

**SITUACION ACTUAL DE LA
CUNICULTURA
EN ESPAÑA, POR C.C.A.A. Y
EN RELACION CON LA U.E.
PERSPECTIVAS DE FUTURO**

JORNADAS PROFESIONALES DE CUNICULTURA 2.003 - TORTOSA

Jaume Camps

**Veterinario - consultor cunícola
ex Presidente de la ASESCU, y de la WRSA**

RELACION DE “TEMAS DE INTERÉS”

- 1) DIFICULTADES EN EL CONOCIMIENTO DEL CENSO.
- 2) DESDE EL MUNDIAL, HASTA LOS DE CADA **C.C.A.A.**
- 3) DIFERENCIAS, EN SACRIFICIO Y EN CONSUMO, POR CADA AUTONOMÍA ESPAÑOLA
- 4) SITUACION GENERAL ENTRE LOS PAISES MEDITERRÁNEOS.
- 5) DIVERSOS PESOS DE SACRIFICIO. ¿HAY QUE AUMENTARLO?.
- 6) EVOLUCIONES DEL PRECIO DE LONJA. OFERTA / DEMANDA.
- 7) PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD. COSTE, Y PROMOVER UN ÚNICO DISTINGO DIFERENCIAL.
- 8) POLÍTICA AGRARIA COMÚN (PAC), AYUDAS **UE**, Y **C.C.A.A.**
- 9) PROPUESTAS **UE** SOBRE CONFORT, DE MEDICAMENTOS Y CONTRA POLUCIÓN.

- **1) DIFICULTAD EN CONOCER EL CENSO:**
- **PRECISAN ESTUDIOS DE MERCADO**
- **SON DATOS IMPRESCINDIBLES**
- **LOS ULTIMOS SON LOS DE LA “E.N.C. 99”**
- **CON ERRORES EN LA HOJA DE LA ENCUESTA**
- **VALORACIÓN EXCESIVA DE MINIFUNDIO SOLO COMO**
- **“ESTIMACIÓN”**
- **PERO, ¿ ESTÁN TODAS LAS GRANJAS INSCRITAS ?**

- **2) CENSO AÑO 2.000 VARIOS PAISES:**
- **DESDE EL CONGRESO DE ROMA, EN 1.984, HASTA HOY**
- **ALGO REDUCIDOS POR LA LÓGICA SOBREVALORACIÓN**
- **VARIACIONES SEGÚN AUTORES, POR DIFICULTAD EN**
- **LA METODOLOGÍA**

COMPARACION PRODUCCIONES Y CONSUMOS DE CARNE DE CONEJO, A NIVEL MUNDIAL (en miles Tm)

• PAISES (año 2.000)	MILLONES HABITANTES	PRODUCCION CONSUMO	CONSUMO Kg / CAPITA
• ITALIA	58	230 + 5	4,05
• ESPAÑA	40	135 - 5	3,25
• FRANCIA	59	84 + 4	1,49
• PORTUGAL	10	17 + 3	2,00
• EUROPA 15	378	520 + 20	1,43
• CHINA	1.300	355 - 25	0,25
• EL MUNDO	6.150	1.180 + -	0,19

(estim. J, Camps)

PRODUCCIONES CUNICOLAS (EN %) EN LAS OCHO C.C.A.A. MAYORES

DATOS DEL M.A.P.A.	1997	ENC 1999	
CATALUÑA	33,1	30,1	1
ARAGÓN	14,4	11,1	3
GALICIA	13,8	<u>6,9</u>	5
VALENCIA	9,2	7,7	4
NAVARRA	8,9	<u>2,0</u>	7
CASTILLA Y LEON	7,5	6.0	6
CASTILLA-LA MANCHA	5,5	<u>22,4</u>	2
EUSKADI	4,3	<u>1,9</u>	8
TOTAL 8 COMUNIDADES	96,7	88,1	
RESTO 9 COMUNIDADES	3,3	11,9	

- RESULTADOS ENCUESTAS SEGÚN ENC 99 (ver el resumen)
- 1.676.000 PLAZAS CONEJAS EN MINIFUNDIO (**56 %**)
- 1.307.300 EN GRANJAS INDUSTRIALES (+ DE 20)
- **TOTAL PLAZAS 2.983.300**
- SEGÚN ESTRUCTURA PRODUCTIVA 1.555.090 EN GRANJAS
- **TOTAL PLAZAS 3.231.000.**
- SEGÚN EL D.A.R.P. SOBRAN 360.000 DE LAS CALCULADAS, CON EXCESO, PARA CATALUNYA. ASIMISMO SOBRE EL TOTAL.
- *LOS ESTRATOS, SEGÚN NÚMERO DE PLAZAS DE CONEJAS MADRES, DAN PROMEDIOS BAJOS POR ESTRATO, (**23** PLAZAS), POR LA ALTA PROPORCIÓN ESTIMADA DE MINIFUNDIO.*
- *PERO, DAN UN PROMEDIO MUY ALTO, EN EL ESTRATO MAYOR, POR SOBRE DE 400 (**833** PLAZAS CONEJAS MADRES).*
- *EL PROMEDIO, SIN MINIFUNDIO, SON **245** PLAZAS POR GRANJA*

ESTRUCTURA NUCLEOS SEGÚN ESTRATO, Y N° CONEJAS POR ESTRATO (SEGÚN ENC 99)

	<u>MINIFUN.</u>	<u>20-99</u>	<u>100-399</u>	<u>> 400</u>	<u>TOTAL</u>
• N° NÚCLEOS	111.700	2.400	2.910	1.026	<u>118.036</u>
• PROM.PLAZ./NUCL.	15	43	205	833	<u>27,4</u>
• TOTAL PL. (. 000)	1.676.	103.	597.	855.	<u>3.231.</u>
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>					
• <u>SIN MINIFUNDIO:</u> N° NUCLEOS					<u>6.336</u>
• PROMEDIO CONEJAS / NÚCLEO					<u>245</u>
• TOTAL PLAZAS EN GRANJA > 20					<u>1.555.000</u>
<p>• CON EL MINIFUNDIO, REPRESENTARÍA EL <u>1 %</u> DEL TOTAL DE FAMILIAS, SOLO LAS GRANJAS, EL <u>0,05 %</u> DE LAS FAMILIAS ESPAÑOLAS.</p>					

SACRIFICIO DE CONEJOS EN MATADEROS EN LAS OCHO C.C.A.A. MAYORES (ENC 99)

• Nº MATADEROS		Sacrificio total	Promedio
• <u> </u>	CCAA	60.272 Tm	por matad.
• <u> </u>			
• 47	CATALUÑA	16.464 (27,3 %)	350
• 14	ARAGÓN	8.420	601
• 4	GALICIA	7.525	1.881
• 15	VALENCIA	5.746	383
• 7	NAVARRA	4.286	612
• 15	CASTILLA Y LEON	5.358	357
• 11	CAST.-LA MANCHA	5.403 (8,9%)	491
• <u> 8</u>	<u>EUSKADI</u>	<u>1.782</u>	<u>223</u>
• 121 / 150	TOTAL 8 CCAA	54.984 (91,2 %)	454 / 402
•	<u>¿HAY 75.000 Tm, QUE NO PASAN POR MATADERO?</u>		

- EL 54 % DE LOS SACRIFICIOS SE REALIZAN EN TRES C.C.A.A.
- SOLO EL 45 % DE LOS CONEJOS PASAN POR MATADERO (?)
- GALICIA, SIENDO 2ª EN PRODUCCIÓN Y 3ª EN SACRIFICIO, ES ÚLTIMA EN CONSUMO (?) (¡ERROR !ver gráfico en el resumen)
- CITA LA ENC 99 UN CONSUMO PER CAPITA DE 1,5 Kg (pasado por matadero) MENOS DE LA MITAD DEL GLOBAL...
- VAN DESDE CONSUMOS DE 3 Kg PROMEDIO (SOLO NAVARRA) HASTA ALGUNAS C.C.A.A. CON MENOS DE 1 KgAL AÑO.
- ***HAY MÁS FACILIDAD DE CRECER (CON LIGERO AUMENTO EN LAS C.C.A.A. DE MENOR CONSUMO) QUE PENSANDO EN EXPORTAR A TERCEROS PAÍSES (!!!!!)***
- **4) SITUACIÓN GENERAL Y DIFERENCIAL EN PAÍSES MEDITERRÁNEOS**
- PRESENTACIONES EN ALCAÑIZ. PERDIMOS OPORTUNIDAD DE PROYECTO CONJUNTO

COMPARACIÓN CONSUMOS, TENDENCIAS, Y PESOS DE SACRIFICIO, EN LOS 4 PAÍSES PRINCIPALES

- -----
- 1975 / 2000 ITALIA ESPAÑA FRANCIA PORTUGAL
- MILES Tm 135 / 235 70 / 130 190 / 88 16 / 17
- PER CAPITA 2,3 / 4,05 1,8 / 3,25 3,3 / 1,49 1,9 / 2,0
- IMP / EXPORT + 40 / + 5 +2 / - 5 - 3 / + 4 + 2 / + 3
- TENDENCIA INCREM INCREM DESCENSO IGUAL
- PESO DE SACRIF 2,6 2,0 2,4 2,2
- -----

- **ITALIA, ESPAÑA, FRANCIA Y PORTUGAL**

- LUGAR PREPONDERANTE EN CADA PAÍS
- INTERCAMBIO IMPORT / EXPORTACIÓN
- MANEJO, Y TIPOS DE PRODUCCIÓN
- EVOLUCIÓN PRECIOS, Y SISTEMA DE LONJAS
- PESO CANAL, Y NORMATIVA DE DISTRIBUCIÓN.
- PRESENTACIONES, Y PERSPECTIVAS FUTURAS

- **RESUMEN**

- RESULTADOS GESTIÓN, PUNTEROS EN TODOS LOS PAÍSES
- NECESIDAD DE ESTUDIOS DE CONSUMIDORES
- **“GESTIÓN TÉCNICA ECONÓMICA”** RESULT. PARECIDOS
- PERO, ¿ PORQUÉ BAJA EL CONSUMO EN FRANCIA ?

- **5) DIVERSOS PESOS DE SACRIFICIO EN CADA PAÍS.**
- ¿SERÍA MEJOR UN SOLO PESO ? ¿EL ACTUAL ESTÁ DE ACORDE CON EL POTENCIAL GENÉTICO ? ¿OBTENDRÍAMOS MÁS BENEFICIOS, AUMENTÁNDOLO ? ¿SERÍAN MÁS LAS VENTAJAS, O LOS INCONVENIENTES ?
- **NO DEBEMOS ACEPTAR QUE, DESDE OTROS PAÍSES, CRITIQUEN NUESTRO PESO, NI QUE CITEN, COMO “CANAL DE CALIDAD” SOLO A LAS QUE PESEN MÁS....**
- ¿GANARIAMOS A PESOS MAYORES, AL VENDER MÁS Kg ?
- A PESO SUPERIOR, OCUPAN MÁS ESPACIO (33 %), 6 EN VEZ DE 8, Y PRECISAN MAYOR TIEMPO (50 %). $1,33 \times 1,5 = 2$
- **¡ PRODUCIRÍAMOS LOS MISMOS Kg !**
- RESULTA MISMA PRODUCCIÓN “POR NAVE” A PESO DE 2 Kg COMO ELEVANDOLO A 2,66 Kg (!!!). HAY MENOS CONEJAS.
- **¡ A PESO ALTO, HAY MÁS DESVENTAJAS , QUE BENEFICIOS !**

DIFERENCIAS SEGÚN PESO DE SACRIFICIO

- PARA IDENTICA GRANJA CON 2.000 ESPACIOS
- a pesos :--- > **2Kg** **2,66 Kg**
- -----
- **Jaulas maternidad** **1.000** **741**
- **Jaulas gest, y reempl** **300** 30 % **222** 30 %
- **Jaulas engorde** **700** 70 % **1.037** 140 %
- -----

RESULTADOS:

- **MISMA PRODUCCIÓN, (110 Tm DE CONEJO VIVO)**
- **GRAVE PÉRDIDA “CALIDAD DIETÉTICA” (12 / 7)**
- **> CONVERSIÓN, Y > COSTO ALIMENTACIÓN**
- **< ESTIMACIÓN VALOR POR CONSUMIDORES (?)**

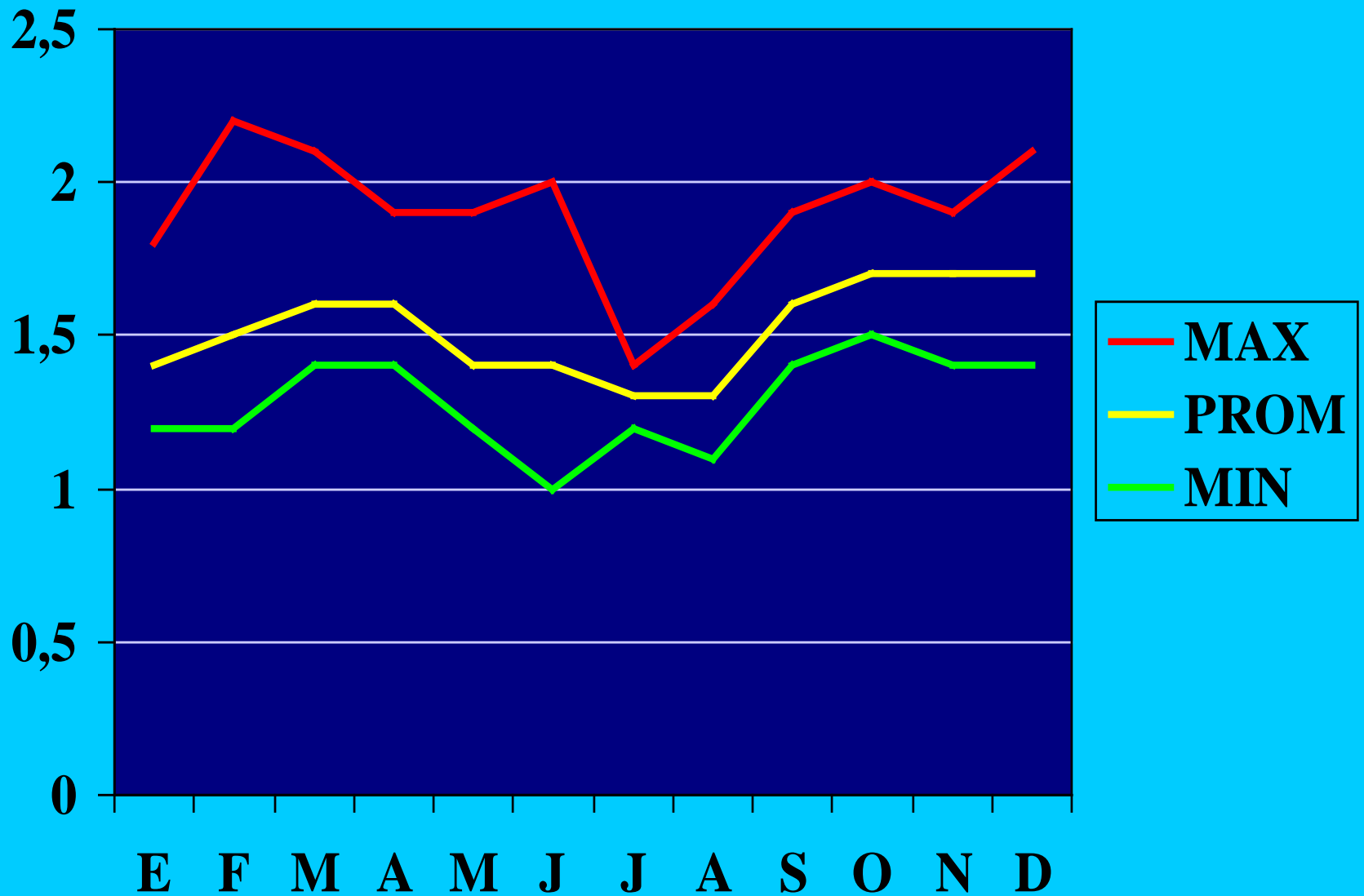
- **6) EVOLUCIÓN PRECIO EN LONJA. OFERTA / DEMANDA**
- EL PRODUCTOR (EN CUALQUIER NEGOCIO), QUIERE UNA COMPENSACIÓN A SU ESFUERZO. ECONÓMICA Y POR LABOR.
- TODO MERCADO SE RIGE POR LA OFERTA Y LA DEMANDA
- LOS PRODUCTOS DE POCO CONSUMO PUEDEN SER SUBSTITUIDOS, FACILMENTE, POR OTROS PARECIDOS
- DEFINIR “COSTES”, O “PRECIOS”, DE PROD. ACABADOS, SIEMPRE ES POR COMPARACIÓN CON LOS SUBSTITUTOS
- LAS COMPRAS DE PRODUCTOS DE CONSUMO DIRECTO, SE DECIDEN ENTRE UN 60 %, Y HASTA EL 90 %, EN EL MOMENTO DE LA COMPRA.
- **NUESTROS COMPETIDORES SON EL CONJUNTO DE CARNES.**
 - *¿CUAL SERÍA EL ORDEN DE PRIORIDADES, SUPUESTAS POR LOS CONSUMIDORES, ENTRE LAS CARNES “COMPETIDORAS”, SEGÚN LAS ESPECIES ?*

COMPARACION ENTRE EL CONSUMO DE CARNE TOTAL EN ESPAÑA, EN PESO CANAL, SEGÚN SU PRECIO DE VENTA

	Miles de Tm	%	per capita
• CERDO	1.750	45,7	43,6 Kg
• POLLO Y AVES	1.020	26,6	25,4 Kg
• CONEJO	130	3,4	3,25 Kg
• RESTO CARNES	930	<u>24,3</u>	23,2 Kg
• TOTALES	3.830	100	<u>95,45 Kg</u>

• ¡ VAN, DESDE LAS MÁS BARATAS (72 %),
• A LAS MAS CARAS, (24 %) EN EL PUNTO VENTA !!

**PROMEDIO PRECIOS LONJAS DE 1.999, 2.000, 2.001 Y 2.002,
CON MÁXIMOS (01) Y MÍNIMOS (02)**

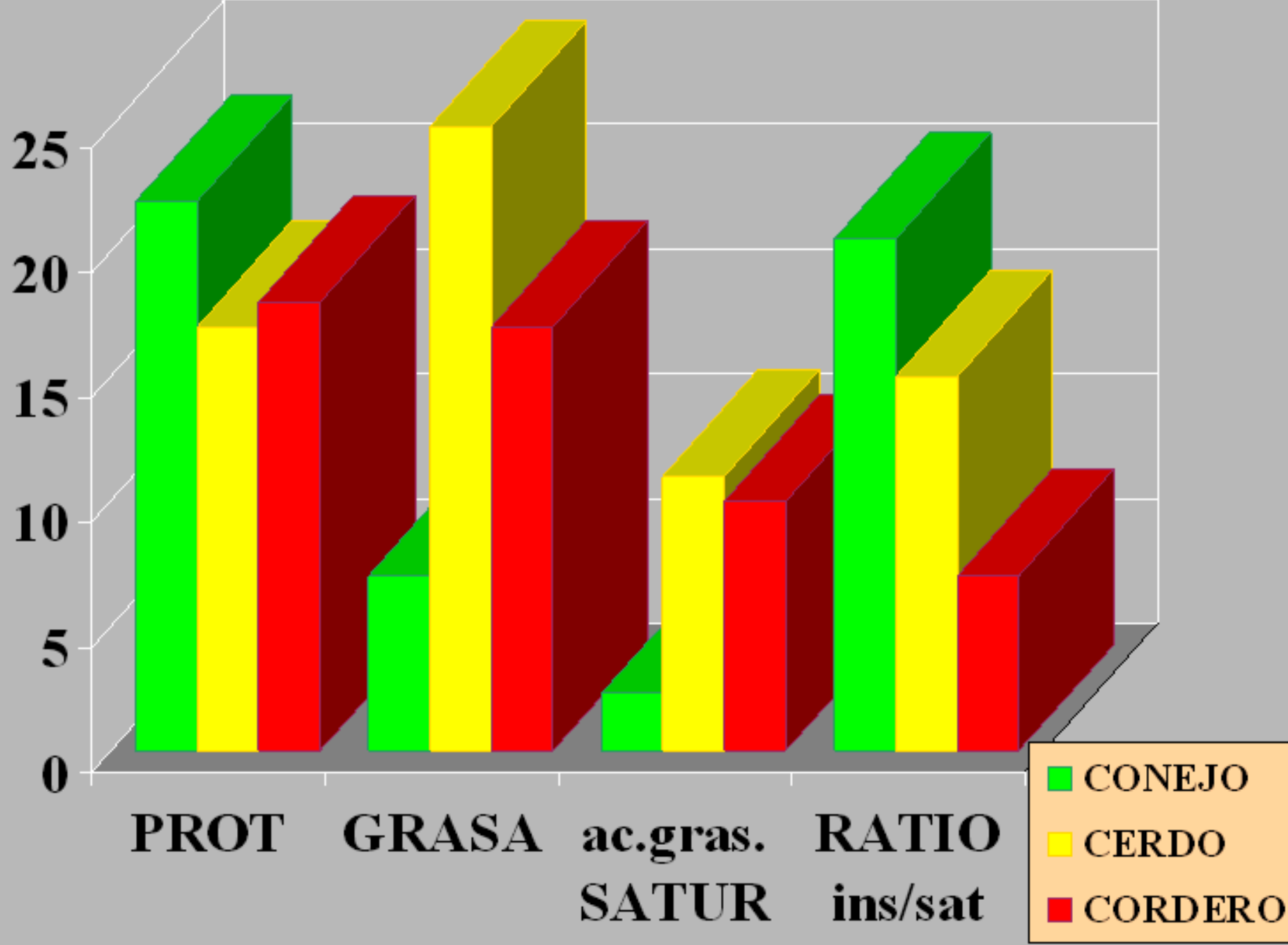


**PRECIOS PERCIBIDOS POR EL PRODUCTOR AGROGANADERO
EN LA CRISIS DEL 2.002, SEGÚN RESUMEN LONJAS POR M.A.P.A.**

(euros / 100 Kg)	2.001	2.002	DISM %
• CEBADA PIENSO	14,49	11,89	18,0
• HENO ALFALFA	10,34	10,43	+ 0,9
• TERNERA	149,83	174,25	+ 16,2
• CORDERO	313,45	272,49	13,1
• LECHONES (UNIDAD)	41,18	31,06	24,6
• CERDO BLANCO	130,19	100,99	22,4
• POLLO GRANJA	85,95	68,85	20,0
• CONEJO	174,25	138,86	20,3

- 7) **PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD. ESTIMAR COSTE. PROMOVER UN ÚNICO DISTINGO DIFERENCIAL.**

- LOS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN SE VALORAN MÁS POR APETENCIAS QUE POR RAZONAMIENTOS.
- ES EL COMPRADOR QUIEN SOLICITA O TOMA EL PRODUCTO.
- CONSUMIMOS **10 CONEJOS / FAMILIA / AÑO** . NO EXISTE POR TANTO UN “HÁBITO EN LA COMPRA”. SE DECIDE EN EL P.V.
- LA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEBE INCITAR AL CONSUMO
- NO DEBEN USARSE DIBUJOS, NI FOTOS, DE LOS CONEJOS
- **LA PUBLICIDAD DEBE DESTACAR UNA CUALIDAD CARACTERÍSTICA, Y MEJOR, SI ES UN DISTINGO EXCLUSIVO.**
- CREO QUE EL DISTINGO MEJOR ES LA CUALIDAD DIETÉTICA.
- PODEMOS COMPARAR CON UNA CARNE “BARATA” Y “CARA”
- LA CARNE DE CONEJO ES EXCEPCIONALMENTE ÓPTIMA EN EL RATIO “ACIDOS GRASOS INSATURADOS vs SATURADOS”.
- COMENTARÉ DOS BUENOS EJEMPLOS DE CARTEL O PÁGINA.



Excelente cartel de FOCCON

La costumbre
más sana.
carne de conejo
una vez a la semana





Cartel ganador del primer concurso ASESCU, en ... 1.978

- LA **PUBLICIDAD** MÁS EFECTIVA ES POR TV. ALTA INVERSIÓN.
- TAMBIEN EN REVISTAS DE COCINA, Y LAS DEL CORAZÓN.
- TAN IMPORTANTE ES LA **PROMOCIÓN Y MERCHANDISING**.
- TENER IDEAS PUBLICITARIAS Y PROMOCIONALES ES LO FÁCIL. MÁS COMPLEJO ES SU CORRECTO USO Y DURACIÓN.
- DIVERSIFICACIÓN: LUGAR EXPOSICIÓN COMO ELABORADOS.
- CON MARCAS CALIDAD, PERO GENERALES Y CON CONTROLES QUE “ASEGUREN” LAS DIFERENCIAS.

- *PARA CRECER EN CONSUMO DE CARNE DE CONEJO Y EN DEMANDA, (MAYOR PRECIO...) CREO ES MUY NECESARIO INVERTIR MÁS EN ACCIONES DE P.Y P. A NIVEL DEL PAÍS.*

- SERÁ POSITIVA LA NUEVA NORMA DE LA U.E. HACIA LA “CALIDAD ALIMENTARIA” Y AYUDAS HACIA SU PROMOCIÓN. SE BARAJAN CIFRAS IMPORTANTES Y DE HASTA 70 % AYUDA.

- **8) POLÍTICA AGRARIA COMÚN , AYUDAS UE, Y CCAA**
- TENEMOS LA “ETIQUETA” DE RURALIDAD, DEL PÚBLICO EN GL, Y DE LA ADMINISTRACIÓN. RECIBIMOS POCAS AYUDAS.
- LA P.A.C. BASA EN AYUDAS A LAS ORG. COMUNES DE MERCADO (OCM). UNAS 20 ACTUALMENTE (LECHE, ALGUNAS CARNES Y CIERTOS PRODUCTOS AGRARIOS).
- EL CONEJO NO ES OCM, SOLO EN ANEXO I. SIGNIFICA QUE NO HAY REGULACIÓN DE SU MERCADO, NI SOBRE PRECIOS NI POSIBLE COMPRA EN MOMENTOS DE SOBREPDUCCIÓN.
- 2ª OPCIÓN DEL PAC: AYUDAS PARA MEJORAS, PARA FORMACIÓN, MEDIOAMBIENTALES, Y **COMERCIALIZACIÓN.**
- A NIVEL NACIONAL, O DE CCAA, DEBEN SEGUIRSE LAS NORMAS DE LA U.E.
- **LO IMPORTANTE PARA EL SECTOR ES QUE SE CAMBIE LA “IMAGEN”, A TODOS NIVELES...**
- “INTERCUN” HACE BUENA LABOR. SU OBJETIVO: CONSEGUIR QUE SE AGLUTINE EL SECTOR, COMO UNA GRAN EMPRESA.

- 9) **PROPUESTAS U.E. SOBRE CONFORT, MEDICAMENTOS, Y POLUCIÓN.**

- **CONFORT Y BIENESTAR ANIMAL :** *LOBBY IMPORTANTE DE PROTECCIONISTAS, ECOLOGISTAS, Y “ANIMAL WELFARE”.*
- *MÍNIMA ACCIÓN ESTATAL, CUANDO DEBIERA SER CONJUNTA.*
- *EL “ÓPTIMO CONFORT” REPRESENTA “MEJORES RESULTADOS” . ESTA DEBIERA SER LA FORMA DE VALORAR.*
- **MEDICAMENTOS Y ADITIVOS:** *MEDIDAS YA VIGENTES, PARA PROD.MEDICACIÓN, Y LOS PREVENTIVOS Y MEJORANTES.*
- *VENTAJA DE LA CUNICULTURA EN SEGURIDAD ALIMENTARIA.*
- **POLUCIÓN O MEDIOAMBIENTE:** *ES UN ASPECTO A MEJORAR EN GENERAL, COMO: ESTERCOLERO (EXCESO POLUCIÓN “N”); TECHADO; Y LA ELIMINACIÓN DE LOS CADÁVERES.*
- *BUENOS RESULTADOS EN ANÁLISIS DEL “PLAN NACIONAL DE INVESTIGACIÓN DE RESIDUOS*



- **PERSPECTIVAS DE FUTURO**

INCREMENTO GRADUAL PRODUCCIÓN Y CONSUMO, SI SE PROMOCIONAN LAS CUALIDADES DIFERENCIALES.

- **VISIÓN DEL SECTOR EN CONJUNTO. COMO GRAN EMPRESA**

- **EN PRODUCCIONES, EXISTE SIEMPRE LA CURVA DE GAUSS**

- **SERÁ IMPORTANTE EL CAMBIO CUANDO TODO EL SECTOR TENGA COMO OBJETIVO PRIMORDIAL, EL OFRECER UNA CARNE DE ALTA CALIDAD, Y QUE ASÍ SEA CONSIDERADA POR LOS CONSUMIDORES.**

- **DESDE LA GENÉTICA, LA NUTRICIÓN, EL MANEJO EN GRANJA, EL AMBIENTE, LA SANIDAD, EL BIENESTAR ANIMAL Y LABORAL, EL SACRIFICIO Y ELABORACIÓN. LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD, Y HASTA LLEGAR A LA DISTRIBUCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, O DE RESTAURACIÓN.**

- **OBJETIVO TAN IMPORTANTE, COMO LA OBTENCIÓN DE COMPENSACIONES ECONÓMICAS A INVERSIONES Y TRABAJO.**