

INCIDENCE OF IRRIGATION ON BEHAVIOUR OF SOME GRASSES IN PERMANENT PASTURES

SUMMARY

It was studied the effect of irrigation on 14 grasses from permanent pastures. The behaviour of some of them differ when the study is made with all fields, or according to water supply.

In order to explain the grasses asociation, it was carried out a multivariable analysis for principal components with the purpose to find out the best information about the factor loadings that keep the grasses close or separate.

BIBLIOGRAFIA

- 1) ANTUÑA, A. (1979).—Estudio del comportamiento ecológico de las gramíneas en la cuenca de Piguñeña-Narcea. Memoria de Licenciatura. Facultad de Ciencias, Universidad de Oviedo.
- 2) DAGNELIE, P. (1975).—*Analyse statistique a plusieurs variables*. Les Presses Agronomiques de Gembloux A.S.B.L. (Bélgica): 362.
- 3) DENUDT, G. (1975).—Essai de caractérisation de la flore et de la végétation prairiale a l'aide des teneurs minerales. Tesis Doctoral. Université Catholique de Louvain.
- 4) GARCÍA, R.; MORO, A.; CALLEJA, A.; SUÁREZ, A. (1982).—Estudio del comportamiento de diferentes especies pratenses frente a factores edáficos y de manejo. I Gramíneas y leguminosas. *An. Fac. Vet. León*, **28**: 147-158.
- 5) KLITSCH, C. (1965).—*Producción de forrajes*. Ed. Acribia (Zaragoza): 335.
- 6) LAMBERT, J.; DENUDT, G.; WINANCE, E. (1970).—Plantes indicatrices de fertilité et compétition pour macronutrients dans les prairies semi-naturelles d'Ardene. Comm. présente au 5ème Colloque de Paris.
- 7) MORO, A.; GARCÍA, R.; CALLEJA, A.; SUÁREZ, A. (1982).—Estudio del comportamiento de diferentes especies pratenses frente a factores edáficos y de manejo. II Otras plantas herbáceas y factores ambientales. *An. Fac. Vet. León*, **28**: 159-170.
- 8) VIVIER, M. (1971).—Les prairies permanentes du Bessin et du Pys D'Auge. Tesis Doctoral. Universidad de Caen.

CATEDRA DE AGRICULTURA Y ECONOMIA AGRARIA (Prof. Dr. A. SUAREZ)

ESTUDIOS SOBRE EL MERCADO DE GANADOS DE LEON I. ESTRUCTURA DEL MERCADO VACUNO

Por J. Fernández Revuelta*
P. Díez Martínez*
T. de La Puente Puente

INTRODUCCION

Los estudios en el área de mercados agrarios han recibido creciente atención en los últimos años. Ello ha sido debido a la existencia de nuevas teorías y concepciones que han hecho posible una interpretación más realista de los problemas, unido a la evidente importancia que en el contexto económico tienen los mercados y el conocimiento de los canales de comercialización.

En los esquemas teóricos clásicos la perfecta competencia fue considerada como la única característica deseable y en su consecución eran gastados todos los esfuerzos organizativos. No obstante, se ha puesto en evidencia que la imperfección constituye la norma y, por tanto, en un enfoque realista, el conocimiento de las características de los mercados ha constituido un área importante de los estudios de comercialización.

Las más notables características organizativas de los mercados, que se consideran actualmente^{1, 2, 3, 4, 5}, son la estructura, la conducta y la realización, según la terminología de Briz Escribano³.

La estructura de un mercado considera las relaciones entre compradores, entre vendedores y entre ambos, es decir, las características que influyen en el sistema de competencia y precios del mercado. Dentro de las características estructurales, MCCOY⁴ distingue como más importantes el grado de concentración, la diferenciación del producto y las barreras para la penetración en el mercado de las empresas individuales.

Con el término conducta del mercado se quiere referir a la estrategia que siguen, tanto compradores como vendedores, de una forma individual, en competición con otros agentes vendedores o compradores o en conjunción con otras empresas, pudiendo llegar incluso a formas de cooperación informales o a la con-

* Estación Agrícola Experimental, CSIC.
An. Fac. Vet. León, 1983, 29, 259-271.

fabulación con el objetivo de manipular la formación de precios y conseguir el máximo producto.

La realización (o performance), según BAIN¹, serían las consecuencias finales en los precios, productos, costes de producción, etc., al que llegarían las empresas como resultado de sus líneas de conducta y de su estructura.

Un modelo de estudio de mercado debería estar constituido por un análisis de las características descritas, así como de las relaciones existentes entre ellas.

Los objetivos del equipo que desarrolla este trabajo son analizar paulatinamente el Mercado Nacional de Ganados de León, como una aportación al conocimiento de la comercialización del ganado en la provincia leonesa y en la Comunidad Autónoma de Castilla-León.

Este mercado reúne una serie de características que consideramos, en cierto modo, ideales para la realización de un estudio en este área.

Por una parte, la localización del mercado en un espacio de evidente importancia ganadera, actuando como polarizante de la actividad comercial, al desaparecer prácticamente el resto de los mercados y ferias locales que tradicionalmente se celebraban en la provincia. Esto queda demostrado por los índices de afluencia y el volumen de transferencias que, en términos económicos, superan semanalmente, según nuestras estimaciones, los cien millones de pesetas.

Por otro lado, las características de las instalaciones permiten una recogida de datos con facilidad y en condiciones muy fiables.

El Mercado Nacional de Ganados de León abre sus instalaciones dos días a la semana para la celebración de los habituales mercados. Esporádicamente se celebran ferias anuales que, normalmente, se hacen coincidir con los correspondientes mercados semanales.

Los jueves de cada semana se produce un mercado de terneros de corta edad (entre 7 días y un mes). A este mercado acuden a ofertar sus animales vendedores particulares, así como intermediarios (tratantes), cuya actividad el resto de la semana es la adquisición de estos animales, normalmente en su zona de procedencia, con el fin de conseguir lotes más o menos homogéneos y de variable tamaño.

Los compradores son escasos y normalmente a comisión. Actúan sobre encargo de cebaderos situados muchas veces en provincias lejanas. También acuden al mercado en demanda de terneros, ganaderos de León o provincias limítrofes, para destinarlos a sus propias instalaciones de producción de carne blanca o a sus cebaderos de añojos. Ambos constituyen los más habituales destinos que se dan a estos animales.

En estas condiciones de competencia el mercado se resuelve en corto espacio de tiempo, adquiriendo los animales unas cotizaciones bastante homogéneas dentro de los grupos que se establecen en función del sexo y la raza.

Por el contrario, los viernes se produce un mercado mucho más multitudinario y de una mayor duración. A él acuden todo tipo de animales vacunos, ovinos,

caprinos y porcinos, tanto para vida como para abasto. Cada tipo de animal tiene en el recinto una estancia diferenciada.

Los agentes oferentes y demandantes son diversos. Los animales son presentados para su venta, tanto por los propietarios como por intermediarios, y los compradores pueden ser los propios ganaderos, carniceros o agentes a comisión. Las transferencias se realizan animal por animal y la «técnica» de la compra-venta es de tipo tradicional, con un tira y afloja entre los agentes comprador y vendedor que en él intervienen y se intercambian apretones de manos y participaciones de diferencias.

Si bien las condiciones de concurrencia parecen asegurar una competencia bastante próxima a la perfección, la falta de transparencia e información, que afectan principalmente a los vendedores, produce defectos en la formación de los precios. No obstante, según datos de que disponemos, y serán objeto de otra publicación de esta serie, la afluencia, entre otros factores, explica en gran medida los precios del mercado.

Con este marco general pretendemos en este primer trabajo analizar la estructura del mercado en lo que afecta al ganado vacuno. El estudio de la conducta y de los precios de esta especie, como de las restantes, será objeto de futuros análisis.

Para determinar la estructura serán sucesivamente relacionados la afluencia de animales, primero en sus aspectos dinámicos y posteriormente desde un punto de vista geográfico, la venta y el destino que se da a los animales objeto de transferencia económica.

MATERIAL Y METODOS

Los estudios estructurales, de cualquier tipo, se enfrentan siempre con el obstáculo de la disponibilidad de datos estadísticos. En este caso particular los datos existentes son muy pocos y de escasa fiabilidad. Por ello, uno de los objetivos del trabajo ha sido la obtención de datos sobre las diversas características estudiadas. Estos datos han sido obtenidos de diversas fuentes:

1.º Datos originados en la Gerencia del propio Mercado Nacional de Ganados de León. Aparecen en un boletín semanal, en el que se relacionan las cotizaciones máxima, mínima y más frecuente de los distintos tipos de animales, un comentario de los niveles de precios y la afluencia de animales, que resulta ser el dato más objetivo, ya que se estima por las entradas al recinto suministradas y vigiladas por numerosos empleados.

2.º Datos obtenidos en los servicios veterinarios del mercado. Se refieren a los destinos de los animales y están recogidos en las guías de origen y sanidad expedidas por estos servicios. Al ser este documento obligatorio para abandonar el recinto, así como para el transporte de los animales, este dato puede ser consi-

derado fiable. Es necesario hacer constar que los datos se encuentran individualizados en las matrices de los talonarios correspondientes, de donde deben ser extraídos y totalizados en sus distribuciones. Los animales que no han sido objeto de transferencia en el mercado pueden volver a su destino, practicando una diligencia el Veterinario Titular Inspector en la documentación sanitaria de origen. Este acto no da lugar a ningún tipo de anotación, por lo que para conocer la totalidad de las salidas del mercado fue necesario recoger este dato de una forma directa, permaneciendo en las oficinas de la Inspección Veterinaria durante el tiempo de celebración del mercado y anotando los retornos a destino a medida que se iban solicitando. Este dato nos ha sido muy útil como indicador de las transferencias realizadas y, unido a los recogidos por medio de las Guías de Origen y Sanidad, como un índice de veracidad de los datos recogidos en la entrada del recinto.

3.º Datos recogidos directamente por medio de encuestas en un intento de descifrar el origen de los animales. Mensualmente, dos encuestadores recogieron datos directos sobre el origen de los animales, situándose en los dos únicos accesos posibles al recinto. De esta manera fue posible determinar la procedencia y, mediante estos datos, realizar un estudio comparativo con el correspondiente censo animal.

Eventualmente, fueron realizados recuentos dentro del recinto de los distintos tipos de animales, en especial de los machos vacunos para abasto, toda vez que este tipo de animales no se podía discernir de otros en las fuentes habituales de información.

Los datos obtenidos fueron procesados a fin de obtener las distribuciones, tanto temporales (mensuales o semanales) y geográficas globalizadas.

Los datos que se presentan en este trabajo fueron recogidos durante todo el año 1982, lo cual puede considerarse suficiente para conocer las evoluciones cíclicas a lo largo del año, que, por otra parte, se repiten con bastante regularidad durante los sucesivos años.

RESULTADOS Y DISCUSION

a) Estructura de la oferta

Durante 1982 acudieron al Mercado Nacional de Ganados de León un total de 106.054 cabezas de ganado vacuno, que corresponden a una media semanal de 2.040 animales. De ellos, 952 fueron vacas y novillos (es decir, lo que aquí consideramos ganado vacuno mayor) y 1.088 terneros. Los primeros corresponden al mercado de los viernes, mientras que los animales jóvenes acuden en su mayoría los jueves.

Existen diferencias mensuales apreciables en lo que se refiere a la afluencia media semanal, tal como se expresa en el cuadro número 1; en él se pueden observar los valores totales, así como las medias semanales de cada mes.

CUADRO 1
Afluencia mensual al Mercado y medias semanales (1982)

Meses	Vacuno mayor		Terneros		Total	
	Total	Media semanal	Total	Media semanal	Total	Media semanal
Enero	4.094	1.023	4.607	1.152	8.701	2.175
Febrero	4.126	1.031	4.581	1.145	8.707	2.176
Marzo	3.446	861	4.664	1.166	8.110	2.027
Abril	4.924	985	5.127	1.025	10.051	2.010
Mayo	3.869	967	4.627	1.157	8.496	2.124
Junio	3.442	860	4.584	1.146	8.026	2.006
Julio	4.023	805	5.199	1.040	9.222	1.845
Agosto	2.803	701	3.595	899	6.398	1.600
Septiembre	3.957	989	4.853	1.213	8.810	2.202
Octubre	5.664	1.133	5.835	1.167	11.499	2.300
Noviembre	4.449	1.112	4.217	1.054	8.666	2.166
Diciembre	4.706	941	4.662	932	9.368	1.873
Total	49.503	952	56.551	1.088	106.054	2.040

Fuente: Elaboración propia con datos de la Gerencia del Mercado Nacional de Ganados de León.

Las mayores cifras de vacuno mayor aparecen los meses de otoño-invierno, disminuyendo los de primavera-verano. Por el contrario, las cifras de terneros se mantienen bastante estables, salvo en el mes de agosto y el de diciembre, en los que disminuyen claramente debido a las labores agrícolas estivales, en el primer caso, y a las fiestas navideñas, con su incidencia social, en el segundo.

En el gráfico número 1 aparece la representación de los datos mensuales del cuadro anterior.

Otro aspecto de la estructura de la oferta es el origen geográfico de la misma. Para su esclarecimiento hemos elaborado los cuadros número 2 y número 3, en los que se establece respectivamente la provincia y la Comunidad Autónoma de procedencia de los animales y la misma distribución referida a comarcas agrarias de la provincia de León, que, como es lógico, aporta la mayor parte de la oferta, un 83.89 % de los animales que ingresan en el recinto.

Además de la propia provincia de León, otras limítrofes, como Zamora, Palencia, Valladolid, Orense y Asturias, aportan cantidades superiores a las 1.000 cabezas por año, aunque estos valores representan aportaciones proporcionalmente pequeñas cuando se considera una valoración global.

Dentro de la geografía provincial, la mayor aportación la realiza la comarca Tierras de León, con un 34,71 % del total provincial, pero con valores de vacuno mayor superiores a los de terneros, tal como puede observarse en el cua-

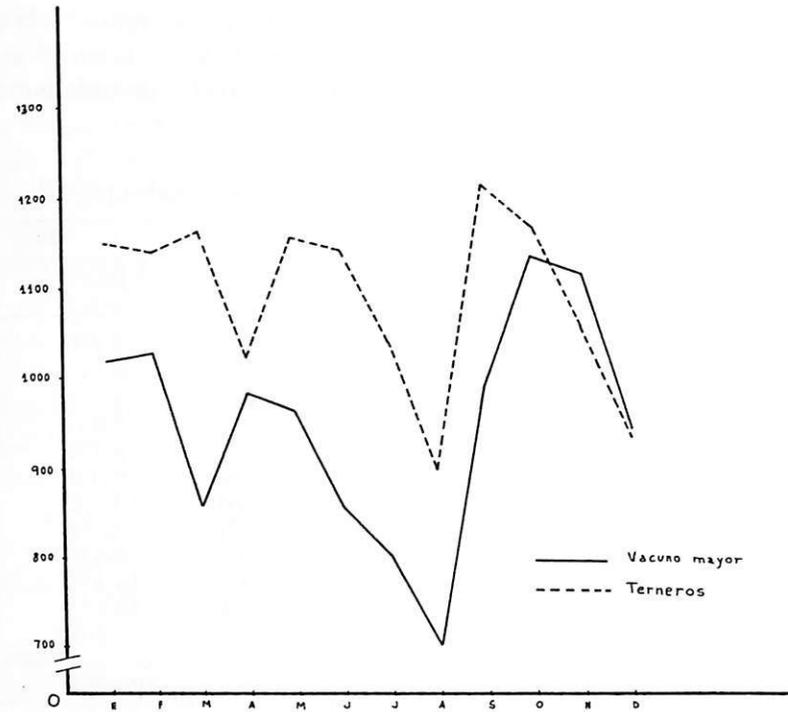


Gráfico n.º 1.—Evolución mensual de la afluencia de animales al Mercado Nacional de Ganados de León.

CUADRO 2
Origen geográfico de la oferta de ganado vacuno en el Mercado Nacional de Ganados de León. Distribución provincial

Provincias	Vacuno mayor		%	Total	%	Total
	%	Total				
León	85,65	42.399	82,35	46.570	83,89	88.969
Palencia	5,17	2.559	3,17	1.793	4,10	4.352
Salamanca	0,11	55	0,16	90	0,14	145
Valladolid	2,65	1.312	1,52	860	2,05	2.172
Zamora	4,31	2.134	7,08	4.004	5,79	6.138
Burgos	—	—	0,11	62	0,05	62
CASTILLA-LEÓN	97,89	48.459	94,39	53.379	96,02	101.838
La Coruña	0,12	59	0,04	23	0,08	82
Lugo	0,06	30	0,14	79	0,10	109
Orense	1,31	153	2,28	1.289	1,36	1.442
Pontevedra	0,05	25	0,09	51	0,07	76
GALICIA	0,54	267	2,55	1.442	1,61	1.709
ASTURIAS	0,95	470	1,66	938	1,33	1.408
CANTABRIA	0,43	213	1,19	673	0,84	886
Otras	0,19	94	0,21	119	0,20	213
Total	100,00	49.503	100,00	56.551	100,00	106.054

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 3
Distribución comarcal de la oferta provincial

Comarcas	Vacuno mayor		Terneros		Total		Censo ganadero	
	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total
El Bierzo	3,39	1.436	6,41	2.986	4,97	4.442	13,28	20.840
Montaña de Luna	3,13	1.327	6,56	3.054	4,92	4.381	12,43	19.519
Montaña de Riaño	5,65	2.395	8,85	4.123	7,33	6.518	14,20	22.296
La Cabrera	0,34	144	1,63	758	1,01	902	2,57	4.033
Astorga	8,28	3.515	9,33	4.343	8,83	7.858	9,40	14.752
Tierras de León	38,80	16.450	30,99	14.432	34,71	30.882	17,98	28.216
La Bañeza	4,34	1.841	8,85	4.142	6,70	5.963	5,00	7.843
El Páramo	11,16	4.732	7,60	3.540	9,30	8.272	6,78	10.639
Esla-Campos	20,47	8.678	14,86	6.922	17,54	15.600	14,56	22.863
Sahagún	4,43	1.881	4,92	2.290	4,69	4.171	3,80	5.963
Total	100,00	42.399	100,00	46.570	100,00	88.969	100,00	156.964

Fuente: Elaboración propia.

dro número 3, en el cual, y para su comparación, también se reporta el censo ganadero comarcal con datos recogidos del Censo Agrario de 1982.

Mientras que de las comarcas de la franja norte, Montaña de Riaño, Montaña de Luna y El Bierzo, es decir, las más alejadas de la capital de la provincia, acuden al mercado animales en una proporción mucho menor a la correspondiente del censo, las más próximas aportan cantidades proporcionalmente superiores e incluso, como sucede con Tierras de León, detectamos una afluencia que supera a la cifra del censo, lo cual puede ser debido no sólo a la distinta procedencia de los datos, sino también a circuitos de comercialización que concentran los animales en agentes (tratantes) residentes en esta zona, con mayores facilidades de acceso al mercado y menos costosas, lo que le produce economías derivadas de su situación.

Son también destacables las mayores cifras proporcionales de las comarcas de La Montaña (tanto de Luna como de Riaño) y El Bierzo cuando se refieren a terneros, lo cual hace pensar que las dificultades de acceso al mercado de los ganaderos individuales debidas a la distancia se simplifican como consecuencia del agrupamiento de varias decenas de animales jóvenes de una calidad homogénea, por parte de los intermediarios cuya actividad hemos descrito anteriormente. Todos estos datos se expresan gráficamente en el gráfico número 2, en el que sobre un mapa de la provincia de León, dividida en comarcas agrarias y por medio de flechas cuya anchura en el origen refleja las aportaciones medias mensuales, se representa la oferta media anual al Mercado de Ganados de León de cada una de las comarcas. Al lado de cada flecha aparece el correspondiente porcentaje.

b) Actividad comercial

Para establecer la cifra aproximada de ventas se investigaron durante un año las guías que se presentaban ante los Servicios de Inspección Veterinaria para su autorización de regreso a destino. Estas cifras representarían teóricamente los animales no vendidos en cada mercado y, por tanto, el resto, los que habrían sido objeto de transacción comercial. Sin embargo, esta cifra debe tomarse con reservas, ya que en este acto, por las dificultades de control, se producen circunstancias confusas que podrían hacer dudar de las cifras obtenidas. Sin embargo, las dificultades para obtener este tipo de datos, así como la estricta observación que llevamos a cabo en su recogida, hacen que los valores que a continuación presentamos tengan una cierta utilidad, sobre todo a falta de otros que pudieran esclarecer en mayor medida este asunto.

La cifra media anual obtenida fue de 93,11 % de ventas sobre el conjunto de animales ingresados en el mercado. Es conveniente resaltar que esta cifra corresponde a ganado vacuno mayor, ya que ningún jueves del año se solicitó autorización alguna para regreso al origen de las reses presentes, lo cual parece indicar

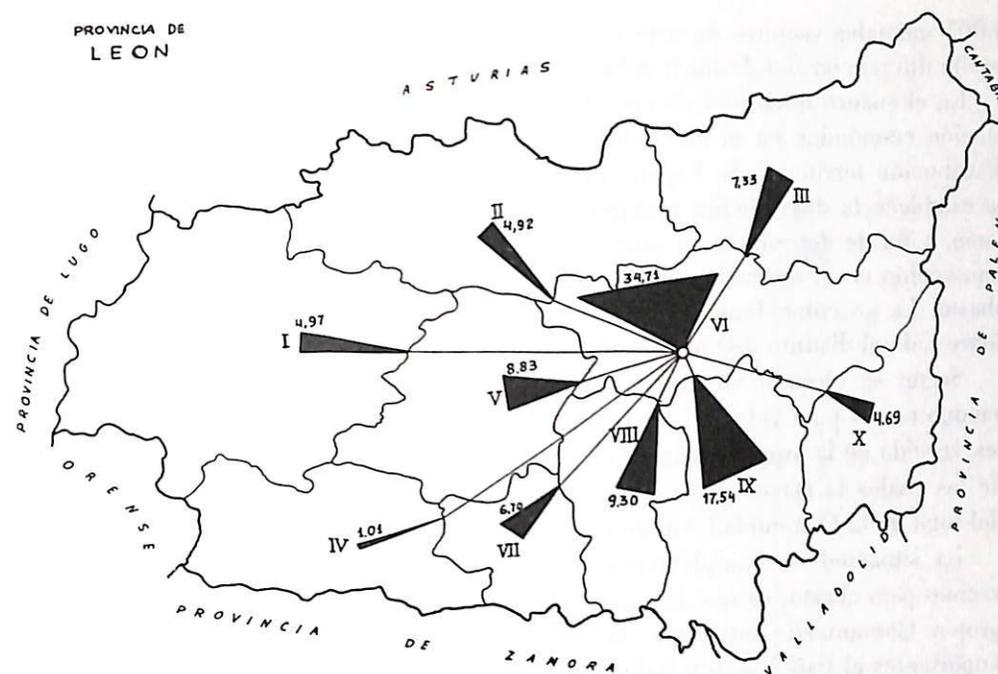


Gráfico n.º 2.—Distribución comarcal de la oferta provincial de ganado vacuno en el Mercado Nacional de Ganados de León.

que el volumen de transacciones entre estos animales abarca prácticamente a su totalidad.

c) Destino de las ventas

En este apartado hemos creído conveniente, ya que disponíamos de datos para ello, hacer una distinción entre el ganado para vida y para abasto. El primer tipo se refiere a vacas y novillas, generalmente preñadas, que se destinan a la producción de leche, mientras que en el segundo, más diversificado, se incluirían tanto vacas de desecho como novillos o añojos sin especificar su diferenciación.

No obstante, con el fin de aclarar este último aspecto, hicimos observaciones en una muestra de 27 mercados a lo largo del año 1982 con el fin de determinar el porcentaje que representaban los novillos y añojos sobre el total del ganado vacuno mayor que se encontraba presente en el mercado. El sistema seguido para ello fue el simple cómputo por enumeración de los animales vacunos machos que se encontraban presentes antes de que las puertas del recinto se abrieran; esta cifra fue posteriormente referida al total de ganado vacuno mayor, cuya cifra poseíamos por el control de entradas. El porcentaje medio estimado fue de 17,66 %, lo cual representaría una afluencia total durante el año de unos

6.007 animales vacunos de este tipo. Su destino geográfico, sin embargo, no se puede diferenciar del de las hembras para desecho.

En el cuadro número 4 se presenta el destino de los animales objeto de transacción económica en el Mercado Nacional de Ganados de León, utilizando la distribución territorial de España en Comunidades Autónomas. En el cuadro 5 se establece la distribución provincial de las cifras correspondientes a Castilla-León, a fin de determinar la proporción de animales que, aun siendo objeto de transacción en el mercado, continúan en la provincia, bien sea para vida o para abasto. La no coincidencia de las cifras de salidas con la de entradas se debe sobre todo al distinto origen de los datos utilizados en cada apartado.

Según se observa en el cuadro 4, el destino más importante del ganado vacuno mayor para vida es Galicia, que recibe un 43,2 % de este tipo de animales, seguido de la propia Comunidad Autónoma de Castilla-León, con un 31,31 %, de los cuales la mayor parte corresponden a la provincia de León (un 79,69 % del total de la Comunidad Autónoma) según los datos del cuadro 5.

La situación es completamente diferente cuando se considera el ganado vacuno para abasto, ya que la mayor parte de dichos animales permanecen en la propia Comunidad Autónoma de Castilla-León, apareciendo con cifras muy importantes el País Vasco y Galicia. Entre las provincias castellano-leonesas que más animales de abasto reciben procedentes del mercado de ganados de León, aparte de ésta, se encuentran Palencia y Valladolid, con unos porcentajes del 6,96 y 6,93, respectivamente, del conjunto de la Comunidad Autónoma.

En cuanto al destino de los terneros, se observa claramente la cualidad exportadora de la provincia leonesa, en la que sólo permanecen un 8,38 % de los terneros que ingresan.

Cataluña absorbe la mayor parte de estos animales, un 38,58 % y casi 20.000 cabezas. Le sigue en importancia Castilla-León. Asturias, con un 13,47 %, y Navarra, con un 8,26 % de los animales ofertados, también tienen importancia en este aspecto.

En conjunto, la Comunidad Autónoma que mayor número de cabezas procedentes de León recibe es Cataluña, con un 23,73 % del total, seguida de la propia Castilla-León, con un 23,16 %, y Galicia, con un 14,80 %. Todas las regiones españolas, salvo las insulares, reciben animales de León, bien sea para abasto o para vida.

Como resumen podemos anotar las siguientes puntualizaciones:

1.º Al Mercado Nacional de Ganados de León acuden semanalmente unas 2.000 cabezas de ganado vacuno, de las cuales algo más de la mitad son terneros. El origen de los animales es en su gran mayoría de la propia provincia de León y una pequeña parte de las provincias colindantes.

2.º De estos animales son objeto de transacción la práctica totalidad de los terneros presentados y un 93 %, aproximadamente (de media), del ganado vacuno mayor presentado.

CUADRO 4
Destino de los animales vendidos en el Mercado Nacional de Ganados de León.
Distribución por Comunidades Autónomas

Comunidad Autónoma	Para vida		Para abasto		Terneros		Total	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Castilla-León	5.731	31,31	6.219	39,59	7.721	15,16	19.671	23,16
Galicia	7.908	43,20	3.592	22,87	1.070	2,10	12.570	14,80
Asturias	1.989	10,87	1.545	9,84	6.861	13,47	10.395	12,24
Cantabria	1.307	7,14	858	5,46	1.943	3,81	4.108	4,83
País Vasco	1.131	6,18	2.881	18,34	473	0,93	4.485	5,28
Rioja	15	0,08	31	0,20	880	1,73	926	1,09
Navarra	107	0,58	—	—	4.205	8,26	4.312	5,08
Aragón	33	0,18	—	—	1.368	2,69	1.401	1,65
Cataluña	19	0,10	333	2,12	19.804	38,88	20.156	23,73
País Valenciano	10	0,06	60	0,38	693	1,36	763	0,90
Murcia	7	0,04	84	0,53	3.297	6,47	3.388	3,99
Madrid	6	0,03	79	0,50	490	0,96	575	0,68
Castilla-La Mancha	27	0,15	15	0,10	650	1,28	692	0,81
Extremadura	14	0,08	11	0,07	1.465	2,88	1.490	1,75
Andalucía	—	—	—	—	12	0,02	12	0,01
Total	18.304	100,00	15.708	100,00	50.932	100,00	84.944	100,00

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 5
Distribución provincial de los animales vendidos en el Mercado Nacional de Ganados de León con destino a la Comunidad de Castilla-León

Provincias	Para vida		Para abasto		Terneros		Total	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
León	4.566	79,69	5.005	80,84	4.269	55,29	13.840	70,35
Ávila	29	0,50	—	—	1.115	14,44	1.144	5,82
Burgos	47	0,82	66	1,06	397	5,14	510	2,59
Palencia	300	5,23	433	6,96	171	2,21	904	4,60
Salamanca	59	1,03	48	0,77	60	0,78	167	0,85
Segovia	21	0,36	—	—	81	1,05	102	0,52
Soria	16	0,28	—	—	295	3,82	311	1,58
Valladolid	309	5,39	431	6,93	849	11,00	1.589	8,08
Zamora	384	6,70	236	3,80	484	6,27	1.104	5,61
Total	5.731	100,00	6.219	100,00	7.721	100,00	19.671	100,00

Fuente: Elaboración propia.

3.º En estas condiciones podemos, feacientemente, establecer la potencia exportadora provincial de animales vacunos de todo tipo, que resulta ser de un 77 %, aproximadamente, de los animales que ingresaron en el recinto durante el año 1982 y un valor absoluto de más de 70.000 animales. El destino de los mismos es distinto según el tipo de animal que se considere:

a) El ganado vacuno mayor para vida se destina sobre todo para zonas ganaderas del norte y del noroeste de la península, siendo las mayores cifras las de Galicia, Asturias, Cantabria y País Vasco.

b) Los animales de abasto tienen los mismos destinos, pero concentrándose sobre todo en Galicia y País Vasco, que reciben entre ambos más del 40 % del total.

c) En cuanto al mercado de terneros para vida, las mayores cifras de transferencias corresponden a Cataluña, Navarra y Murcia, aunque a lo largo de 1982 los terneros de León estuvieron presentes para su engorde y transformación en todas las Comunidades Autónomas peninsulares.

RESUMEN

Se ha estudiado durante el año 1982 la estructura del Mercado Nacional de Ganados de León como una aportación al conocimiento de la comercialización ganadera de la zona. La oferta, las ventas y el destino de los animales objeto de transacción comercial son sucesivamente analizados desde un punto de vista dinámico y geográfico.

STUDIES ON THE LIVESTOCK MARKET OF LEON (Spain) I. STRUCTURE OF THE CATTLE MARKET

SUMMARY

During 1982 a study has been carried, on the structure of National Livestock Market of León as a aportation to the knowledge of livestock merchandising in this place. The supply, sale and destins of the animals sold are analized under the point of view dynamic and geographic.

BIBLIOGRAFIA

- 1) BAIN, J. S. (1968).—*Industrial organization*. John Wiley and sons, New York: 15-42.
- 2) BARKER, J. W. (1981).—*Agricultural marketing*. Oxford University Press, New York: 18-38.
- 3) BRIZ ESCRIBANO, J. (1972).—Aplicación de los estudios de mercado al caso de la cebolla en la región valenciana. *Revista de Estudios Agro-Sociales*. 21 (81): 61-117.
- 4) MCCOY, J. H. (1972).—*Livestock and meat marketing*. The AVI publishing Company, inc. Westport, Connecticut: 23-39.
- 5) METCALE, D. (1974).—*La economía de la agricultura*. Alianza universidad, Madrid: 91-106.