



SITUACIÓN DE CRISIS EN EL SECTOR CUNÍCOLA

Unión de Pequeños Agricultores, UPA



El sector cunícola actualmente se enfrenta a una grave crisis económica.

Sus causas son en algunos casos conocidas y en otras no tanto, entre las causas conocidas cabría señalar la estacionalidad de la producción, debido en parte a un incremento de la producción, basado en el propio ciclo productivo de los animales, que unido al descenso del consumo tras el invierno, provoca un exceso de oferta que conlleva una disminución de los precios. Estos desfases entre oferta y demanda tienen un efecto multiplicador, debido a que se trata de un producto fresco, con un período de caducidad muy corto, evitando así posibles reajustes de la oferta. Una demanda muy sensible, que ante cualquier subida de precios reacciona sustituyendo la carne de conejo por otra, por ejemplo pollo. Esto dificulta traslado del incremento de los costes de producción a lo largo de la cadena alimentaria. Una situación muy grave de diferencia de poder entre los mataderos y los productores, creando unos cuellos de botella que distorsionan gravemente el mercado.

Otras causas que están contribuyendo a la crisis el incremento en los costes, por la subida de los piensos, debido a la subida de la materia prima de los mismos. Los ganaderos cunícolas cuantifican en aproximadamente un 20% el incremento de los costes del pienso. No hay que olvidar que el índice de conversión del conejo es muy elevado, rondando el 4, y con un rendimiento a la canal del 56%. La depreciación del valor del mercado de la piel de co-

nejo, que permitía un sostenimiento de la renta de los productores cuando se producían las situaciones descritas en el punto anterior. La paralización de las exportaciones a terceros países por situaciones similares.

Los costes actuales del productor se sitúan en 1,75 €/kg de carne de conejo vivo, mientras los precios de la lonja a lo largo de este año ha rondado entre 1,38 y 1,46 €/kg, esto ha supuesto un 20% que la media del año anterior, llegando en determinados momentos hasta un 30% como se puede ver en la tabla anexa.

Medidas específicas de cunicultura para solventar los problemas del sector

Medidas a paliar la crisis coyuntural.

- Búsqueda de materias primas sustitutivas.
- Desarrollo y gestión por parte del Gobierno de mecanismos ágiles de regulación de márgenes comerciales.
- Compensaciones a los ganaderos:
 - Compensación por cada kilo de pienso y forraje comprado.
 - Exención de las cuotas de la seguridad social.
 - Medidas fiscales:
 - Reducción de módulos (son del 46% en ganadería).
 - En estimación directa incremento del porcentaje de los gastos de difícil justificación.

Σ Rebaja del IVA en el pienso comprado.
 - Incremento de la bonificación para el seguro de retirada de los cadáveres de explotación.

- Compensación por cese de actividad.
 - Créditos blandos y renegociación de los ya existentes.

- Moratorias en planes de mejora e incorporación.

- Planes integrales de ganadería intensiva. Dentro de los planes integrales será bueno desarrollar ayudas vía desarrollo rural, diferenciación de las carnes procedentes de fuera de la UE, control de las importaciones de terceros países, etc.

- Medidas para incrementar el consumo de carne que permitan subir el precio de la misma. Entre ellas se encuentra la retirada de canales para distribución gratuita en los momentos estratégicos del mercado, por ejemplo en diciembre, campañas de promoción de carne, etc.

- Establecimiento de una Red de Seguridad que permita gestionar las crisis coyunturales de mercado.

- Fondos para registrar moléculas específicas para conejos, debido a que no existen moléculas registradas para esta especie menor, y con la próxima aplicación del Paquete de Higiene, las canales de conejo no se podrían comercializar debido a que por el propio ciclo de los animales (cerca no a los 28 días) no permitiría cumplir la normativa.

- Campaña de valorización social de la figura del ganadero.

Control riguroso de la traslación del aumento de las materias primas sobre el precio al consumidor.

Aprovechando la repercusión mediática de la situación actual, se puede caer en la tentación de repercutir al consumidor un aumento desmesurado del precio de venta al público, que en ningún caso se deba a aumentos correspondientes del precio en origen, recibido por el productor.

Por ello exigimos a la administración que explique claramente las razones de la subida y las consecuencias de las mismas.

Asistimos con gran preocupación a una campaña perfectamente orquestada contra el sector agrario español, donde se nos acusa de ser los responsables de la subida del IPC, de deforestar el planeta y además causar la muerte de millones de personas. Es precisa una campaña institucional para clarificar la situación y defender la profesión agraria.

	2006	2007	% Diferencia
SEMANA	BELLPUIG	BELLPUIG	
1		1,5	
2		1,35	
3		1,35	
4		1,4	
5		1,4	
6		1,5	
7	1,65	1,55	-6
8	1,65	1,55	-6
9	1,75	1,45	-17
10	1,9	1,45	-24
11	2,05	1,45	-29
12	2,1	1,55	-26
13	2,1	1,55	-26
14	2,1	1,65	-21
15	2,1	1,65	-21
16	2,1	1,65	-21
17	2		
18	1,85	1,5	-19
19	1,7	1,5	-12
20	1,7	1,45	-15
21	1,5	1,35	-10
22	1,5	1,3	-13
23	1,55	1,3	-16
24	1,75	1,35	-23
25	1,55	1,35	-13
26	1,55	1,35	-13
27	1,55	1,35	-13
28		1,35	
29		1,35	
30		1,35	
31		1,35	
32	1,65	1,35	-18
33	1,75	1,35	-23
34	1,8	1,35	-25
35	1,8	1,35	-25
36	1,85	1,35	-27
37	1,9	1,45	-24
38	1,95	1,6	-18
Media	1,80	1,45	-19

Fuente: Lonja de Bellpuig. Elaboración Propia.