



Jesús Pérez
Tesorero de Anaporc

El buen productor de cerdos

En mi opinión, un buen productor de cerdos es aquel que tiene claro que el objetivo de su actividad es buscar un beneficio a corto plazo para su empresa, pero que no descuida el medio ni el largo plazo, ya que también tiene en cuenta el futuro del sector en el que esta inmerso.

¿Como se cuida el negocio a corto y a medio plazo? Cuidando la rentabilidad de la actividad económica que se desarrolla; es decir, produciendo de la forma más barata posible cada kilo de carne que sale de la granja y vendiéndolo al mejor precio que se pueda. En este apartado entran los parámetros de siempre, pero no se debe descuidar ninguno si se quiere "afinar" en un mercado de márgenes tan ajustados. Algunos de los más importantes son:

- **Destetados por cerda y año:** hay quien desteta 20 y quien desteta 28, con prácticamente los mismos costes fijos.
- **Coste del lechón destetado de calidad:** ¿sabe usted a cómo le salió el primer semestre?
- **Coste de la alimentación del lechón a la entrada a cebo:** ¿por qué gastar 11 euros para que un cerdo de 63 días pese 22 kg. cuando se pueden gastar sólo 10?
- **Coste de la alimentación del cerdo de cebo:** No sólo influye el índice de conversión, sino que se debe buscar el programa de alimentación óptimo para cada tipo de animal y para unos objetivos concretos. En el diseño de un buen programa de alimentación es donde

esta el dinero. Hay que trabajar para conocer nuestro ganado (parametrizar y modelizar nuestro genotipo en nuestras condiciones de alojamiento y patología). Lo caro no es el pienso, lo caro es dar al cerdo de menos o de más; o sea, dar lo que no es apropiado. Las empresas, sobre todo las medianas y grandes, deberían tener siempre un 10 o un 15 por ciento de sus animales alimentados con un programa de alimentación distinto para ir comparando resultados.

- **Otros costes del cebo:** bajas, integración, medicamentos, etcétera.
- **Vender al mejor precio ya es más difícil, pero también hay que pelearlo.** Tenemos que intentar tener lo mas claro y de la forma mas objetiva posible (rango de pesos, porcentaje de magro...) lo que quiere nuestro cliente. Hay que poner gente buena en las cargas, evitar los decomisos y acercarnos al que menos descuento, huyendo de los que se pasan.

¿Cómo se cuida el futuro del sector?

Cuidando al consumidor, al de hoy y al del futuro. Es obligación del ganadero velar por la calidad del producto que vende, entendida la calidad como la mayor adaptación posible al deseo del consumidor, y de forma constante. Si podemos evitar el olor sexual de los animales, evitémoslo, ya sea con una edad temprana de sacrificio, castrando de forma tradicional o con la inmunocastración, cada uno que lo haga de la forma que le resulte más rentable. ¿Alguien ha calculado cuánto tiempo tarda en volver a consumir carne fresca de cerdo una persona que no tiene problemas para detectar el olor sexual y tiene la mala suerte de llevarse a la boca un trozo de carne con este desagradable "bouquet"? Seguro que estamos dejando de vender muchos kilos de carne a este tipo de clientes defraudados. Por suerte, en nuestro entorno, no todo el mundo detecta este nefasto olor, y son pocos los animales (en nuestras condiciones de sacrificio) que lo manifiestan de una manera exagerada. Por otro lado tampoco hace falta que nos pongamos a hacer todos cerdos magros como locos. Al que le gusten o necesite para su faendo y sus cortes cerdos magros démoselos, pero respetemos también e intentemos potenciar el consumo de carne y derivados de alta calidad con mayor grasa de cobertura (como los jamones de bodega). El futuro del sector se cuida también cuidando nuestra imagen global ¿De qué nos sirve aumentar nuestros costes por las imposiciones burocráticas medioambientales, de bienestar animal y en materia de alimentación si no conseguimos trasladar al consumidor la idea de que somos buenos productores, que velamos por el cliente, por el animal y por el medio que nos rodea? Ya que lo somos, trabajemos también para parecerlo.