



# Una industria cárnica más sostenible y abierta a nuevos mercados internacionales

Ignasi Pons, secretario general de FECIC



La industria cárnica se encuentra en un momento crucial de transformación y adaptación, afrontando desafíos que demandan un enfoque resiliente y proactivo. En los últimos años, hemos sido testigos de la disminución de las exportaciones de carne a otros países, con un impacto significativo en China, uno de los mayores mercados consumidores de carne del mundo. Esta situación nos ha obligado a replantear estrategias y buscar la consolidación de nuevos mercados internacionales para mantener la competitividad, sin dejar de cuidar el mercado nacional y aquellos ya consolidados.

Como hemos mencionado anteriormente, el descenso en las exportaciones hacia China ha sido una señal de alerta para el sector cárnico. En el último año, las cifras revelan una disminución del 20 % en las exportaciones de carne a este país por múltiples factores. Esta caída nos insta a diversificar nuestras relaciones comerciales y buscar oportunidades en otros mercados emergentes que demanden nuestros productos.

Sin embargo, no todo son malas noticias. La consolidación de nuevos mercados, como aquellos en el sudeste asiático y América Latina, ofrecen un rayo de esperanza. En países como por ejemplo Vietnam, Tailandia y México, la demanda de carne y productos cárnicos está en constante crecimiento, brindando oportunidades para expandir nuestras operaciones y productos, donde el consumo de carne per cápita anual aumenta en todos los casos.

En 2021, por ejemplo, esta cifra ascendió en Vietnam a unos 26 kg, mientras que en México dicho consumo crece 1,7 % cada año. En Tailandia destaca sobre todo la carne de cerdo, con un consumo aproximado de 9,9 kg por persona y año.



Pero la industria cárnica también enfrenta desafíos internos. El aumento de los precios de las materias primas, así como los costes energéticos, entre otros, está generando que el sector cárnico esté pasando por un momento delicado.

El aumento en los precios de la energía impacta directamente en la cadena de producción y logística, añadiendo presión financiera a las empresas del sector. Es imperativo que busquemos soluciones energéticas más sostenibles y eficientes para mantener nuestra competitividad a largo plazo, como es el caso del proyecto de circularización del sector cárnico, herramienta que se está trabajando desde FECIC en materia de sostenibilidad, y con el fin de optimizar los recursos y residuos generados por la industria cárnica para fomentar la economía circular.

La consolidación de nuevos mercados, como aquellos en el sudeste asiático y América Latina, ofrecen un rayo de esperanza



Otro tema de gran preocupación es la situación de la PPA en Europa. Hasta ahora, España ha logrado mantenerse libre de esta enfermedad. Sin embargo, debemos tomar medidas preventivas rigurosas y reforzar nuestros sistemas de bioseguridad para evitar que esta enfermedad llegue a nuestro territorio. La colaboración entre el sector público y privado en materia de salud animal es esencial, al igual que la educación y concienciación de los productores sobre las buenas prácticas sanitarias.

Es importante hacer un inciso de nuevo en que la sostenibilidad es una pieza clave para la industria cárnica del futuro. En este sentido, el biogás se presenta como una solución prometedora. La producción de biogás a partir de residuos orgánicos y subproductos de la industria cárnica no solo reduce los desechos contaminantes, sino que también genera una fuente de energía renovable que puede ayudar a contrarrestar los crecientes costos energéticos.

En conclusión, la industria cárnica se enfrenta a una serie de desafíos y oportunidades en la actualidad. La disminución de las exportaciones a China, la consolidación de nuevos mercados, el aumento de los precios de la materia prima, los costos energéticos, la amenaza de la PPA y la importancia del biogás son temas interconectados que requieren atención y acción inmediata. Trabajar juntos hacia una industria cárnica más sostenible y abierta a nuevos mercados internacionales es la clave para el éxito a medio y largo plazo ●