Ovipor recupera parte del negocio perdido por la Covid al facturar 22,4 Mll €

La cooperativa ganadera Ovipor ha recuperado parte del negocio perdido como consecuencia de la crisis sanitaria, al cerrar el ejercicio 2021 con 22,4 millones de euros facturados. La entidad ha incrementado un 6% su negocio.

Este crecimiento se sustenta en “la confianza depositada por el consumidor en unas producciones de excelentes características organolépticas, que ayudan a conservar la superficie rural y a impulsar la economía a través del cooperativismo”, asegura el presidente de Ovipor, Agustín González.

Todos los sectores, a excepción del ibérico, mejoraron su negocio de forma exponencial. El caso más destacado es el del bovino, que creció un 43%; seguido de la leche (+22%), el ovino (+14%) o los piensos (+11%). También aumentó la facturación de los productos ibéricos elaborados (+11%).

En cambio, el porcino ibérico “sigue resintiéndose por la pandemia”, sostiene Agustín González. La crisis sanitaria ha mantenido a la baja los precios de los animales comercializados, lo que ha provocado una pérdida del 28% en el volumen facturado de dicho sector. Entre 2020 y 2021, el porcino ibérico de Ovipor ha perdido más de un 50% de valor añadido.

“Los buenos resultados del último ejercicio ponen de manifiesto la sostenibilidad de un modelo económico como el cooperativo y de entidades como Ovipor”, recalca el presidente. Así lo muestra el hecho de que las 812 personas asociadas ocupan una superficie de 300.000 hectáreas entre Huelva, Sevilla, Extremadura y el Alentejo portugués que “velan por el desarrollo económico y medioambiental de la zona, evitan la propagación de incendios con su actividad y fijan población el territorio”, señala Agustín González.

Si bien este crecimiento no se ha trasladado del todo a la rentabilidad de las explotaciones, debido al incremento del precio de los inputs a finales de 2021. “El encarecimiento de las materias primas, del precio de la luz y del gasóleo han provocado una descompensación en la balanza de resultados de los ganaderos y las ganaderas de Ovipor”, indica el presidente.

Una situación que 2022 ha venido a empeorar con la guerra entre Rusia y Ucrania (principales proveedores de materia prima), la huelga de transporte (que se produjo en un momento clave para la campaña de comercialización de ovino), el incremento del coste energético o el impacto de la sequía en las explotaciones, dada la poca disponibilidad de pastos, que levemente se ha podido compensar con las lluvias de abril. “La incertidumbre generada por estos frentes económicos y políticos está obligando a muchos productores a sacrificar a vacas y rumiantes que dentro de poco iban a empezar a producir”, explica Agustín González. A pesar de todo, “el respaldo de los consumidores a la actividad de los productores de Ovipor ayuda a mantener la ilusión”, concluye.

Ovipor aprovecha la Asamblea General para hacer balance de sus primeros 40 años de historia. Una efeméride que ya celebró con una jornada técnica en noviembre de 2021 y en la que puso de manifiesto la sostenibilidad y la competitividad de las alianzas comerciales. Así, la cooperativa ganadera es la única que está integrada en cuatro Entidades Asociativas Prioritarias (EAP). A través de Covap comercializa sus cerdos ibéricos y gestiona el consumo de piensos; con EAgroup vende los corderos, los cabritos y la lana; mediante Dcoop, comercializa leche de cabra; y en Bovies tiene el negocio de terneros y vacas. Una estrategia que, como explica el presidente, “permite a Ovipor tener mayor presencia y eficiencia en los mercados, así como aportar mayor valor añadido a sus producciones y, por tanto, a sus socios”.