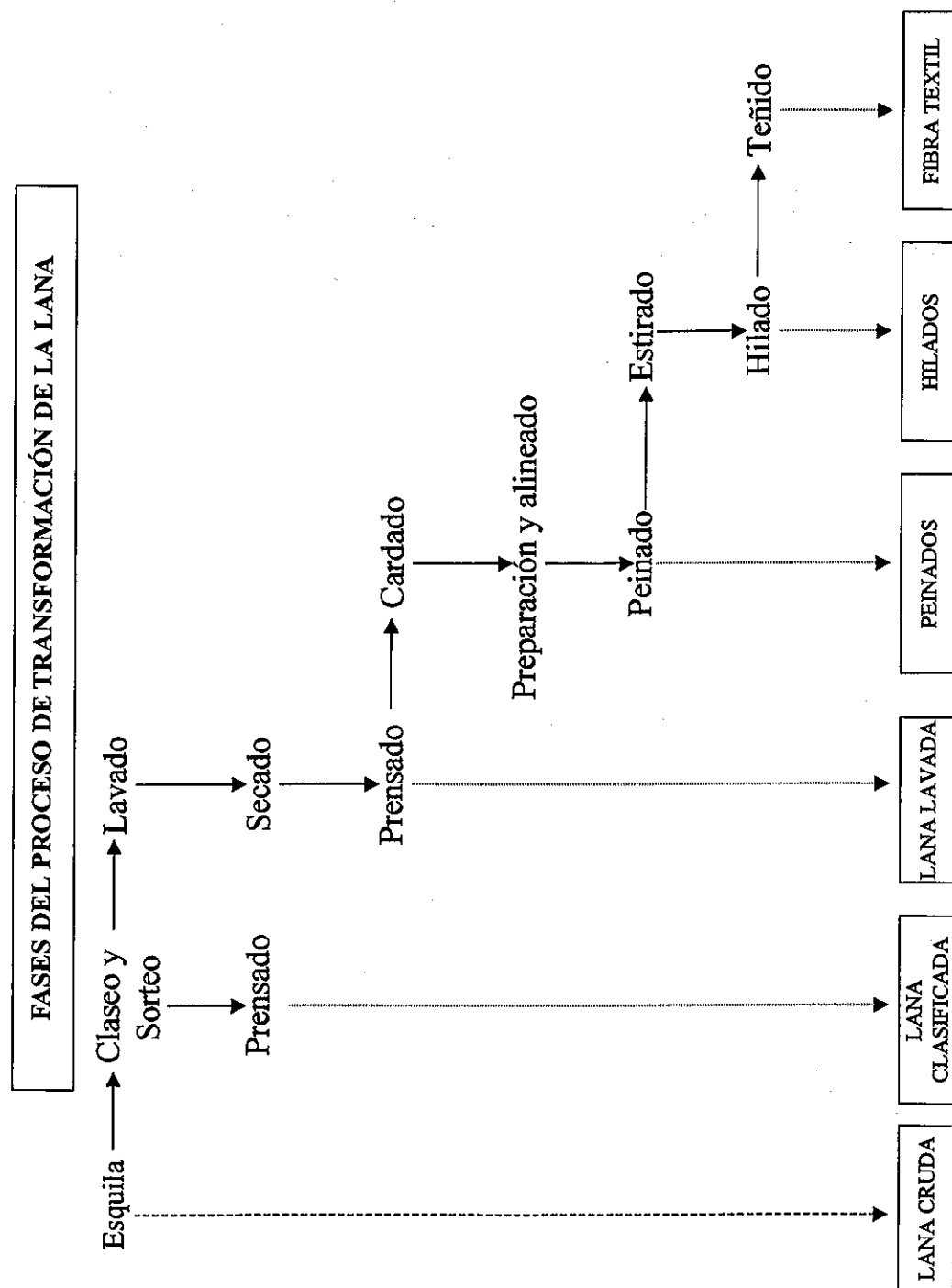
Pero como se decía anteriormente, la lana comercializada en 2002 por esta cooperativa fue sólo la mitad de la que potencialmente puede tratar. Comercial Ovinos estudia ya otras fases del proceso industrial tendentes a la instalación de un lavadero y, posteriormente, una línea de peinado. El umbral de producción es determinante de la fase del proceso de valorización que puede ser alcanzado.

En el contexto internacional, la industria de lavado y peinado de lana trabaja a maquila y opera por costes: cuanto más grandes son, más competitivas. Sin entrar a considerar determinadas cuestiones técnicas relacionadas con la disponibilidad de una fuente de energía barata, los consumos de agua y los requerimientos de depuración, aspectos crucialmente importantes en el diseño de este tipo de instalaciones de procesado, una cuestión principal es confrontar el umbral de producción necesario para asegurar regí-

menes de fabricación de 24 horas/día. Los trenes de lavado trabajan con fluidos a temperaturas superiores a 45°C, por lo que cualquier parada diaria provocaría una notable bajada de temperatura del agua de circulación y, por consiguiente, un mayor gasto energético. Optimizar una línea, con un ancho de barca de 1,2 metros, requiere estimativamente una alimentación mínima de 2,5 millones de kilogramos de lana sucia al año.

La capacidad de lavado de la industria española ha disminuido en los últimos años con el cierre, por distintas razones, de algunos de los principales lavaderos. La disposición de instalaciones propias facilita a Comercial Ovinos el control del proceso de transformación y, especialmente, el seguimiento de los rendimientos de lavado y peinado. Los resultados obtenidos con la maquila realizada en 2002, muestran unos rendimientos varios puntos por debajo de los estándares internacionales, cuyo origen debe buscarse en las prácticas descuidadas de manejo.

Por tanto, la evaluación de los rendimientos de procesado es fundamental para ajustar los costes repercutidos en el precio final de los peinados, pero también lo es para la caracterización de la lana procesada, la selección de las ganaderías y la discriminación positiva de las explotaciones. Es decir, para abordar las causas estructurales que han motivado la depreciación de esta fibra.



12. LOS PROGRAMAS DE LUCHA CONTRA LA BRUCELOSIS OVINA-CAPRINA. CAMPAÑAS DE SANEAMIENTO

*Cristina Sanz Jiménez
Lucía Galán Caballero
Aurelia Reyes Galán*

1. INTRODUCCIÓN

La brucelosis en ovino-caprino es una enfermedad infectocontagiosa causada por bacterias del género *Brucella*, principalmente por *Brucella melitensis* y en raras ocasiones por *Brucella suis* o *Brucella ovis*.

Las manifestaciones clínicas de la enfermedad en los pequeños rumiantes son abortos a término y nacidos débiles, así como orquitis y epididimitis en los machos.

Esta infección característica de los pequeños rumiantes, constituye una de las zoonosis (enfermedad transmisible al ser humano) de mayor distribución en el mundo y que origina mayores pérdidas económicas.

Las brucelas son coco bacilos, en forma de bastón achatado de 0,6-1,5 micras de largo y 0,5-0,7 micras de ancho. Habitualmente se encuentran aisladas, aunque pueden disponerse en parejas o formar pequeños grupos. Son inmóviles, no tienen flagelos ni cilios y no forman esporas. Las brucelas no tienen esporas y no suelen mostrar tinción bipolar.

Los medios de cultivo selectivos más utilizados son el de Farell y el de Thayer-Martín modificado. Las colonias de *B. ovis* son siempre rugosas (R), mientras que las de *B. melitensis* son lisas (S).

La estructura de *Brucella* consta de una envoltura celular formada por una membrana citoplasmática, una membrana externa y un componente intermedio llamado periplasma. El principal componente de la membrana externa es el LPS, que posee propiedades bioquímicas y biológicas que lo diferencian del resto de bacterias Gram negativas. Es el antígeno inmunodominante en esta especie y frente a él aparecen anticuerpos que se pueden detectar mediante numerosas pruebas serológicas, en las que se utilicen como antígenos tanto células enteras como extractos celulares que contengan LPS. Además, la membrana externa contiene varias proteínas.