



La exportación de carne porcina ante la COVID-19

DANIEL DE MIGUEL. Director Internacional INTERPORC (Interprofesional del Porcino de Capa Blanca).

RESUMEN

Este artículo analiza el impacto de la COVID-19 sobre el comercio exterior cárnico y, en particular del porcino, así como sobre los cambios en el consumo. Asimismo, analiza la evolución en las importaciones del sector porcino español y las expectativas de futuro.

PALABRAS CLAVE: COVID-19, sector cárnico, porcino, comercio exterior, exportaciones, consumo.

En primer lugar, resulta necesario analizar brevemente el impacto de la COVID-19 en los mercados mundiales en el contexto macroeconómico, donde la pandemia plantea un escenario a futuro difícil de prever por tratarse de una situación sin precedentes. Según previsiones recientes del Fondo Monetario Internacional y la Organización Mundial del Comercio, el PIB de la economía mundial descendería un 3% en 2020 y el comercio mundial un 12%. No obstante, la crisis actual ha agregado una significativa incertidumbre sobre todas las previsiones.

China, primer país en padecer la enfermedad, sufrió una fuerte contracción del PIB en el primer trimestre de 2020 (-6,8%), lo que confirma el gran parón sufrido por la economía china a causa de la COVID-19, pero podría recuperarse en el tercer trimestre del año, tras parecer haber conseguido detener la propagación del virus.

Las previsiones indican que los países asiáticos, y especialmente China, adquirirán reforzamiento geopolítico en el contexto mundial, al haber llevado de forma previa y con mejores resultados la crisis sanitaria.

Es evidente que la pandemia es una clara amenaza al sistema de globalización económica e intercambio comercial de productos y servicios entre países. Se prevé que la economía mundial se enfrente a una desaceleración del comercio internacional, cambios en las cadenas globales de valor e impacto sobre las mismas del coronavirus, auge del proteccionismo, auge del comercio de servicios y de los flujos de información, digitalización, etc. Todos estos factores conducirían a un mayor retroceso en los flujos internacionales de mercancías, servicios, capitales y personas. Estamos ante una crisis que, en términos generales, incide temporalmente en la oferta y demanda global, debido a la imposición de medidas sanitarias.

Al tratarse de una pandemia y por la mayor interconexión comercial entre bloques económicos afectados, la recuperación económica global será previsiblemente lenta, y podría tardar al menos 6 meses desde que comiencen a reducirse los contagios. Aunque depende del sector en cuestión, muchas empresas ya están sufriendo caídas de su producción e ingresos, y de empleo, en comparación con las expectativas previas a la crisis para 2020, situación que se verá agravada por cada mes que se extienda la crisis, como es lógico.

IMPACTO SOBRE EL COMERCIO EXTERIOR CÁRNICO

Para analizar el impacto de la COVID-19 sobre el comercio exterior cárnico, conviene en primer lugar remontarse a la primera afectación de China durante el mes de enero, que contagió también a otros mercados del sudeste asiático, ralentizando sus adquisiciones. Como consecuencia de la crisis sanitaria de la COVID-19 en China, a partir de la segunda quincena de enero se registró una desaceleración en sus importaciones, por el menor ritmo de descarga de contenedores a su llegada a los puertos de entrada, debido a la menor presencia de trabajadores portuarios y de camioneros para sacar el género del puerto, y a las restricciones a los movimientos interiores por carretera. Además, hubo escasez de contenedores en las navieras y problemas para encontrar transitorios, con el consiguiente aumento de costes y retrasos en los envíos. También a finales de marzo se registró un importante colapso en los puertos de Filipinas, tras decretar 2 semanas de cuarentena por el coronavirus.

A finales de febrero, la situación en los puertos chinos se fue normalizando y su importante demanda de carne ha continuado. China seguirá necesitando adquirir importantes cantidades

de carne y productos porcinos del exterior en los próximos meses y años para compensar su déficit de producción y de autoabastecimiento. Según previsiones de la Comisión Europea, la producción de carne de porcino en China caerá más de un 35% a finales de 2020 en relación con su nivel de 2018, como consecuencia del fuerte impacto de la Peste porcina africana en su cabaña ganadera, por lo que este déficit será cubierto por un aumento de sus importaciones.

En lo que respecta a EE.UU., segundo mayor productor mundial de porcino, debemos reseñar el impacto negativo de la COVID-19 en su producción, debido a la suspensión de las operaciones en multitud de plantas de porcino de relevancia internacional. El creciente absentismo, como consecuencia de la pandemia, de los empleados ha generado un desafío para las instalaciones productoras debido a la escasez de mano de obra en las zonas rurales de América. Con una capacidad de procesamiento limitada, existe un excedente de producción de cerdos, lo que hace que los valores de mercado caigan. La pérdida del canal Horeca y la desaceleración en las exportaciones han colapsado la demanda y el almacenamiento de la carne.

Brasil, otro gran productor de porcino a nivel mundial, también ha visto descender el valor del animal vivo un -22%, coincidiendo con la llegada del coronavirus, debido a la fuerte reducción de la demanda. No obstante, el sector porcino brasileño amortigua este impacto gracias a una exportación que continúa muy fuerte y sostenida.

En términos globales, por el momento, el comercio exterior no se está viendo afectado a pesar de ciertos problemas burocráticos, aunque podrían detectarse distorsiones según se van extendiendo por todo el mundo las medidas de prevención y lucha contra el virus.

En estos momentos son muy importantes las incertidumbres sobre cómo van a comportarse los mercados mundiales en los próximos meses, en el marco de una grave recesión económica mundial de alcance y duración todavía desconocidos.

Actualmente, Asia mantiene la demanda, pero se espera que Europa e Iberoamérica disminuyan sus compras por las medi-



das de cuarentena y por un menor consumo global debido a la reducción de la capacidad de compra por efecto de la retracción económica (especialmente en productos de alto valor añadido), al fuerte retroceso del consumo Horeca y a las dificultades logísticas y de transporte, fundamentalmente.

Las últimas proyecciones a corto plazo de la Comisión Europea sobre el sector porcino para 2020 destacan el fuerte crecimiento esperado de las exportaciones (+12%) y un importante retroceso esperado en el consumo (-1,8%).

CAMBIOS EN EL CONSUMO

En cuanto a su impacto sobre el consumo a nivel mundial, ya se atisban cambios de preferencias, tanto por tipos de carne como por tipo de canales comerciales.

A medida que el brote de la COVID-19 se fue acelerando en Europa y Estados Unidos, los Gobiernos, empresas y consumidores fueron cambiando rápidamente sus comportamientos, lo que se refleja en las compras en España, Italia, Francia, EE.UU. y Reino Unido.

El cierre del canal Horeca en gran parte del planeta conllevará cambios de hábitos y consumo a medio e incluso a largo plazo, porque habrá menor número de viajes, salidas y eventos sociales, se reducirá el aforo permitido en los locales, y se implantarán nuevas medidas de prevención para garantizar la seguridad de clientes y empleados.

Inicialmente en China, pero también con posterioridad en el resto de países afectados por medidas restrictivas de movilidad durante la crisis sanitaria, se ha observado que las ventas online de alimentos durante la cuarentena se están incrementando de forma notoria. Será importante comprobar en meses próximos si se consolida este incremento coyuntural de la compra online durante la crisis y si pasa a ser un modelo de compra más habitual para el consumidor.

La COVID-19 también está teniendo un fuerte impacto en las distintas campañas de promoción y marketing, pues ha obligado a revisar calendarios de las distintas actividades programadas y a adaptar su tipología a la situación actual. Multitud de ferias agroalimentarias y eventos de negocio se han visto obligados a posponer o incluso cancelar su celebración en el último momento, afectando a los costes que han de soportar las empresas y organizaciones inscritas. Por otra parte, crecerá la tendencia a organizar acciones de promoción en el canal online y e-commerce.

Por último, está por ver el impacto que tendrá esta crisis sobre la marca país en países especialmente azotados por el virus, lo que afectaría a la promoción y venta en países terceros, especialmente a los productos cárnicos elaborados.

IMPACTO EN LAS EXPORTACIONES DE PORCINO ESPAÑOLAS

En España, las granjas e industrias cárnicas de porcino han podido continuar desarrollando su trabajo con cierta normalidad,

En estos momentos son muy importantes las incertidumbres sobre cómo van a comportarse los mercados mundiales en los próximos meses, en el marco de una grave recesión económica mundial de alcance y duración todavía desconocidos

al ser actividades declaradas como servicios esenciales, ya que participan en la cadena de abastecimiento del mercado de bienes y servicios de primera necesidad.

Las empresas del sector porcino, a lo largo de toda la cadena productiva, implantaron con agilidad planes de contingencia propios para proteger, capacitar y concienciar al personal frente al virus, contemplando iniciativas como reducir los grupos en contacto, hacer turnos diferenciados, detectar personal con signos o síntomas compatibles, potenciar el uso de EPIs, y no descuidar las buenas prácticas higiénicas de trabajo, cumpliendo así los protocolos de las autoridades sanitarias para la prevención y protección contra el coronavirus, y garantizando el suministro de productos alimentarios de la máxima calidad y seguridad alimentaria.

No obstante, algunas industrias sufrieron problemas de absentismo laboral a partir de las 2-3 semanas del inicio del confinamiento especialmente, en algunos casos porque los empleados padecían síntomas compatibles con COVID-19, y en otros casos por temor a contagiarse o por convivir con familiares contagiados.

El transporte y distribución nacional de materias primas y alimentos desde el origen hasta el consumidor final no se vio afectado.



tado en términos generales, y tampoco se vieron alterados los envíos de mercancías a puertos marítimos para su carga y exportación a países terceros, que han seguido funcionando con normalidad, ya que la demanda por parte de otros países terceros no se ha visto alterada.

Sin embargo, en el comercio intracomunitario sí se presentaron al inicio del período de confinamiento diversas dificultades logísticas y de transporte por carretera y ciertos retrasos de entregas por bloqueos de carreteras, por minuciosos controles en las fronteras de cada país, y por una menor disponibilidad de personal.

Aunque todavía no se dispone de información suficiente para establecer valoraciones concluyentes sobre el impacto de la COVID-19 en el comportamiento de las exportaciones del sector porcino español, en el primer bimestre de 2020 se exportaron 438.000 toneladas por valor de 1.200 millones Euros, significando un incremento del 10,5% y 46% con respecto al mismo período del año anterior, respectivamente.

Las exportaciones a ciertos mercados tradicionales del sector porcino español retrocedieron en volumen (caso de Francia, Portugal, Corea del Sur y Filipinas), pero crecieron de forma significativa en volumen y valor a países como China (+81% y +186% respectivamente), Italia (+27% y +77%) y Polonia (+24% y +66%). Por tanto, no parece que haya habido

impactos negativos relevantes derivados de la COVID-19 en el comercio exterior sectorial.

China se afianza y potencia como principal cliente del sector porcino de capa blanca español, absorbiendo el 33% de las exportaciones del mismo, en volumen (y el 28,0% en valor), por delante de otros importantes clientes del sector como son Francia, Italia, Japón y Portugal.

Mirando al futuro de los mercados exteriores, y teniendo en cuenta que la economía mundial “pendula” hacia el continente asiático, el sector porcino español de capa blanca está aprovechando las nuevas oportunidades que se abren en estos países, conocedores de que el sector aplica el modelo de producción más exigente del mundo en materia de sostenibilidad y bienestar animal, seguridad y calidad alimentaria.

Asimismo, tanto INTERPORC como las distintas empresas de porcino de capa blanca españolas continuarán reforzando su presencia en otros países como Chile o México, y también por supuesto en Europa, donde se está desarrollando junto a Francia y Portugal una campaña de promoción conjunta, en el marco de los Planes de Promoción UE ‘Enjoy! It’s from Europe’.

Nota: Este artículo se escribió a finales de abril, en base a informaciones, previsiones y acontecimientos sucedidos hasta esa fecha



60 años
y seguimos
innovando!



Jamones y Embutidos Villar continúa ofreciendo a sus clientes una cuidada selección de productos y un servicio que garantiza la cadena de suministro desde el origen al consumidor.

Cuidamos más que nunca la tradición en todos los procesos productivos, apostando por la innovación y el desarrollo de nuevas gamas como principal motor del crecimiento de nuestra empresa.



Estuches y maletines de loncheados

Lotes de embutidos

Loncheados de Cebo de Campo Ibérico

Porque en jamones y embutidos, sabemos de lo que hablamos.