

## Economía

# Futuro de la carne de conejo en España y en la CEE

A. Gurri Lloveras (\*)

Como acto final del Cursillo de Cunicultura organizado por la firma Extrona -ver Noticiario-, el pasado día 24 de Noviembre tuvo lugar en la Ametlla del Vallés una mesa redonda con el título: "Futuro de la carne de conejo en España y la CEE". En la misma participaron ponentes de España, Francia, Italia y Portugal.

Abrió la sesión D. Jaume Camps, Ex-Presidente de la Asociación Mundial de Cunicultura Científica, refiriéndose al estado actual del sector y a las exigencias del consumidor.

Se refirió al hecho de que el cunicultor de hoy en día no puede permanecer ajeno a las exigencias en cuanto a calidad de la carne producida. Para ello cuenta con las herramientas adecuadas para conseguirlo. Entre éstas cabe destacar la mejora genética, con la finalidad de mejorar las propiedades, calidades y características organolépticas de la carne de conejo. Asimismo no debe olvidarse que también influyen sobre ella el manejo, la sanidad y la alimentación.

Pero no solamente es el productor el único responsable de la calidad del producto que se lanza al mercado, sino que también los transformadores tienen parte en ello. A este nivel es preciso lograr una adecuada higiene en los mataderos, un adecuado peso de los conejos sacrificados -a este respecto hay que destacar que en Francia e Italia las canales alcanzan los 1,3 Kg, con lo que se abre el debate sobre la tendencia a seguir, si mantenernos en nuestro peso o acercarnos a éste, así como poder ofrecer al consumidor una variada presentación comercial -refrigerado, congelado, troceado, etc-. No hay que olvidar que la calidad de presentación influye en la decisión de compra por parte del consumidor. Es por ello que el transformador debe diversificar la oferta y adecuarse a la demanda del consumidor. D. Jaume Camps

apuntó que si bien el conejo congelado sufre cierta reticencia por parte del consumidor, es un producto interesante para establecimientos de restauración a la hora de presentar el plato del día.

Otro factor que influye es el punto de venta, en el que se debe conseguir mejorar la presentación del conejo al consumidor -recomendar una correcta colocación del mismo, ya que la cabeza orientada cara al consumidor deprecia su aspecto-, y un correcto etiquetado en el que se incluya el precio y tipo. Este es un aspecto importante y a veces descuidado, ya que debemos tener en cuenta que el 70% de las ventas del sector se hacen a este nivel.

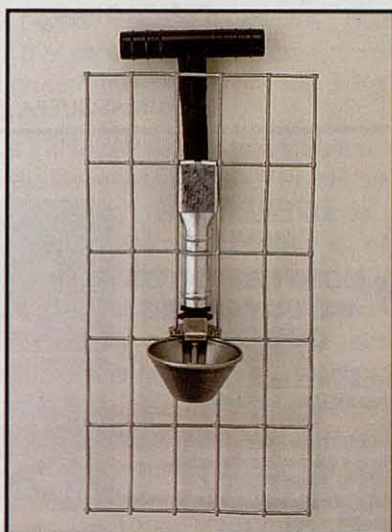
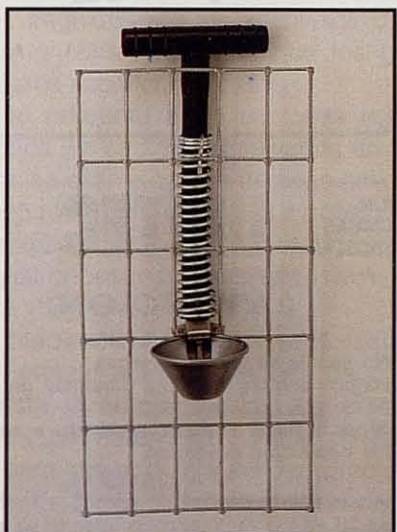
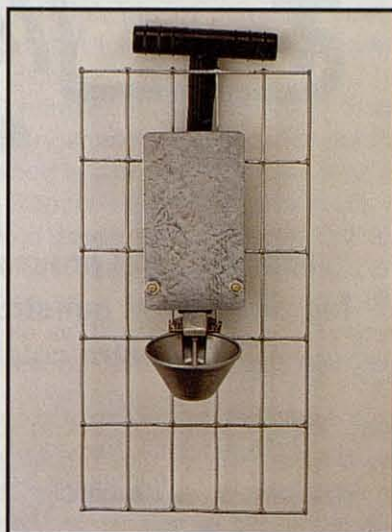
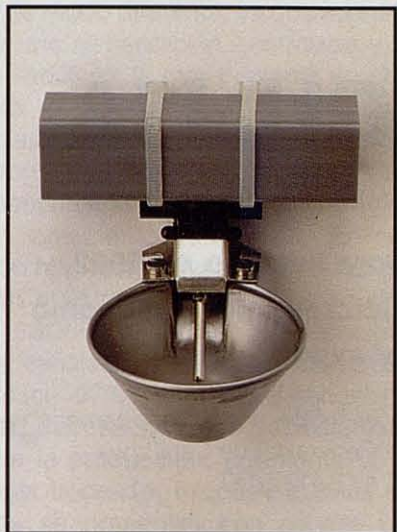
No hay que olvidar en el tema el concurso de la Administración, cuyo papel se centraría en la realización de censos reales con el objetivo de homogeneizar la producción y evitar así los temidos picos y excedentes.

Es importante destacar que la producción de carne de conejo en nuestro país no precisa la importación de materias primas para la alimentación, como ocurre en otros sectores, en los que la dependencia exterior es elevada -este es el caso del pollo y cerdo respecto a la soja y el maíz-. Es, por tanto, una carne que puede ser producida a partir de productos nacionales. Como dato significativo baste decir que si se aumentara el consumo de carne de conejo 1 Kg/habitante y año, esto supondría un ahorro en divisas de 4.000.000.000 pts.

Por todo ello, la carne de conejo precisa publicidad, divulgación y orientación del consumidor. Hay que divulgar sus propiedades respecto a las demás carnes ya que es la más proteica y la menos grasa -la que menos ácidos grasos saturados posee-, y por ello constituye una carne dietética, saludable y apta para todas las edades.

(\*) Dirección del autor: Real Escuela de Avicultura. Plana del París, 14. 08350 Arenys de Mar (Barcelona).

# Si os ocupais de Cunicultura debeis conocer el **BEBEDERO CAZOLETA** **MONTAÑA M-73C**



De fácil instalación. Recipiente de acero inoxidable.  
Materiales resistentes a todo tipo de aguas (sin derrames).  
De apertura directa al beber, lo que garantiza el suministro de agua natural.  
De reducidas dimensiones, pero apto para todas las edades.  
Higiénico. No almacena residuos.

**Una amplia experiencia y continuada investigación avala  
nuestros productos**

**MONTAÑA**

**MATERIAL AVICOLA Y CUNICOLA MONTAÑA**

Dr. Codina Castellví, 4

Teléfono 977-31 11 72

43201 REUS (España)

Explotación Cunicola

Granjas de Selección



**Producto del proyecto de mejora iniciado en 1982,  
les ofrecemos nuestros reproductores «HC», así como  
nuestra colaboración y experiencia.**

Acreditada como Explotación Cunicola de Selección por el Departament  
d'Agricultura, Ramaderia i Pesca, de la Generalitat de Catalunya  
(Orden del 5-11-84), con el n.º B/422/00.

**Técnicas Cunicolas, S. A.**

CAN LLOPART

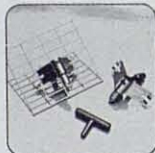
Afuera, s/n

Tel. 772 56 89

08783 MASQUEFA (Barcelona)



**BEBEDEROS  
VALVULA  
COMPLEMENTOS  
INSTALACIONES  
CUNICOLAS**



- \*BEBEDEROS VALVULA EN ACERO INOXIDABLE, PARA CONEJOS.
- \*BEBEDERO N° 1 para acoplar a tubo rígido o a alargadera de nylon.
- \*BEBEDERO N° 2 con MUELLE UNIVERSAL para manguera de Ø 10 y sujeción malla.
- \*10 AÑOS DE GARANTIA.



\*TUBERIA RIGIDA PVC 22x22 (largos de 2m y a medida)

\*CONECTORES FINALES tubo rígido Ø 10 y 19 mm.

\*BALANZA PESAR CONEJOS, cap. 10 kg con cesta.

\*DEPOSITO REGULADOR PRESION AGUA, CON BOYA, cap. 8 litros.

\*TAMBIEN FABRICAMOS BEBEDEROS PARA AVES Y PORCINO.



Para mayor información contacte con

**Buscamos  
Distribuidores**

**LEADER**

PRODUCTOS AGROPECUARIOS, S.A.  
IMPORT/EXPORT

Paseo de Cataluña, 4  
43887 NULLES (Tarragona)  
Tel (977) 60 25 15 y 60 27 23  
Fax (977) 61 21 98

UNION  
TECNICAS  
CUNICOLAS

**UNITEC**

Apartado 398  
REUS (Tarragona)  
Tels: (977) 85 02 15  
32 04 14 — 31 60 02

**¡¡ ATENCION !!**

CUNICULTOR:

- No instale su granja a ciegas.
- Hágalo con las máximas garantías de rentabilidad.
- Si ya la tiene en funcionamiento y no obtiene los beneficios deseados,

LLAMENOS:

- tenemos la solución
- en 36 meses recuperación total de su inversión.
- GARANTIZAMOS un beneficio anual neto del 33 %.

Agradeceremos que en la correspondencia dirigida a los anunciantes, citen siempre haber obtenido su dirección de esta revista.

Además, hay que desterrar el concepto que de ella tienen los especialistas en dietética humana, pues la comparan con la de la caza. Esto supone igualar dos tipos de carnes obtenidas de modo diferente, ya que mientras una posee una alimentación controlada y un correcto sacrificio, la otra presenta un sacrificio violento -por disparo- y una alimentación incontrolada, aspectos que repercuten de forma muy importante en la calidad de la misma.

A continuación intervino D. Pedro Costa Batllori, presidente de ASESCU. En su intervención hizo referencia a las cifras de producción en nuestro país, las cuales se sitúan en unas 123.000 Tm anuales. En la presentación de las canales hay un claro predominio del tipo fresco -97%- , respecto al congelado -3%, la mitad del cual procede del extranjero-. Del total de la producción, sólo un 5% se presenta troceado, mientras que las canales enteras se presentan con cabeza y patas, siendo sacrificadas en mataderos pequeños -60%- , seguidos de los sacrificios de autoconsumo -25%- , mientras que los grandes mataderos sacrifican un 15%.

En lo referente a las acciones realizadas por todos los sectores implicados en la cunicultura, se estima que se dedican anualmente unos 25 millones de pesetas a publicidad mediante recetarios, posters, pegatinas, concursos gastronómicos, spots televisivos, prensa escrita y Symposiums.

La tendencia futura del sector debe ser la de intentar aumentar la tasa de consumo mediante la ampliación de los canales de distribución -intentando evitar el lastre del pollo para que adquiera entidad propia-, atendiendo de forma especial al ramo de la hostelería debido al elevado número de comidas que se realizan fuera de casa y, principalmente, basar la promoción en la calidad intrínseca de la carne y en el hecho de que se alimenta exclusivamente con productos naturales.

El siguiente ponente fue D. Carlos Luis de Cuenca, Jefe de los Servicios de Producción Intensiva del FORPPA, refiriéndose a los esfuerzos que ha hecho la Administración para adecuar los censos del sector a la realidad. Prueba de esto será el informe estadístico sobre este sector que publicará el MAPA en noviembre, destacándose en el mismo la tendencia actual de la cunicultura hacia una

mayor industrialización, con el consiguiente retroceso del minifundismo.

Una vez puestos los asistentes al día en cuanto a la situación cunícola española, fueron interviniendo los ponentes extranjeros relatando la situación actual de la cunicultura en sus países.

El primero en hacerlo fue D. Francois Tudela, Ingeniero e investigador del INRA, destacando la disminución que se ha producido en Francia en la producción de carne de conejo desde 1970 -280.000 Tm- hasta 1989 -160.000 Tm-, debida, sobretodo, a la disminución en la producción familiar, que actualmente se sitúa en el 40%. Durante 1989 se importaron de China unas 6.000 Tm de carne de conejo congelada.

La producción de carne de conejo en el país vecino supone un 4% de la producción total, situándose al mismo nivel que la de ovino. Las canales se presentan enteras con un peso cercano a los 1,3 Kg. El troceado en dos partes representa un 8%, mientras que otro 8% se comercializa en 4 ó más partes. El consumo se sitúa en unos 3 Kg/habitante y año.

La FENALAP -Asociación francesa que comercializa unas 40.000 Tm anuales- realizó una campaña publicitaria apoyada por el Gobierno, orientada a cambiar el consumidor tipo, puesto que en Francia el conejo es consumido en su mayor parte por la tercera edad. De este modo se intentó atraer para el consumo a la gente joven, realzando su calidad dietética, saludable y su fácil preparación. Con esta campaña se logró un aumento del 2% en el consumo, lo que se consideró un éxito vista la tendencia de los últimos años, la cual era de franca disminución -un 2 a 3% anual-.

A continuación relató la situación actual portuguesa D. José Manuel Pinho, veterinario gerente de una empresa de productos cunícolas. En Portugal se producen unas 8.000 Tm anuales, con un peso unitario por canal de 1,2 Kg y un consumo de 1,8 Kg/habitante y año, de las que el 90% son canales frescas y el 5- 6% congeladas -Importadas de China, aunque su aceptación es baja pues se presentan sin cabeza ni patas-. A destacar que cerca del 50% de la producción se sacrifica en explotaciones familiares -gran importancia del autoconsumo-, lo



Participantes en la Mesa Redonda. De izquierda a derecha los Sres.: Gualteiro, Tudela, De Cuenca, Camps, García, Batllori, Pinho, y Ruiz.

que señala claramente el tipo de producción predominante actualmente.

Además, en Portugal no existen Asociaciones que puedan realizar campañas de promoción. Es por ello por lo que hay mucho que hacer para incentivar el consumo en este país, como divulgarlo en el punto de venta, en establecimientos de hostelería -actualmente se hace con el cerdo-, realizar jornadas gastronómicas y conseguir una presentación más atrayente -los mataderos están en ello.

El último ponente extranjero fue D. Luigi Gualteiro, Profesor de Cunicultura de la Universidad de Viterbo, señalando que la producción en Italia en 1989 fue de 180.000 Tm, el 20% de las cuales correspondió a producción familiar. Es de destacar que un 10% del consumo de conejo se importa de Hungría -fresco-, mientras que se producen importaciones no controladas de China que desestabilizan el mercado.

El consumo es de 4 Kg/habitante y año, situándose como el 4º sector consumido, por delante del ovino. Las canales pesan 1,3 Kg, siendo la mayor parte frescas y enteras. Actualmente la carne de conejo de desvieje se deshuesa y se hace filetes, con lo que se consigue una carne fácil de preparar y una salida de ésta a un precio mayor.

La presentación en Italia es con cabeza -85%- y el resto troceado -la Ley italiana prohíbe la presencia de patas-. Los sacrificios se realizan en grandes mataderos -60%- sometidas a control sanitario, mientras que un 40% de las canales se sacrifican en pequeños mataderos sin control alguno.

Los gastos de publicidad anuales del sector se cifran en 30 millones de pesetas. Además se piensa realizar una campaña a todos los niveles con un presupuesto de 100 millones anuales y con una duración de 3 años.

Acto seguido tuvo lugar una rueda de preguntas por parte de los asistentes a los conferenciantes. A continuación destacamos algunos comentarios realizados por los mismos sobre algunos temas comunitarios que merecen ser citados:

-La CEE importa unas 70.000 Tm de países terceros, principalmente de países del Este. Esto indica que es deficitaria en carne de conejo, lo cual resulta interesante si se tienen en cuenta que los países del Este sufrirán un aumento en la demanda interna de estos productos debido a los cambios que se están produciendo en estos países.

-En los países del Benelux y Dinamarca no hay apenas consumo, sin embargo son grandes productores de porcino, lo cual está planteando graves problemas de polución am-



# COPELE

instalaciones ganaderas

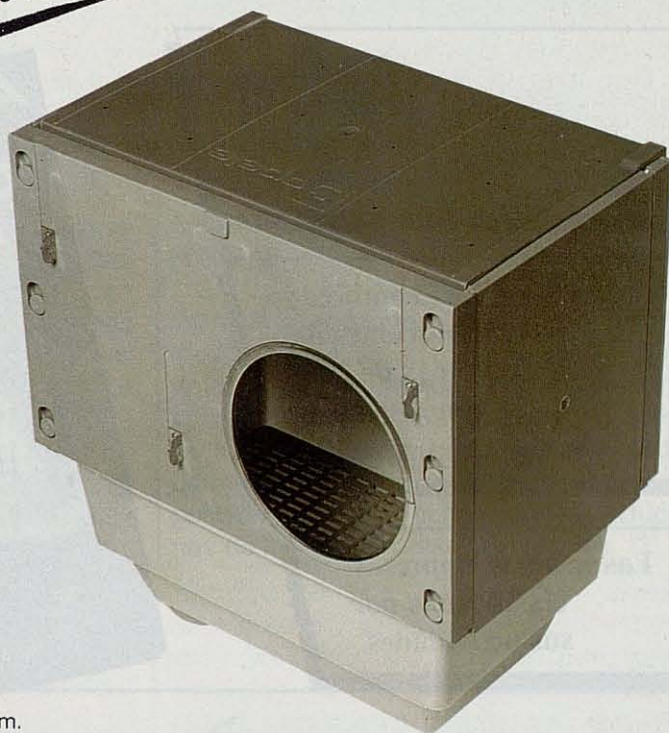


La mortandad de gazapos en el interior del nido supone un 20% de bajas. Podrá reducirla considerablemente y obtener mayores beneficios.

## TERMONIDO

*LANZAMOS SOLUCIONES*

Por fin han pensado en nuestro confort.



Cod. 10112 - TERMONIDO  
DIMENSIONES: 40 x 25 x 29 cm.

- Construido con Poliestireno de Alto Impacto y protecciones en acero inoxidable.
- Por su condición termo estable proporciona un cálido contacto a los animales y una agradable manipulación.
- Higiénico, de muy fácil limpieza y total desinfección (resistencia total al agua fuerte y ácidos).
- Se monta y desmonta fácilmente y sin tornillos.
- Mejora la seguridad al eliminar filos cortantes.
- Adaptable a cualquier jaula.



Fácil extracción de la cubeta por sistema de corredera.

Sistema de puerta de guillotina facilitando el manejo de la camada.



**Tenga siempre a mano  
todo lo que puede requerir  
de la Cunicultura**

39 tablas +  
10 figuras de  
información  
técnica.

Los nombres y  
direcciones de  
más de 200  
empresas del  
sector.

Las mismas empresas,  
clasificadas por  
sus actividades.



Pedidos a: Real Escuela de Avicultura. Plana del Paraíso, 14  
08350 Arenys de Mar (Barcelona) Tel: 93-792 11 37



D. .... calle .....

D.P. .... Población ..... Provincia .....

desea le sea(n) servido(s) ..... ejemplar(es) del ANUARIO 90/91 DE LA CUNICULTURA ESPAÑOLA,  
efectuando el pago de su valor (300 Ptas/ejemplar) como se indica más abajo (\*).

..... a ..... de ..... de .....

(\*) Ponga una cruz en el sistema elegido:

- talón adjunto       contra reembolso (cargando  
100 Ptas. por gastos de correo)
- giro postal

biental. Este hecho podría hacer que cambiaran el tipo de producción a la de conejo si, como se espera, aumenta la demanda en la CEE de la misma. Estas producciones en estos países no irían destinadas al consumo propio, sino a la exportación dentro de la CEE.

Finalmente y como clausura del acto intervino D. Joan García, presidente de COPCA, destacando la circunstancia de que estamos en un momento de cambio en el que hay que

adecuar nuestras actuaciones frente al nuevo mercado de 350 millones de personas.

Señaló asimismo el hecho de que deben ser las Asociaciones las que encaucen los objetivos y necesidades del sector. En sus propias palabras dijo: "Hay que hacer bloques conjuntos para tomar medidas conjuntas". Para ello, el origen de las iniciativas debe ser la economía privada. □

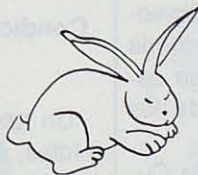
## V Jornadas de Investigación Cunícola. (Viene de página 10)

en las que los asistentes pueden interesarse y dialogar directamente con el autor del trabajo. Asimismo permite no sobrecargar en demasía las exposiciones de comunicaciones del primer día, brindando la oportunidad a los autores de trabajos para poder presentarlos personalmente.

Una vez finalizados todos los actos de trabajo, tuvo lugar el acto de clausura a cargo del Sr. C. Combes, Presidente de la Federación Nacional de Uniones Regionales de

Agrupaciones de Productores de Conejos - FENALAP.

Se trató, en definitiva, de dos jornadas intensas y apretadas, cuya organización fue modélica y en la que todos los asistentes tuvimos la oportunidad de conocer los últimos trabajos y experiencias realizadas en nuestro sector, de la que nuestros lectores podrán beneficiarse ya que en este número y en posteriores iremos incluyendo las traducciones de los trabajos más interesantes. □



### AGENTES DE ESTA REVISTA EN EL EXTRANJERO

<b>Argentina:</b>	Librería Agropecuaria, S.R.L. - Pasteur, 743 Buenos Aires.
<b>Chile:</b>	Bernardo Pelikan Neumann. Casilla 1.113 Viña del Mar
<b>Panamá:</b>	Hacienda Fidanque, S.A. Apartado 7.252 Panamá.
<b>Uruguay:</b>	Juan Angel Peri. Alzaibar 1.328 Montevideo.