

**Confederación Española de
Fabricantes de Alimentos
Compuestos para Animales**

**POSICIONAMIENTO
ESTRATÉGICO DEL SECTOR
DE LA ALIMENTACIÓN
ANIMAL EN ESPAÑA EN EL
CONTEXTO ACTUAL**



Jorge de Saja

**Donostia-San Sebastián, 10 de Junio
de 2009**

Confederación Española de Fabricantes de Alimentos Compuestos para Animales

Mercados Estadística



2008

Madrid, 27 de mayo de 2009

cesfac

Confederación Española
de Fabricantes de Alimentos
Compuestos para Animales

2008

ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Para el Sector de Alimentación Animal
en el Escenario Actual



COFINANCIADO POR:



Índic e

- 1. Presentación de CESFAC**
2. Importancia del sector de la alimentación animal y su papel en la competitividad de la agricultura y ganadería
3. Industria de alimentación animal. Indicadores
4. Evolución de los precios de las materias primas. Dependencia exterior y gestión de aprovisionamientos
5. Líneas estratégicas

Presentación de CESFAC

- 15 asociaciones territoriales - EPEA
- 80% de la producción nacional de alimentos compuestos
- Producción nacional: aproximadamente 19,9 millones de toneladas de piensos industrial 2008 (estimación); 21,8 Mtm en el 2007
- Cifra de negocio (2007) 9.377 millones de Euros
- 20 % Producción Final Agraria
- Empleo directo a más de 14.000 personas principalmente en zonas rurales.
- Un número decreciente pero poco competitivo de operadores
- Relación con la producción primaria agrícola y ganadera y con la cadena alimentaria en general

Asociación de Fabricantes de Piensos Compuestos de Castilla y León (ASFACYL)

Presidente: D. Luis Angel Valín Cuadrado.

C/ Veinte de Febrero nº 3 – 3º B, 47001 Valladolid - Tlf. 983.37.75.03/Fax 983.35.35.80.



Asociación Gallega de Fabricantes de Piensos Compuestos (AGAFAC)

Presidente: D. Ramón Collazo Trazar

Apartado 446 - 15080 La Coruña, Tlf./Fax 981.17.43.54.



Asociación de Fabricantes de Piensos Compuestos de Valencia (ASFAVAC)

Presidente: D. Luis Miguel Gil

C/ San Martín de Porres, nº 1-1º-1ª - 46026 Oliveral - Valencia, Tlf./Fax 963.75.25.60.

Asociación de Fabricantes Aragoneses de Piensos Compuestos (AFAPIC)

Presidente: D. Ángel Delgado Navarro

C/ Gran Vía, 11 - 50006 Zaragoza, Tlf. 976.22.33.53/Fax 976.22.64.08.



Asociación de Fabricantes de Piensos Compuestos de Murcia (APICOSE)

Presidente: D. Francisco Martínez Parra

Avd. Río Segura, 6 - 30002 Murcia, Tlf. 968.21.41.17/Fax 968.22.07.47.



Asociación de Fabricantes de Empresas de Alimentación Animal de la Comunidad de Madrid (ASFAMAD)

Presidente: D. Jorge Pérez Mateo

C/ Diego de León, 54 - 5º D - 28006 Madrid, Tlf. 915.63.34.13/Fax. 915.61.59.92

asfamad

Asociación de Fabricantes y Empresas de
Alimentación Animal de la Comunidad de Madrid

Asociación Regional de Fabricantes de Piensos Compuestos de la Mancha

Presidente: D. Ramón Molinary Malo

Pº Moreras, s/n - 45600 Talavera de la Reino, Toledo, Tlf. 667.12.96.37/Fax 925.80.72.89.



Asociación de Fabricantes de Piensos Compuestos de Navarra

Presidente: D. Joaquín Unzue

Polg. Industrial Pertegui, parcela 7 -31160 Orcoyen - Navarra, Tlf. 948.32.50.51/Fax 948.32.51.60.

Asociación de Fabricantes de Alimentos Compuestos para Animales de Andalucía (AFACA)

Presidente: D. Luciano Gutiérrez Delgado

C/ Gonzalo Bilbao, 25-1º oficina 9 - 41003 Sevilla, Tlf. 954.53.67.02/Fax 954.53.85.20.



Asociación Extremeña de Fabricantes de Piensos Compuestos

Presidenta: Dª Eva Casado Herránz

Plaza Almagro, 9 - 10200 Trujillo - Cáceres, Tlf. 927.32.11.00/Fax 927.32.07.81.



Asociación de Fabricantes de Piensos Compuestos del Principado de Asturias (AFPA)

Presidente: D. Gregorio del Canto López

Polígono Industrial Silvota - 33192 Lugo de Llanera - Asturias, Tlf. 985.26.21.11/Fax 985.26.90.18.

Asociación Provincial de Fabricantes de Piensos Compuestos de Santa Cruz de Tenerife

Secretario: D. Pablo Machado Martín

Apartado 21 - 38080 Santa Cruz de Tenerife, Tlf. 922.21.54.11/Fax 922.23.05.19.

Asociación Balear de Fabricantes de Piensos Compuestos

Presidente: D. Jesús Laíz

Ctra. De Felanitx a Porreras, km. 1 - 07200 Felanitx - Mallorca, Tlf. 971.58.40.40/Fax 971.58.40.72.

Asociación de Fabricantes de Piensos Compuestos de la Provincia de las Palmas

Secretario: D. Samuel Marrero

Urbanización Díaz Casanovas 11-13 - 35010 Las Palmas de Gran Canaria, Tlf. 928.26.45.47/Fax 928.22.44.39.

Federación de Fabricantes de Alimentos Compuestos para Animales de la Comunidad Autónoma Vasca (EPEA-CESFAC)

Presidente: D. Iñigo Aberasturri

Polg. Industrial Sigma, Xixilion, 2 - 1º oficina 14 - 20870 Elgoibar - Guipúzcoa, Tlf. 943.74.85.74/Fax 943.74.73.08.

Operatividad de CESFAC

- ❖ Prestación de servicios para asociados
- ❖ Interlocutor del sector de la alimentación animal con las Administraciones Públicas
- ❖ CESFAC forma parte de:
 - ❖ Federación Europea de Fabricantes de Alimentos compuestos (**FEFAC**)
 - ❖ Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (**FIAB**)
 - ❖ Lidera varios grupos de trabajo con otras asociaciones profesionales a nivel nacional
 - ❖ Fundación CESFAC
 - ❖ INTERAL

Índic e

1. Presentación de CESFAC
- 2. Importancia del sector de la alimentación animal y su papel en la competitividad de la agricultura y ganadería**
3. Industria de alimentación animal. Indicadores
4. Evolución de los precios de las materias primas.
Dependencia exterior y gestión de aprovisionamientos
5. Líneas estratégicas

La importancia del sector de alimentación animal

Origen

- ❖ Desarrollo socio-económico
- ❖ Consumo de proteína e impacto del sector de piensos

La importancia del sector de alimentación animal

- ❖ Los piensos son el principal destino de los cereales y de algunas oleaginosas, que constituyen su principal materia prima
- ❖ La producción de piensos está vinculada a la ganadería, especialmente de carne debido a los mecanismos de coordinación vertical
- ❖ El sector de alimentación animal ha sido y es un gran “transferidor” de tecnología a las explotaciones ganaderas
- ❖ La producción de piensos es una pieza esencial del eficiente sistema de producción ganadero intensivo español. AHORA ES EL BANQUERO DE LA PRODUCCIÓN GANADERA

Situación actual

Sector de la producción de piensos

La Unión Europea es, después de Estados Unidos, el segundo mayor productor de piensos compuestos del mundo, con una fabricación de **143 millones de toneladas de piensos compuestos**, muy cerca de los 150 que fabrica Estados Unidos y muy lejos de los 73 millones de toneladas que produce China. En la UE sólo los países del este crecen moderadamente (y Alemania coyunturalmente gracias a Polonia) ligeras recuperaciones en Francia y Países Bajos.

Actualmente la tendencia, tanto en China como en Brasil, es a crecer muy deprisa en esta producción.

Dentro de la Unión Europea, **España se encuentra en la cúspide de los países fabricantes de piensos, con 21 millones de toneladas producidas que suponen aproximadamente el 15% de la producción total europea de la UE-25.**

Sector de la producción de piensos

Situación actual

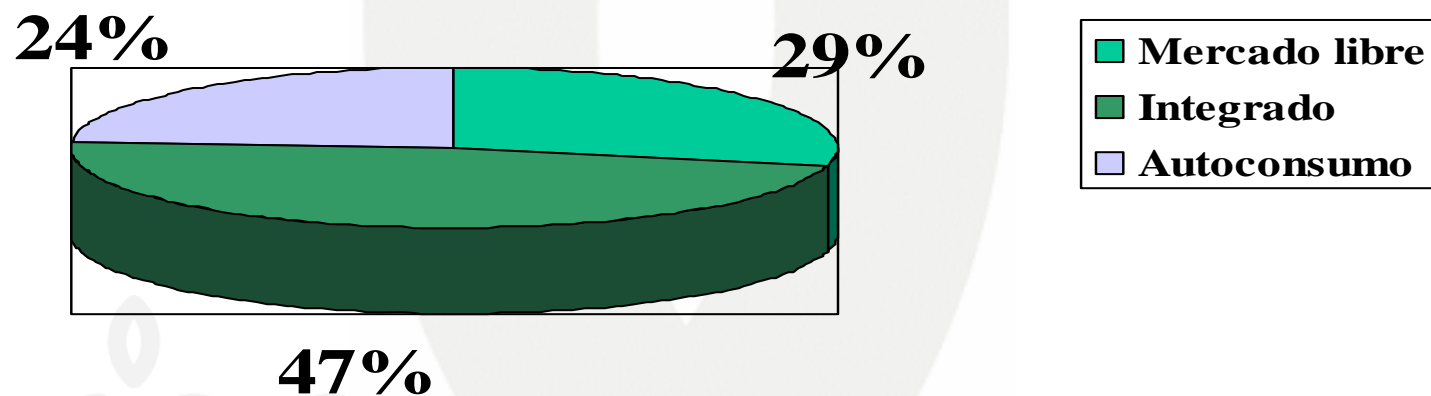
La mayor producción de pienso es la destinada a la ganadería intensiva, en concreto, en la UE:

- ❖ **Porcino: 33%**
- ❖ **Avicultura: 32%**
- ❖ **Rumiantes: 27%**

en España:

- ❖ **Porcino: 43,9%**
- ❖ **Avicultura: 19,3%**
- ❖ **Rumiantes: 34,1%**

Sector de la producción de piensos



Índice

1. Presentación de CESFAC
2. Importancia del sector de la alimentación animal y su papel en la competitividad de la agricultura y ganadería
- 3. Industria de alimentación animal. Indicadores**
4. Evolución de los precios de las materias primas. Dependencia exterior y gestión de aprovisionamientos
5. Líneas estratégicas

El sector de la alimentación animal

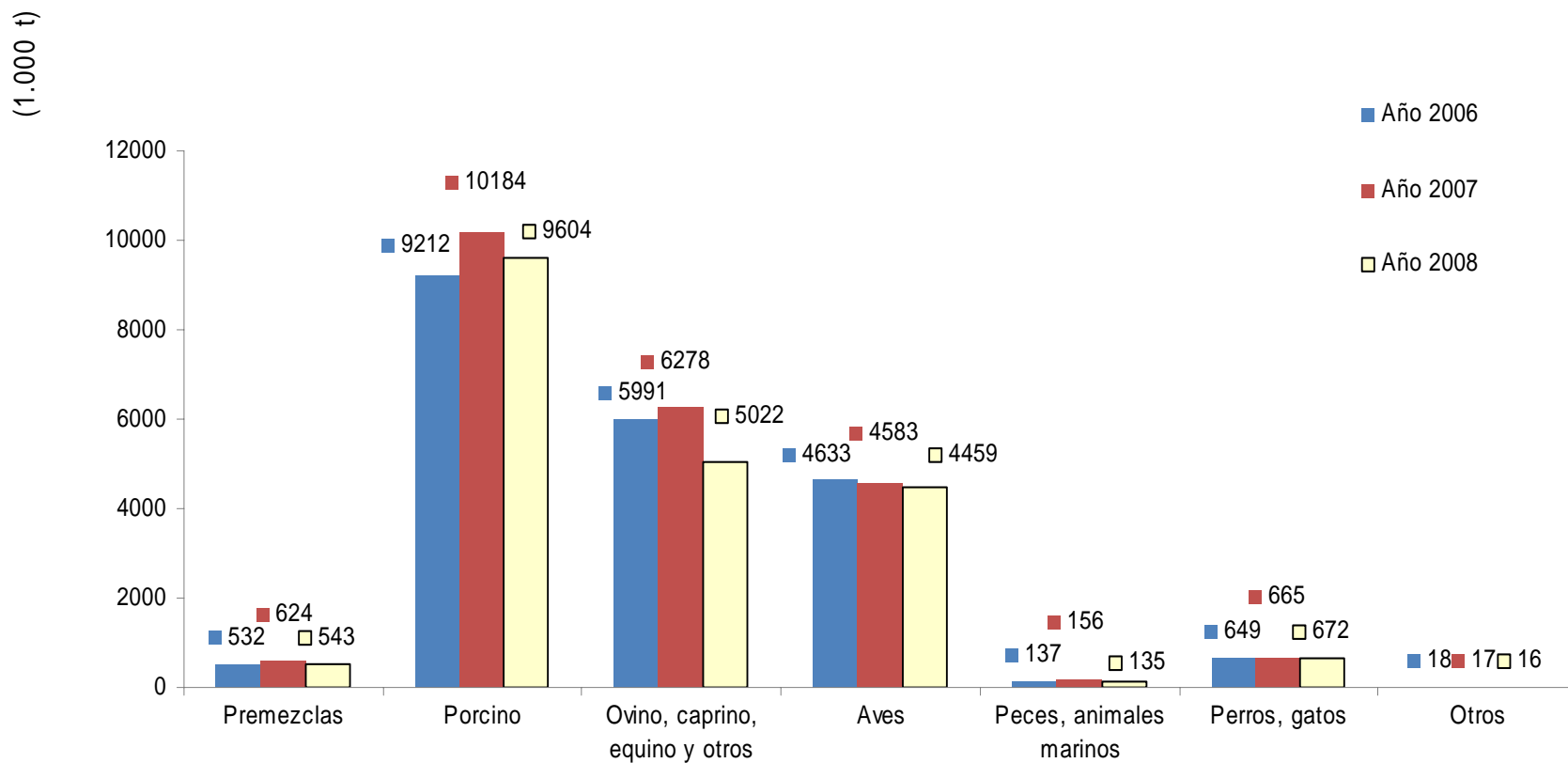
España

COMUNIDAD AUTONOMA	PERSONAS OCUPADAS	TOTAL HORA/ TRABAJADA	IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	TOTAL DE INGRESOS DE EXPLOTACION	VARIACION DE EXISTENCIAS DE PRODUCTOS	TOTAL CONSUMOS Y TRABAJOS REALIZADOS	TOTAL DE GASTOS DE PERSONAL	TOTAL DE GASTOS DE EXPLOTACION
ANDALUCÍA	1.218	2.153	784.408	791.281	16.314	637.500	33.389	735.035
ARAGÓN	1.177	2.118	836.619	866.983	9.388	779.662	37.560	907.417
ASTURIAS	338	642	128.426	129.425	659	105.469	9.708	127.377
BALEARES	S	S	S	S	S	S	S	S
CANARIAS	205	375	70.891	78.463	175	64.012	5.572	76.430
CANTABRIA	143	250	99.879	101.463	196	93.820	3.899	102.748
CASTILLA Y LEÓN	2.430	4.276	1.495.034	1.507.817	10.727	1.219.038	78.183	1.472.127
CASTILLA LA MANCHA	878	1.589	485.195	491.370	267	429.857	26.113	508.688
CATALUÑA	3.039	5.589	2.504.180	2.545.069	21.806	2.127.367	108.776	2.521.989
C. VALENCIANA	522	930	322.395	325.068	3.052	265.017	16.915	317.930
EXTREMADURA	572	1.016	394.956	397.288	2.558	337.402	15.197	377.448
GALICIA	1.380	2.469	953.060	965.214	3.634	788.043	39.654	943.518
MADRID	825	1.476	327.526	338.266	781	240.086	37.207	318.550
MURCIA	658	1.172	463.112	469.196	7.378	405.713	17.118	457.966
NAVARRA	295	517	193.574	198.012	831	166.537	9.621	199.408
PAÍS VASCO	242	445	95.384	96.269	226	61.699	10.613	88.328
LA RIOJA	S	S	S	S	S	S	S	S
TOTAL	14.067	25.273	9.230.170	9.377.147	79.737	7.773.685	454.942	9.218.837

España

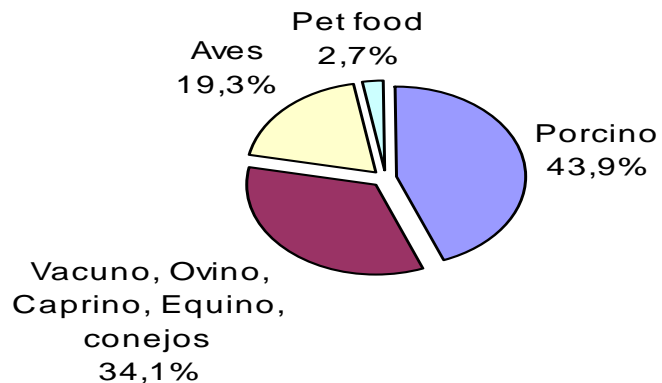
El sector de la alimentación animal

Producción española de Piensos Compuestos 2007-2008

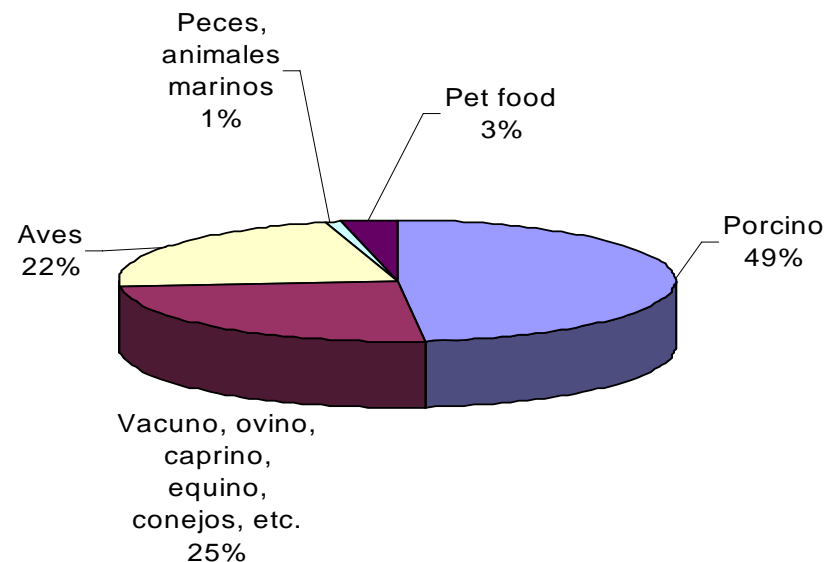


PRODUCCIÓN INDUSTRIAL DE PIENSOS

2007



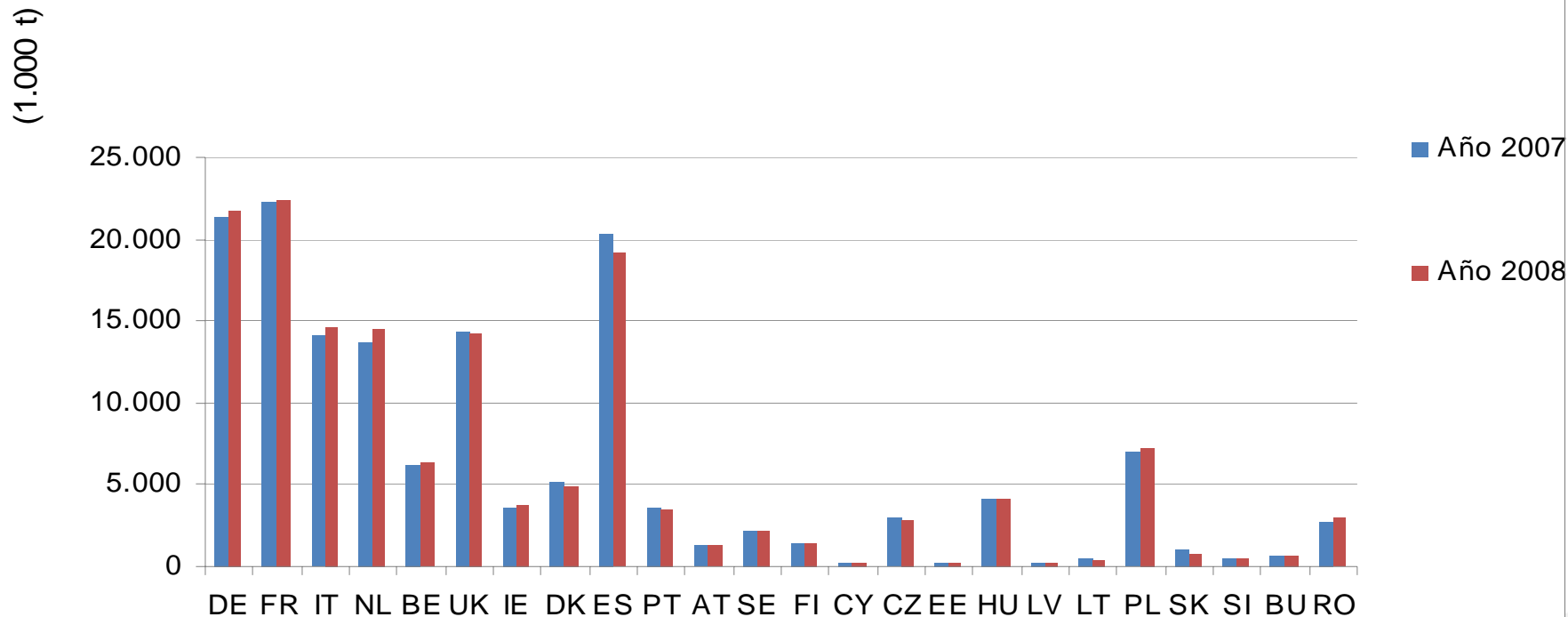
2008



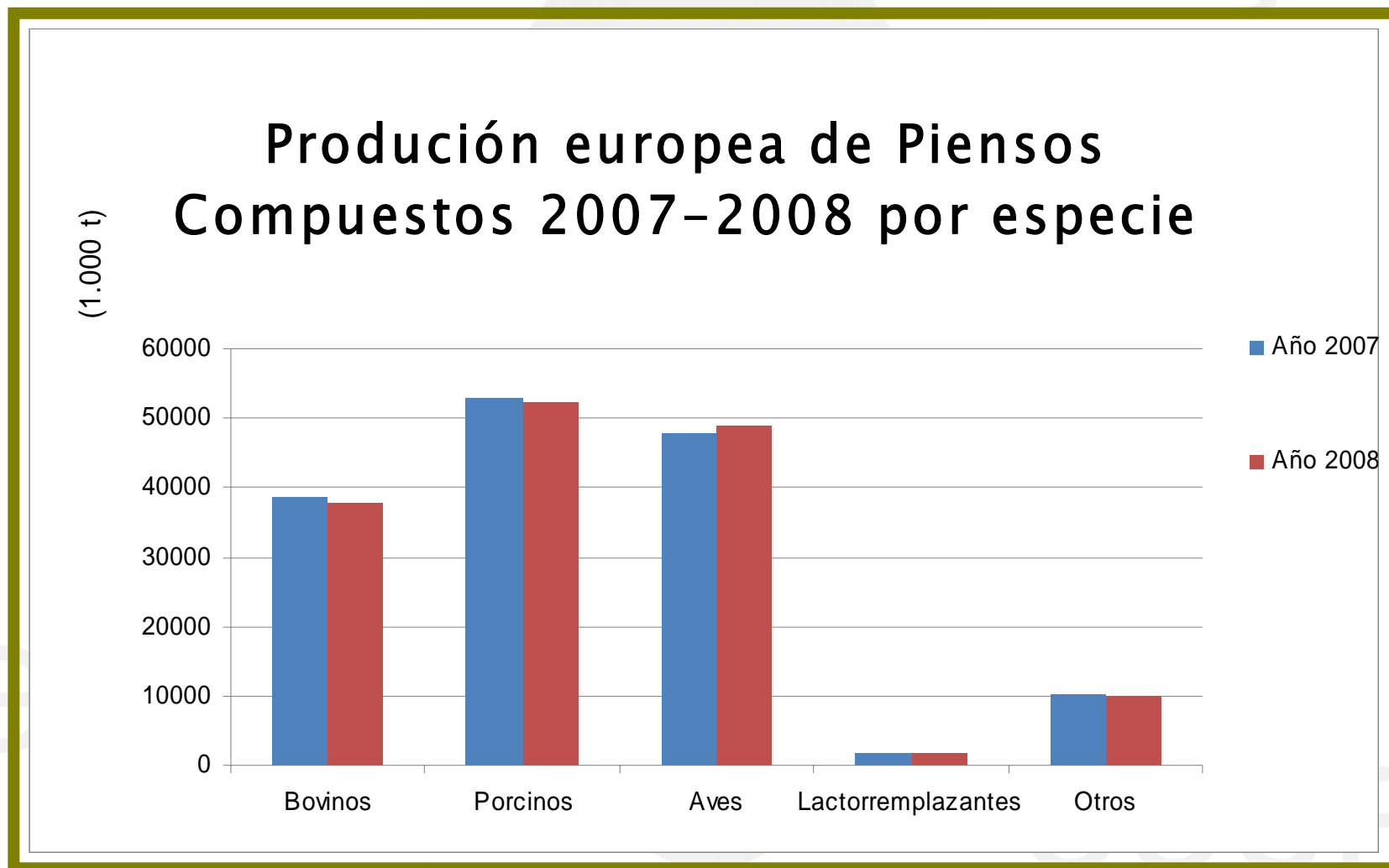
Europa

El sector de la alimentación animal

Producción europea de Piensos Compuestos 2007-2008 por países



Europa El sector de la alimentación animal



Industria de alimentación

animal

Indicadores de la industria de alimentación animal I

- ❖ La industria de alimentación animal en la industria alimentaria:
 - Ocupa al 3,7% de las personas
 - Realiza el 8,7% de las ventas
 - Paga el 11,5% del valor de las materias primas adquiridas
 - Realiza el 4,4% de las inversiones en activos materiales
- ❖ Su peso estratégico es mayor al estar integrada en la industria vinculada a la ganadería: 40% de las ventas y 33% ocupados.
- ❖ El valor añadido por persona en 2006 fue de 60.480 €, muy por encima de la industria alimentaria y similar de lácteas y cárnicas.
- ❖ El margen bruto fue algo mayor del 6%, inferior a la media de la industria alimentaria (11%) y de los sectores cárnicos y lácteos.
- ❖ Entre 2001 y 2006 ha bajado la participación en la industria alimentaria.

Industria de alimentación animal

Indicadores de la industria de alimentación animal II

- ❖ La producción de piensos se concentra en Cataluña (28% ventas), Castilla y León (16,5%), Aragón y Andalucía (ambas con el 9%) y Galicia (8%), coincidiendo con la ganadería más consumidora.
- ❖ Está creciendo el volumen de ventas en Cataluña, Castilla y León, Aragón y Navarra
- ❖ Entre 1999 y 2006 las ventas de productos ha subido un 63%, por encima de los resultados (48%).
 - Hay una tendencia a aumentar stocks (hasta 2008)
 - Está aumentando la externalización de tareas
 - El incremento medio de las inversiones uno de los mas bajos en la industria alimentaria

Industria de alimentación

número de empresas de alimentación animal

- ❖ Hay dificultades para identificar el número exacto de empresas
 - La Encuesta Industrial del INE recoge para 2006, 781 empresas, el 78% con menos de 20 empleados.
 - Para 2006 el DIRCE (INE) recoge 911 empresas (909 en 2008).
- ❖ Las empresas con 20 o más empleados suponían el 18,7% en 2008 frente al 14,3% en 1999.
- ❖ Casi el 30% de las empresas eran cooperativas o SAT, casi el 8% personas físicas y el resto sociedades mercantiles.
- ❖ Hay 32 empresas con producciones superiores a las

Industria de alimentación

animal Segmentación de las empresas de alimentación animal según su volumen de producción

- ❖ Grupo 1: Empresas con producciones superiores a 700.000 tn. Hay 6 grupos empresariales en estas condiciones
- ❖ Grupo 2: Empresas con producciones entre 200.000 y 700.000 toneladas
- ❖ Grupo 3: Empresas con producciones entre cerca de 100.000 y 200.000 toneladas
- ❖ Grupo 4: Empresas con volúmenes menores de producción
- ❖ Empresas de piensos especiales.

Índice

1. Presentación de CESFAC
2. Importancia del sector de la alimentación animal y su papel en la competitividad de la agricultura y ganadería
3. Industria de alimentación animal. Indicadores
- 4. Evolución de los precios de las materias primas. Dependencia exterior y gestión de aprovisionamientos**
5. Líneas estratégicas

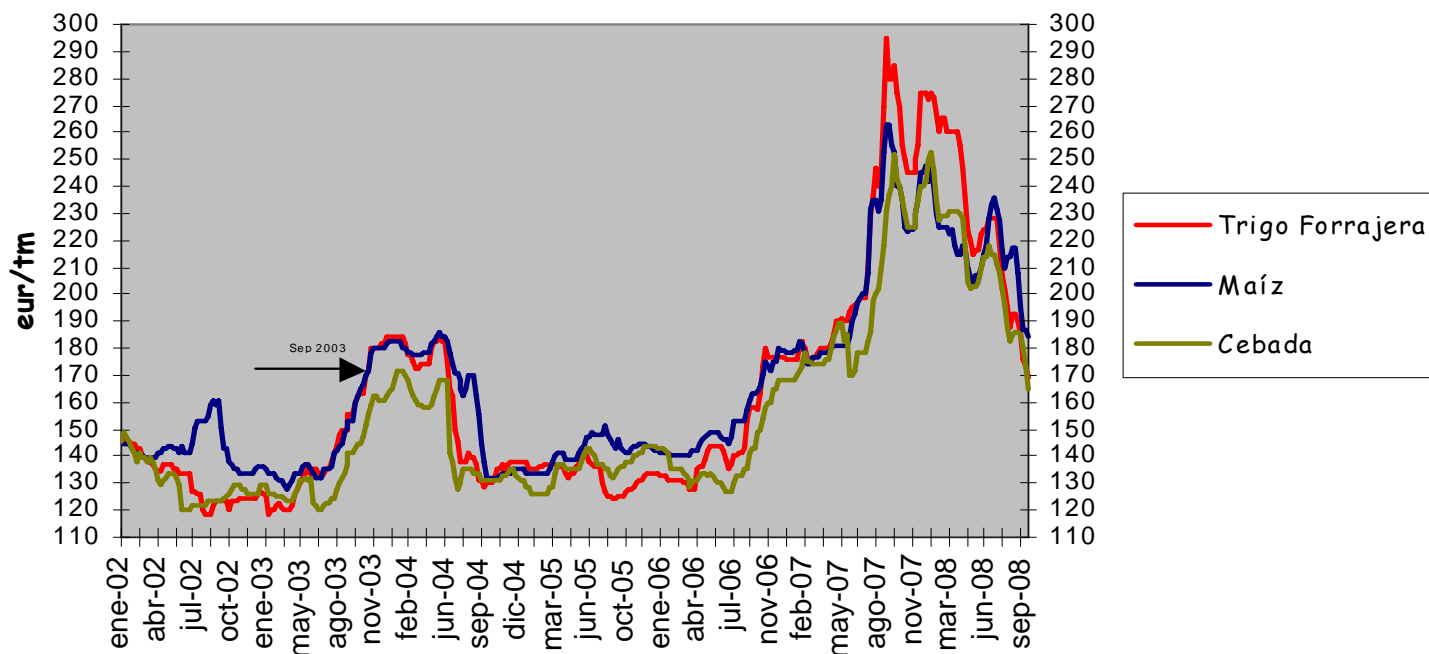
Abastecimiento de materias primas

Materias Primas

- ❖ España es alta y crecientemente deficitaria en cereales y oleaginosas (soja)
- ❖ El sector de piensos español es muy dependiente de los mercados exteriores y sufre directamente sus fluctuaciones.
- ❖ Las limitaciones y aplazamientos a la comercialización de OGM complica y encarece el abastecimiento europeo.
- ❖ Las reformas en marcha de la PAC y las restricciones del riego van a alterar la oferta española
- ❖ El mercado interior está muy fragmentado, con pocas empresas grandes y eficaces que utilicen herramientas financieras. Dejando a un lado los intercambios en época de siega y los de carácter local, las cooperativas manejan un 40% del mercado interior de cereales

Incremento y volatilidad de los precios

Precios de los cereales en el mercado de Barcelona



Sector de la producción de piensos Materias Primas

Evolución del sector de piensos

Los cereales constituyen la base de la formulación de los piensos compuestos y pueden llegar a suponer, en función del sector, hasta el 70% de la composición global. El resto lo conforman una pequeña proporción de energía procedente de oleaginosas y aditivos.

	% DIETA DE PIENSOS
CEREALES	60-70%
OLEAGINOSAS	20-25%
ACEITES Y GRASAS	3-5%
COPRODUCTOS Y OTROS	3-17%

Sector de la producción de piensos

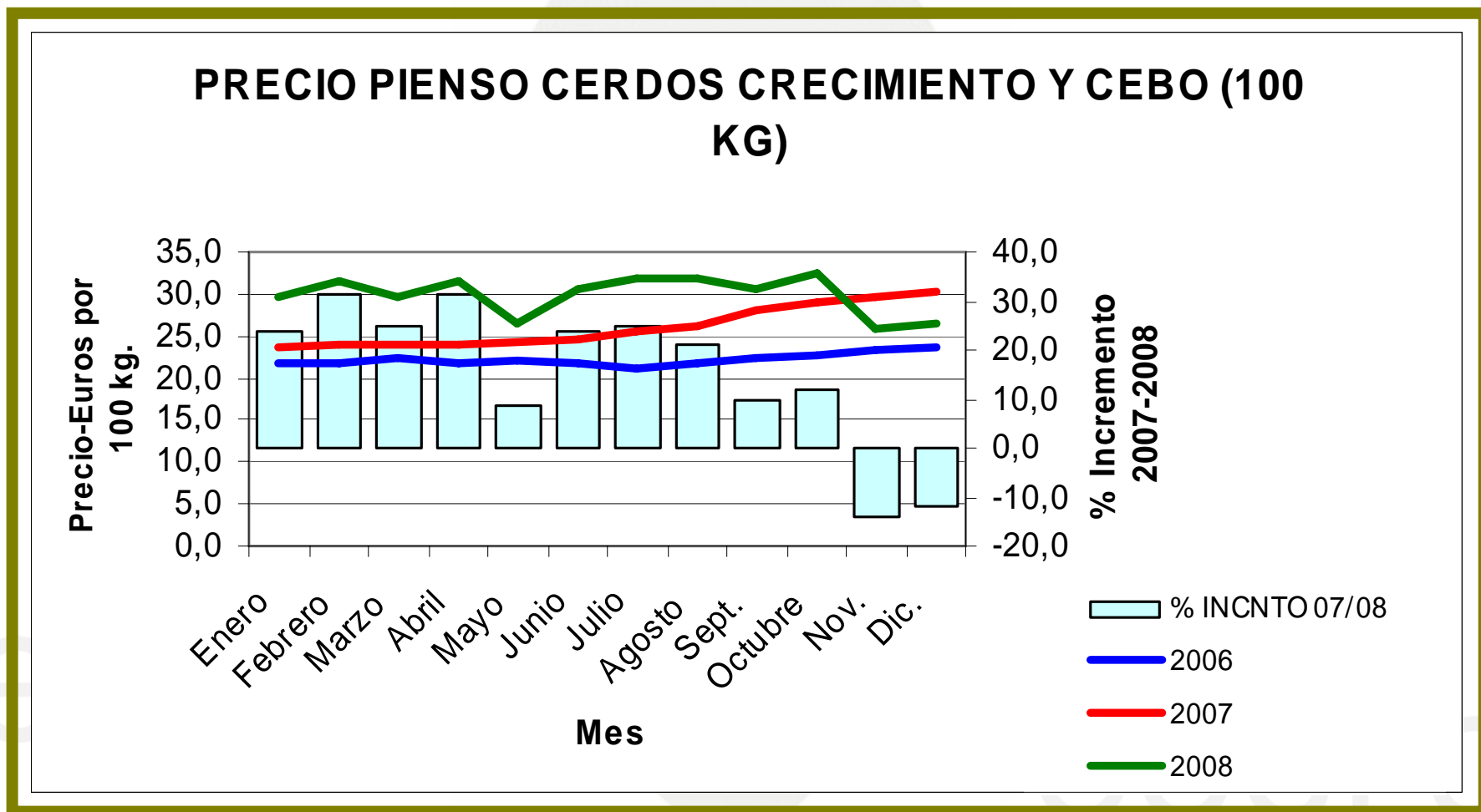
Evolución de los precios mínimos-máximos (euros/Tn)

Cifras 2008: desde 21 Enero a 1 Septiembre

Tipo Pienso	2006 pr mínimo- máx	2007	2008	Incremento 01/07 01/08
Engorde corderos	201-230	245-285	253-361	3.26-12%
Engorde cerdos	176-171	225-219	264-316	20-40%
Pollos	277	350	341-392	1%
Gallinas	215	265	298-368	12-39%
Terneros	205	255	273-366	21%

Evolución de los precios

Sector de la producción de piensos



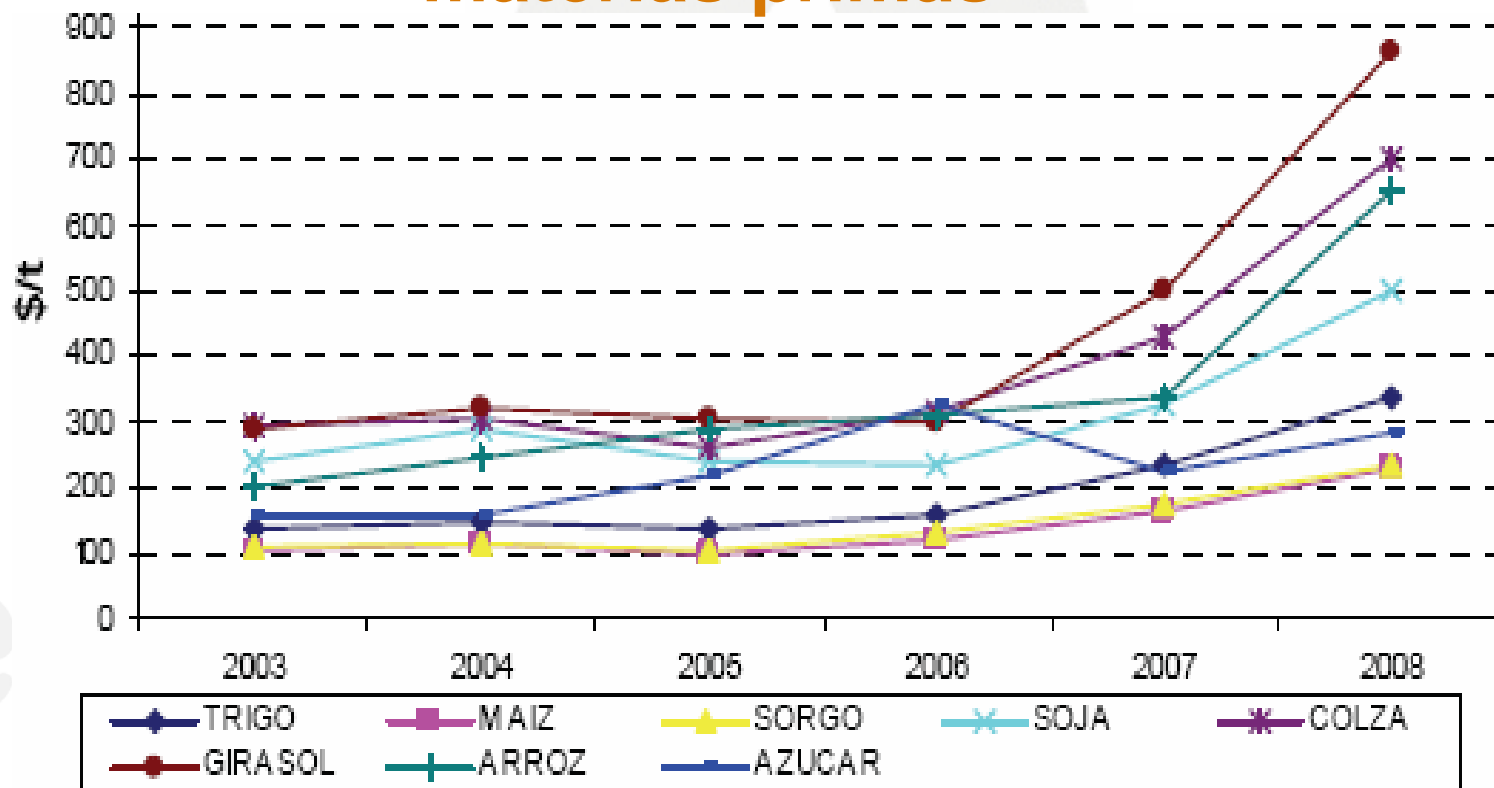
Evolución de los precios de las materias primas Dependencia exterior

Evolución de los mercados mundiales de materias primas

- Desde principios de 2006 y hasta verano 2008, los precios de las diferentes materias primas han experimentado un brusco incremento: una media aproximada de un **65%**
- Esta subida ha sido especialmente acusada en el caso de la **soja** y el **trigo**. Subida más moderada en el caso del **maíz**
- **PERDIDA DE LA CAPACIDAD DE COMPRA COMO FACTOR DE DIFERENCIACIÓN COMERCIAL ENTRE FABRICANTES GRANDES Y PEQUEÑOS**

Evolución de los precios de las materias primas Dependencia exterior

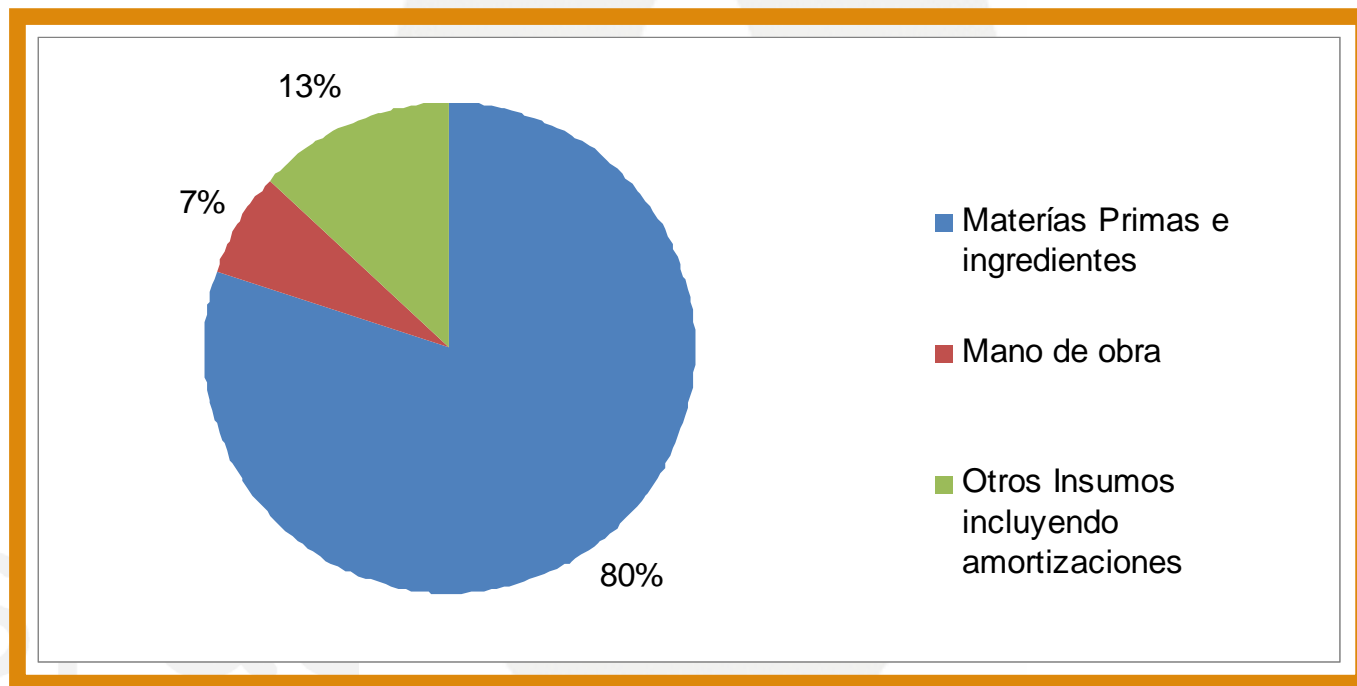
Evolución de los mercados mundiales de materias primas



Precio de las principales materias primas agrícolas

Evolución de los precios de las materias primas Dependencia exterior

Costes medios de producción del pienso



Asincronía OGM – Coste extra para la ganadería comunitaria 07/08

- Sustitución de 5 M Tons de CGF/DDGS
 - ❖ Sobrecoste de € 120 por tonelada 600 Mio €
- Importación de 10 million toneladas de maíz
 - ❖ Sobrecoste de €50 por ton : 500 Mio €
 - ❖ Brasil único suministrador.
- EU consume 50 millones de toneladas de cereales
 - ❖ Sobrecoste de €50 por tonelada 2.500 Mio €
 - ❖ Por restricciones en fuentes de importación
- Total sobrecoste comunitario cereales forrajeros 07/08 (comparado con competidores de países terceros):
3 600 Mio€

Asincronía OGM – Coste extra para la ganadería comunitaria 08/09 (*)

- Substitución de 2.5 Mio toneladas de CGF/DDGS
 - Sobrecoste de € 120 por tonelada 300 M €
- Aprovisionamiento de 15 mio. t de harina de soja aprobada por la UE
 - Tolerancia 0 → 0 importaciones → X 7 precio del pienso / 200.000 M €
 - 30% disminución cabañas (porcino, avicultura) **
 - 0
 - 0.1% tolerancia + €160 per tonne 2400 M€
 - 0
 - 0.9% tolerancia → + 15 €/t 200 M €

Total sobrecoste comunitario cereales forrajeros 08/09

(comparado con competidores de países terceros): de 500 a

** Basado en estudio DG AGRI

Índice

1. Presentación de CESFAC
2. Importancia del sector de la alimentación animal y su papel en la competitividad de la agricultura y ganadería
3. Industria de alimentación animal. Indicadores
4. Evolución de los precios de las materias primas. Dependencia exterior y gestión de aprovisionamientos
- 5. Líneas estratégicas**

Industria de alimentación animal

Líneas estratégicas. Materias primas

- Formación a las empresas sobre las oportunidades de las herramientas de los mercados de futuros
- Posible puesta en marcha de un servicio de análisis de los mercados mundiales de materias primas en tiempo real
- Fomento de los acuerdos de suministros a medio plazo entre operadores de cereales y los fabricantes de piensos.
- Desarrollo de una estrategia de apoyo a la agilización de los nuevos eventos OGM en la UE.
- Análisis de la situación de la logística de cereales en España
- Participación en el debate sobre la estrategia de la UE frente a las materias primas.

Industria de alimentación

animal Líneas estratégicas globales para el sector de alimentación para el ganado

- ❖ Establecimiento de un mecanismo de seguimiento del proceso de concentración de la industria de alimentos para el ganado.
- ❖ Apoyo a la fusión y concentración de empresas y de mecanismos de colaboración para afrontar tareas determinadas.
- ❖ Apoyo al restablecimiento del crédito al sector.
- ❖ Estrategia de comunicación que valore la imagen del sector.
- ❖ Seguimiento y divulgación y mejora de los mecanismos de colaboración y transferencia de tecnología entre ganaderos e industrias.
- ❖ Seguimiento de las incidencias en la aplicación de las normas de seguridad alimentaria.

Índic e

1. Presentación de CESFAC
2. Importancia del sector de la alimentación animal y su papel en la competitividad de la agricultura y ganadería
3. Industria de alimentación animal. Indicadores
4. Evolución de los precios de las materias primas. Dependencia exterior y gestión de aprovisionamientos
5. Líneas estratégicas

MATRICES DAFO

❖ Grandes y medianas empresas de alimentación animal con ganadería integrada

❖ DEBILIDADE

- Alta dependencia de los mercados mundiales en el suministro de materias primas.
- Insuficiente manejo de las herramientas del mercado de futuros de materias primas.
- Altos costes y deficiente organización logística en algunos casos.
- En algunos casos, falta la verticalización con la producción de carne.

❖ AMENAZAS

- Mantenimiento de los altos precios de las materias primas.
- Dificultades en el suministro
- Importaciones de carne.
- Caída de las exportaciones.
- Debilitamiento del consumo de carne.
- Incremento de la presión de la gran distribución.
- Caída de la ganadería por las exigencias medioambientales y de bienestar animal.
- Endurecimiento del crédito.
- Problemas debido a la

❖ FORTALEZA

- Buena dimensión y estructura empresarial.
- Dirección cualificada.
- Control de gran parte de la cadena de producción.
- Buen nivel de inversiones.
- Alto nivel de incorporación de I+D y de transferencia de tecnología a los ganaderos.
- Buena imagen empresarial.
- Acceso a la gran distribución.
- Una de ellas, red de tiendas.

❖ OPORTUNIDADE

- Avanzar en la cadena de producción de carnes, llegando a productos elaborados.
- Consolidación de la posición exportadora.
- Expansión en las áreas ganaderas emergentes.
- Posible aumento de los consumos de porcino y aves a medio plazo.
- Expansión en el marco de la concentración del sector.

MATRICES DAFO

❖ Grandes y medianas empresas de alimentación animal con ganadería integrada

❖ ESTRATEGIA

- Mejorar la compra de materias primas.
- Aumentar la gama de productos finales.
- Avanzar en la producción cárnica.
- Crecer en los mercados exteriores.
- Expansión en otros territorios.
- Estrategia de crecimiento empresarial aprovechando el proceso de concentración.

MATRICES DAFO

❖ Grandes empresas de piensos con ventas altas en el mercado libre

❖ DEBILIDADE

- Débil vinculación a la ganadería.
- Alta dependencia de los mercados mundiales en el suministro de materias primas.
- Altos costes y deficiente organización logística en algunos casos.
- Excesiva dependencia de los rumiantes.
- Problemas de localización de las empresas.
- Dependencia de un mercado libre de piensos estrecho.

❖ AMENAZAS

- Posible caída del cebo de rumiantes.
- Mantenimiento de los altos precios de las materias primas .
- Dificultades en el suministro.
- Importaciones de carne.
- Debilitamiento del consumo de carne caras.
- Caída de la ganadería por las exigencias medioambientales y de bienestar animal.
- Endurecimiento del crédito.

❖ FORTALEZA

- Buen acceso a los mercados mundiales.
- Buena dimensión empresarial.
- Gran capacidad económica.
- Buena red de distribución.
- Buena estructura de asesoría a los agricultores.
- Marcas con imagen de calidad.
- Amplia gama.
- Buena presencia en áreas con ciertas perspectivas de crecimiento ganadero.
- Pertenenencia a grupos

❖ OPORTUNIDADE

- Posibilidad de acuerdos de fabricación para grandes explotaciones ganaderas o agrupaciones de ganaderos.
- Crecimiento en pienso para otras especies.
- Aumento de las necesidades de I+D en el sector.

MATRICES DAFO

- ❖ Grandes empresas de piensos con ventas altas en el mercado libre

❖ ESTRATEGIA

- Diversificación de la gama de piensos.
- Incremento de actividad en I+D.
- Colaboración con grandes explotaciones y grupos ganaderos.

MATRICES DAFO

❖ Empresas medianas de venta de piensos en el mercado libre

❖ DEBILIDADE

- Dimensión demasiado pequeña.
- Base ganadera con riesgo.
- Deficiencias en el abastecimiento de materias primas y el conocimiento de los mercados.
- Falta de verticalización con la venta del ganado y producción.
- No pueden competir en piensos estándar.
- Deficiencias en formación.
- Deficiencias tecnológicas.

❖ AMENAZAS

- Fragilidad de los ganaderos.
- Entrada de empresas mayores en los nichos de mercado donde están.
- Mantenimiento de altos precios de las materias primas.
- Dificultades de suministro de materia prima.

❖ FORTALEZA

- Flexibilidad en su gama.
- Buena vinculación local.
- Buena adaptación logística.
- Buenas relaciones con su entorno.
- Algunas están en nichos de mercado asentados.
- Buena imagen empresarial en su entorno.

❖ OPORTUNIDADE

- Especialización en gamas de escasa producción y consumo.
- Desarrollo de nichos de mercado.
- Vinculación a estrategias de desarrollo local.
- Aumento de la demanda de piensos especiales.

MATRICES DAFO

❖ Empresas medianas de venta de piensos en el mercado libre

❖ ESTRATEGIA

- Crecer en nichos de mercado
- Vincularse a estrategias de desarrollo local
- Vincularse a ganaderías de calidad diferencial
- Colaboración con otras empresas en distribución
- Mejora de la cualificación empresarial

MATRICES DAFO

❖ Empresas productoras de mezclas para rumiantes

❖ DEBILIDADE

- Dimensión demasiado pequeña.
- Altos costes logísticos.
- Con frecuencia deficiencias en el abastecimiento de materias primas y el conocimiento de los mercados.
- Falta de verticalización con la venta del ganado y producción.
- Deficiencias en formación.

❖ AMENAZAS

- Fragilidad de los ganaderos en algunas zonas.
- Abandono de la producción.
- Caída de los precios de la leche y carne que no aguante este servicio.
- Mantenimiento de altos precios de las materias primas.
- Dificultades de suministro de materia prima.

❖ FORTALEZA

- Flexibilidad en su gama.
- Buena vinculación local.
- Buena adaptación logística.
- Gran peso de cooperativas muy enraizadas.
- Buenas relaciones con su entorno.
- Estos piensos constituyen un nicho de mercado interesante.
- Buena imagen empresarial en su entorno.
- Mejora notablemente la calidad de vida de los

❖ OPORTUNIDADE

- Ahondar en los servicios a los ganaderos.
- Aprovechar la tendencia a la externalización de tareas en las explotaciones.
- Vinculación a estrategias de desarrollo local.
- Aumento de la demanda de piensos especiales.

MATRICES DAFO

❖ Empresas productoras de mezclas para rumiantes

❖ ESTRATEGIA

- Crecer en su nicho de mercado.
- Vincularse a estrategias de desarrollo local.
- Vincularse a ganaderías de calidad diferencial.
- Incrementar el desarrollo en comercialización de los productos.
- Incrementar los servicios a las explotaciones.
- Mejora de la cualificación empresarial.

MATRICES DAFO

❖ Pequeñas empresas

❖ DEBILIDADE

- Dimensión demasiado pequeña.
- Base ganadera con riesgo.
- Altas deficiencias en el abastecimiento de materias primas y el conocimiento de los mercados.
- Falta de verticalización con la venta del ganado y producción.
- No pueden competir en piensos estándar.
- Deficiencias en formación.
- Deficiencias tecnológicas.

❖ AMENAZAS

- Fragilidad de los ganaderos según zonas.
- Entrada de empresas mayores en los nichos de mercado donde están.
- Mantenimiento de altos precios de las materias primas.
- Dificultades de suministro de materia prima.
- Dificultad para cumplir las exigencias de Seguridad Alimentaria.

❖ FORTALEZA

- Flexibilidad en su gama.
- Buena vinculación local.
- Buena adaptación logística.
- Buenas relaciones con su entorno.
- Algunas están en nichos de mercado asentados.

❖ OPORTUNIDADE

- Especialización en gamas de escasa producción y consumo.
- Desarrollo de nichos de mercado.
- Vinculación a estrategias de desarrollo local.
- Aumento de la demanda de piensos especiales.
- Incorporarse a los procesos de concentración.

MATRICES DAFO

❖ Pequeñas empresas

❖ ESTRATEGIA

- Crecer en nichos de mercado.
- Vincularse a estrategias de desarrollo local.
- Vincularse a ganaderías de calidad diferencial.
- Incorporarse a los procesos de concentración.
- Mejora de la cualificación empresarial.

Resumen

1. Presentación de CESFAC
2. Importancia del sector de la alimentación animal y su papel en la competitividad de la agricultura y ganadería
3. Industria de alimentación animal. Indicadores
4. Evolución de los precios de las materias primas. Dependencia exterior y gestión de aprovisionamientos
5. Líneas estratégicas
6. Matrices DAFO

**Gracias por su
atención**

www.cesfac.es