

# LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL EN EL SECTOR DEL CONEJO

Sabora

Parte del "Estudio: análisis de competitividad del sector cunícola español" elaborado por SABORA, para INTERCUN en noviembre de 2010.



El análisis de la estructura y de las estrategias empresariales es necesariamente complementario del análisis estructural de las fases de la cadena de producción y es fundamental para situar al sector en el conjunto del sistema alimentario e identificar las principales tendencias, así como los mayores problemas, aquí se aborda la dimensión empresarial real del sector, la estructura de su capital, la vinculación a través de relaciones de capital o contractuales de mataderos y explotaciones ganaderas, con la producción de piensos y con empresas de otros subsectores dentro del sistema alimentario, el tipo de relaciones de coordinación vertical existentes y como condicionan el trabajo en cada fase de la cadena de producción, etc. Todo ello visto en conjunto proporciona la información necesaria para el diagnóstico empresarial del sector.

## ANÁLISIS EMPRESARIAL DE LAS FIRMAS PRODUCTORAS DE CARNE DE CONEJO Y TENDENCIAS ESTRATÉGICAS DETECTADAS

La dimensión económica de las empresas productoras de carne de conejo es superior a lo que pone de manifiesto el análisis estructural, que se



## LAS 19 PRIMERAS EMPRESAS EN EL RANKING REALIZAN CERCA DEL 89% DE LA MATANZA DE CONEJOS

refiere a las instalaciones industriales. Según este análisis<sup>1</sup> el primer matadero sacrifica algo más del 11%, los dos segundos el 20% y los 16 primeros cerca del 75%, quedando para los 39 restantes poco más del 25% del volumen total producido<sup>2</sup>. Es decir, la mayor parte de los mataderos son pequeñas estructuras industriales que sacrifican menos de 500.000 conejos al año.

Sin embargo, aunque la mayor parte de las empresas productoras de carne de conejo cuentan con un solo matadero, la existencia de dos empresas con más de un matadero determina que la concentración empresarial sea muy superior a la concentración industrial. Las 19 primeras em-

**Tabla 1:** Estratificación de los mataderos según número de conejos sacrificados anualmente

	Nº de Mataderos	% de Producción
Más de 5 millones	1	11,3%
Entre 4 y 5 millones	2	20,0%
Entre 1 y 4 millones	13	43,1%
Entre 0,5 y 1 millón	9	14,2%
Menos de 0,5 millones	30	11,4%
Total	55	100%

Fuente: INTERCUN

<sup>1</sup> Estos cálculos se han realizado sobre las cifras de sacrificios de INTERCUN, que en 2009 ascendieron a 47.568 miles de animales, para ese mismo año el MARM recogía 42.421 sacrificios en mataderos y 51.330 sacrificios en total, incluido el capítulo "otros sacrificios".

<sup>2</sup> INTERCUN recoge los datos de 54 mataderos, pero incluye conjuntamente los correspondientes a los dos de CUNICARN.

presas en el ranking realizan cerca del 89% de la matanza de conejos, las 12 primeras cerca del 74% y las tres primeras casi el 44%. Se trata por lo tanto de un sector con un nivel relativamente alto de concentración empresarial.

La estratificación empresarial resultante considerando conjuntamente los mataderos de los mismos grupos empresariales es la siguiente:

**Tabla 2:** Estratificación de las empresas productoras de carne de conejo según número de animales sacrificados anualmente

	Nº de Empresas	% de Producción
Más de 11 millones	1	11,3%
Entre 4 y 5 millones	2	20,0%
Entre 1 y 4 millones	13	43,1%
Entre 0,5 y 1 millón	9	14,2%
Menos de 0,5 millones	30	11,4%
Total	55	100%

Fuente: INTERCUN

Es decir, aunque la fragmentación de los establecimientos industriales es muy alta, la realidad empresarial muestra un sector mejor dimensionado, con 19 empresas que controlan casi la totalidad de la producción y tres con una cuota



## LA DIMENSIÓN ECONÓMICA DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE CARNE DE CONEJO ES PEQUEÑA EN EL CONJUNTO DE LAS EMPRESAS CÁRNICAS ESPAÑOLAS

conjunta cercana al 45%. La estructura actual, con un grado adecuado de concentración en el contexto del resto del sistema alimentario español dada la escasa dimensión de este sector, se ha alcanzado a través de un proceso de concentración mediante adquisiciones en algunos casos, cierres o crecimiento mediante la búsqueda de nuevos suministradores. El principal ejemplo de concentración ha sido el proceso desarrollado por el grupo HERMI. Hay que señalar que dentro del grupo líder recientemente se ha producido la crisis de AVICU<sup>3</sup>, cuyas instalaciones estaban gestionadas por Alto Jiloca SL, y el fracaso de algunos intentos de concentración y coordinación de actividades.

Algunas empresas son propietarias de varios mataderos ubicados en distintas zonas productoras, destacando el grupo HERMI, con presencia en Galicia, Castilla y León, Castilla La Mancha, Comunidad Valenciana y País Vasco; también Cunicarn realiza la matanza en más de una autonomía. Las restantes empresas desarrollan su trabajo en una sola autonomía, aunque se abastezcan de conejos en un radio mayor.



<sup>3</sup> AVICU cesó prácticamente su actividad a finales de 2009. Su actividad principal era la producción de carne de pollo, también elaboraba piensos para sus ganaderos y les suministraba otros insumos. La producción de conejo era marginal.



A pesar del proceso de concentración, hay que señalar que la dimensión económica de las empresas productoras de carne de conejo es pequeña en el conjunto de las empresas cárnicas españolas. El Grupo Hermi, el primero del sector cunícola con una facturación de 67 millones de Euros en 2009 (Alimarket), ocupa el puesto 11º en el ranking de las empresas avícolas y cunícolas, donde la primera firma, Corporación Alimentaria Guissona<sup>4</sup>, que trabaja todas las especies y los piensos, facturó ese año 1.079 millones de Euros.

En cuanto a la estructura de capital de las empresas productoras de carne de conejo cabe citar el peso del capital vinculado al sector ganadero y el peso del capital local. En este terreno destacan las siguientes cuestiones:

- La importancia del capital familiar, debido a la alta participación de las familias fundadoras en el capital de la mayoría de las firmas. El proceso de concentración no ha alterado este hecho, así en la mayor empresa se mantiene el capital de varias de las firmas que protagonizaron la fusión.
- Hay un predominio muy acusado del capital español, sólo hay dos empresas dentro del grupo líder con capital extranjero: Rabbit King, que ocupa la posición 20ª en el ranking según número de sacrificios y pertenece a capital chino y Línea Alimentaria SL (posición 21ª ranking) que pertenece a una cooperativa francesa.
- Importancia de las cooperativas, de las que hay tres en el grupo de las 12 empresas líderes, en las que los socios ganaderos son los dueños

del capital y a la vez los suministradores de conejos. En conjunto la cuota de las empresas cooperativas<sup>5</sup> supera el 17% de la producción de carne. Hay que tener en cuenta que existen varias cooperativas que no cuentan con matadero, pero venden conjuntamente.

- Prácticamente no hay presencia del capital financiero en el sector.
- La presencia del sector ganadero cunícola en las empresas productoras de carne de conejo se encuentra por un lado en las cooperativas, en las que los ganaderos constituyen el capital social, y por otro, en algunas de las restantes firmas es muy frecuente que al menos una parte de los accionistas participe en el capital de algunas granjas, tal como sucede en las mayores empresas.

No se ha encontrado presencia de capital de las grandes empresas de piensos multiespecie en el sector del conejo. Por el contrario, si hay algunas firmas productoras de carne de conejo dentro del grupo líder que han creado o adquirido empresas productoras de piensos, de las que detentan todo o la mayor parte del capital, con objeto de vender parte del pienso necesario a sus suministradores de carne. Este proceso no parece que esté incrementándose significativamente, más allá de determinadas iniciativas puntuales.

Son pocas las empresas que compaginan la producción de conejo con la de aves, pollos o pavos: Cooperativa Avícola y Ganadera de Burgos, Línea Alimentaria, etc.,. También hay empresas que pertenecen a grupos empresariales con acti-

<sup>4</sup> Corporación Alimentaria Guissona. Coren y Agropecuaria de Navarra no realizan la matanza del conejo, aunque si lo comercializan. Se suministran a través de acuerdos con empresas incluídas en el grupo de mayores firmas.

<sup>5</sup> 4 según INTERCUN



**EN CONJUNTO  
LA CUOTA DE LAS  
EMPRESAS  
COOPERATIVAS SUPERA  
EL 17% DE LA  
PRODUCCIÓN DE CARNE**

vidad en otros sectores ganaderos, destacando la SAT INCO que pertenece al Grupo Arcoiris. La mayor parte de las empresas del sector centra su actividad en la producción de carne de conejo, lo que por un lado permite un grado de especialización muy alto, pero por otro confiere mayor fragilidad ante los movimientos a la baja de los mercados.

Aunque hay algunos casos de realización de matanza a maquila, en términos generales, esta fórmula está poco extendida en el sector del conejo, situación opuesta a la que se encuentra en el ganado mayor, donde es muy frecuente la maquila. Cabe destacar la existencia de varias cooperativas de productores de conejo que no cuentan con matadero propio, entre las que se encuentran CUNIGALICIA y NARABA.

Cabe señalar algunos casos de grandes grupo ganaderos que no entran

en la producción de carne de conejo, pero mantienen acuerdos con firmas del sector para que se lo elaboren: Corporación Alimentaria Guissona con el matadero de Figuera, AN con Hermi y COREN con COGAL, a todas les interesa tener el conejo en su oferta pero no acometer su producción. Algunas suministran el pienso.

Las relaciones de coordinación vertical establecidas dentro de la cadena de producción de carne de conejo entre las granjas y las empresas productoras de carne se mueven entre los mecanismos de coordinación cooperativa y la situación de libre mercado abierto. Las principales situaciones entre la fase ganadera y la industria cárnica son las siguientes:

- Relaciones entre socios y las empresas cooperativas: se trata de relaciones de producción



**MAQUINARIA PARA MATADEROS DE CONEJOS**

- Aturdidores
- Cortadora de manos
- Cortadora de pies
- Extractoras de piel
- Repeladoras de patas
- Descolgadoras de patas
- Cepillos limpiadores
- Colgadores
- Curvas
- Cadenas
- Piñones cadena
- Grupos motrices



MEVIR, S.A.  
Portugal, 3 - Polígono Industrial - Les Comes  
08700 IGUALADA (Barcelona)  
Tel.: 938 030 649 - Fax: 938 050 461  
mevirs@mevirs.com  
www.mevirsa.com

generalmente muy rígidas, que pueden verse matizadas por el funcionamiento de los órganos de gobierno y el nivel de disciplina. Generalmente la cooperativa realiza la asesoría de la producción ganadera y suministra piensos (propios o adquiridos generalmente con especificación de condiciones), en algunos casos genética (madres, dosis de semen) y otros insumos. Las cooperativas suelen asumir la manutención de los conejos de los socios, aunque algunas sólo venden conjuntamente.

- Relaciones abiertas en el mercado: son las más frecuentes, aunque en la práctica las relaciones son estables entre las empresas cárnicas y los ganaderos suministradores, con acuerdos a medio plazo muy generalizados aunque generalmente no escritos. Estas relaciones se refuerzan cuando la empresa cuenta con granjas de multiplicación y proporciona a sus suministradores de conejo las madres y las dosis seminales (Cunicarn, COGAL, ARACO).
- Relaciones de coordinación vertical más rígidas dentro de grupos empresariales donde las empresas ganaderas y la firma cárnica comparten accionistas.

Efectivamente, parte de las empresas productoras de carne de conejo, sobre todo las más grandes, tienen granjas vinculadas (con accionistas comunes) que aseguran un suministro mínimo de animales al matadero. Por lo general, estas explotaciones son grandes con más de 800 plazas de conejas madres y suelen disponer de instalaciones muy tecnificadas. También hay empresas que tienen un Centro de Inseminación que vende el semen a sus suministradores.

La mayor parte de la producción se vende en canal, con frecuencia envasado y con marca, lo

que ha alargado la duración del producto y, por lo tanto la vida comercial, ofreciendo mejores condiciones de trabajo y mayor periodo de comercialización a los distribuidores. Prácticamente todo el conejo destinado a la gran distribución y una parte del destinado a la tienda tradicional se comercializa envasado, esta modalidad implica un pequeño coste adicional pero mantiene mejor el producto y evita el deterioro.

Se ha iniciado la venta del producto despiezado y en bandejas con atmósfera controlada que se dirigen sobre todo a los lineales de la gran distribución, según la ENC (2007) los mataderos comercializa el 9% de la carne de conejo en piezas, mientras el 90% se vende en forma de canales o medias canales (ENAC). Esta estrategia permite que la carne de conejo entre en el formato auto-servicio y en lineal, ahorrando costes de mano de obra en la tienda, pero implica, además de un mayor coste, cambios importantes, ya que obliga a la existencia de una nueva subfase indus-



**LA MAYOR PARTE DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR PRESENTAN UN GRADO DE ESPECIALIZACIÓN MUY ALTO, PERO ESTO CONFIERE MAYOR FRAGILIDAD ANTE LOS MOVIMIENTOS A LA BAJA DE LOS MERCADOS**





**CARNE DE CONEJO  
EQUILIBRIO Y SALUD:**

Nuevas Evidencias  
Científicas sobre  
Alimentación  
Mediterránea. El  
papel de la carne de  
conejo

**EFFECTO  
"BELÉN ESTEBAN"**

**EX** | Extensión  
de norma

Orden ARM/1677/2006

# INTERCUN

## solicita una nueva Extensión de Norma

## Intercun solicita una nueva Extensión de Norma

El 30 de junio de 2011 concluye el periodo de vigencia de la Extensión de Norma solicitada por INTERCUN y extendida por medio de la Orden ARM/1677/2008. INTERCUN considera que es imprescindible continuar con la labor de comunicar y recordar a los consumidores las excelentes cualidades de un alimento como la carne de conejo, haciendo llegar a éstos la información sobre los extraordinarios beneficios del consumo de esta carne de manera que pueda ser incorporado de forma habitual en la dieta de un mayor número de consumidores,. Además tanto los problemas causados por la mixomatosis como los derivados de la falta de medicamentos con registro específico para conejos son también cuestiones de interés general para el sector cunícola español. Por esto INTERCUN solicitó al Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino la necesidad de extender las normas de aportación económica obligatoria a la totalidad de sus integrantes en el periodo comprendido entre el 1 de julio de 2011 y el 30 de junio de 2014.

La solicitud pasó el periodo de consulta pública y el proceso de autorización por parte del Ministerio de Medio Rural continúa, es probable que durante el mes de abril la nueva orden esté publicada en el Boletín Oficial del Estado y que entre en vigor el próximo 1 de julio de 2011.

La principal novedad de la Extensión de Norma 2011-14 es la inclusión de la obligación de hacer aportaciones a los mataderos de conejo. Ésta será de 0,001 € por cada kilo de conejo vivo sacrificado o comercializado reales, en el caso de que el sacrificio declarado sea menor del estimado por la Comisión de Seguimiento de la Extensión de Norma, estos establecimientos tendrán que aportar una cuota fija de acuerdo con esta tabla:

Otra de las novedades de la Extensión de Norma es que los productores que vendan a establecimientos de otros países estarán obligados a hacer la aportación a modo individual o a través de una agrupación o entidad intermediaria entre el productor y la empresa de transformación.

Los objetivos de la nueva Extensión de Norma son similares a los anteriores:

- Acciones de promoción del consumo de la carne de conejo.
- Acciones para promover la investigación, el desarrollo y la innovación en la especie cunícola.

Respecto al segundo punto se hará mayor inversión en fomentar la Investigación en buscar soluciones al problema de la Mixomatosis, pasando a un segundo plano la cuestión del registro de los medicamentos. También se deja una vía abierta para promover investigaciones sobre otras cuestiones de interés general, en el caso de que las circunstancias del momento lo hagan necesario y el sector, a través de la Comisión Técnica, así lo demande a INTERCUN.

El periodo de vigencia de la Extensión de Norma será de tres campañas, repartidas del siguiente modo:  
 Campaña 1: del 1 de julio 2011 al 30 de junio 2012.  
 Campaña 2: del 1 de julio 2012 al 30 de junio 2013.  
 Campaña 3: del 1 de julio 2013 al 30 de junio 2014.

Teniendo en cuenta la producción de carne de conejo durante los dos últimos años, INTERCUN prevé que por medio de la Extensión de Norma 2011-14 se podrá recaudar en torno a 2,5 millones de euros en las tres campañas. Este dinero será invertido íntegramente en los objetivos establecidos por los fines de la norma.

Rango de sacrificio semanal (nº canales)	Cuota por campaña a aportar		
	Campaña 1	Campaña 2	Campaña 3
MAS 60.001	4.940€	4.940€	4.940€
50.001 --- 60.000	3.380€	3.380€	3.380€
40.001 --- 50.000	2.860€	2.860€	2.860€
30.001 --- 40.000	2.340€	2.340€	2.340€
25.001 --- 30.000	1.820€	1.820€	1.820€
20.001 --- 25.000	1.560€	1.560€	1.560€
15.001 --- 20.000	1.300€	1.300€	1.300€
10.001 --- 15.000	1.040€	1.040€	1.040€
7.501 --- 10.000	780€	780€	780€
5.001 --- 7.500	520€	520€	520€
2.501 --- 5.000	468€	468€	468€
MENOS DE 2.500	312€	312€	312€

# CARNE DE CONEJO: EQUILIBRIO Y SALUD

REVISTA CIENTÍFICA DE NUTRICIÓN

Nº 15 • Enero - Febrero 2011

INTERCLIN 

## Nuevas Evidencias Científicas sobre Alimentación Mediterránea. El papel de la carne de conejo.

### Editorial

Prof. Dr. Josep A. Tur Marí

*Catedrático de Fisiología. Director del Grupo de Investigación en Nutrición Comunitaria y Estrés Oxidativo, Universitat de les Illes Balears, Palma de Mallorca.*

El seguimiento del patrón de Dieta Mediterránea, no sólo en su contenido, sino en su ritmo de comidas y en el número de raciones de cada alimento, es muy beneficioso para disfrutar de una vida saludable. En especial, existen dos aspectos importantes que refuerzan las ventajas de la Dieta Mediterránea: La frugalidad y la diversidad.

La Dieta Mediterránea es una dieta frugal, pues se basa en los productos del campo y del mar, y al mismo tiempo es una dieta energéticamente pobre, con un elevado contenido en fibra, de amplia base vegetal y que proporciona una rápida sensación de saciedad con una ingesta baja en calorías. Esta es una ventaja de la Dieta Mediterránea, ya que a una dieta hipocalórica se aunará una aportación importante de las vitaminas y los minerales necesarios.

La Dieta Mediterránea es, al mismo tiempo, una dieta diversa, pues la frugalidad ha sido tradicionalmente compensada con la imaginación culinaria. La cocina Mediterránea tradicional utiliza un número muy importante de ingredientes en la elaboración de sus platos, por simples que estos sean. A mayor número de ingredientes culinarios, mayor posibilidad habrá de que estén presentes todos los nutrientes necesarios. Otra ventaja estriba en que un mismo nutriente podrá obtenerse desde diversas fuentes, con lo cual habrá una composición nutricional diversificada y rica en matices. Por tanto, la gran efectividad de la Dieta Mediterránea provendrá de su diversidad.

Es decir, aquello que nuestros antepasados más cercanos en el tiempo consideraban un inconveniente, la diversidad y la frugalidad de la Dieta Mediterránea, constituye su principal ventaja.

Se ha demostrado igualmente que la Dieta Mediterránea posee una importante acción antioxidante, debido a las vitaminas, minerales y fitoquímicos contenidos en la gran proporción de alimentos de origen vegetal que conforman esta dieta, evitando o minimizando los procesos de estrés oxidativo, habitualmente asociados a enfermedades cardiovasculares, ciertos tipos de cáncer, diabetes, alzhéimer y otras enfermedades. Se ha sugerido, incluso, que tan importante es el efecto individual de estos compuestos antioxidantes, como lo es su acción sinérgica para obtener efectos beneficiosos para la salud.

El poder antioxidante de la Dieta Mediterránea, no sólo depende del contenido en nutrientes y no nutrientes antioxidantes de los alimentos que la forman, sino también, en la forma de ingerir y cocinar estos alimentos. En general, la Dieta Mediterránea, independientemente de la forma concreta en que se aplique en los diferentes entornos del *mare nostrum*, se caracteriza por consumir alimentos crudos, no cocinados, principalmente vegetales y frutas. Este gusto por el alimento crudo supone que, el contenido en compuestos antioxidantes de estos alimentos no se habrá alterado por acción de la cocción; como tampoco se habrá alterado la estructura de sus ácidos grasos mono y poli-insaturados que, debido a su riqueza en dobles enlaces, también serán un elemento de protección adicional ante la oxidación. Al aunar, además, la provisión de nutrientes antioxidantes junto a una reducción de la ingesta calórica, la Dieta Mediterránea contribuirá poderosamente a alargar la vida.

En la práctica culinaria Mediterránea también se utilizan en abundancia el ajo, la cebolla o el tomate, la base de un buen sofrito, además de otros condimentos como el perejil, la pimienta y diversas hierbas aromáticas, como la salvia, la menta, el hinojo, el romero, el orégano o el tomillo, todos ellos ricos en polifenoles, antioxidantes suficientemente conocidos, que ejercerán su efecto protector a nivel culinario y también digestivo, durante el tránsito gastrointestinal.

Existe una muy amplia variedad de platos españoles que incluyen la carne de conejo, pues no en vano el conejo es originario de la Península Ibérica (de Iberia e Hispania, "tierra de conejos") y su consumo está ampliamente documentado entre los antropólogos de la alimentación desde tiempo pretéritos. Por ejemplo, uno de los platos más tradicionales de la gastronomía balear es el *conill amb ceba* (conejo con cebolla) o guiso de conejo condimentado con aceite de oliva, cebolla, ajo, laurel, sal y pimienta. Es decir, un ejemplo más del matrimonio entre carne de conejo y vegetales con virtudes antioxidantes.

En definitiva, el consumo de carne de conejo y su condimentación con productos vegetales debe considerarse como parte evidente de la concreción local que el patrón de Dieta Mediterránea plasma en las distintas regiones españolas.

### SUMARIO

1. La Alimentación Mediterránea
2. Evidencias científicas sobre Alimentación Mediterránea y prevención de enfermedades crónicas
3. Carne de conejo en la Alimentación Mediterránea
4. Recomendaciones básicas para seguir la Alimentación Mediterránea
5. Conclusiones
6. Receta típica Mediterránea con carne de conejo

## 1. La Alimentación Mediterránea

No existe una única dieta del Mediterráneo, sino semejanzas en cuanto a pautas alimentarias y técnicas culinarias entre los países de la zona mediterránea, las cuales, se caracterizan por la abundancia de alimentos vegetales (frutas, verduras, pan y cereales, patatas, legumbres, frutos secos y semillas); el aceite de oliva como principal fuente de grasa, tanto para cocinar como para aliñar; cantidades moderadas de pescado y carne magra (pollo y pavo, cerdo y carne de conejo) y pequeñas cantidades de carne roja; consumo moderado de productos lácteos (en gran parte queso y yogur); consumo de huevos, la ingesta moderada de vino, normalmente consumidos en las comidas, además de la fruta fresca como postre y un consumo bajo de dulces<sup>1</sup>.

La dieta tradicional del Mediterráneo se caracteriza por presentar un alto contenido en fibra y bajo contenido en grasas saturadas. Sin embargo, las grasas monoinsaturadas tienen una presencia importante, gracias sobre todo al aceite de oliva. La energía de la dieta en forma de lípidos de la mayoría de la población de esta área, varía desde el 33 al 42%. Las proteínas suponen aproximadamente un 15% de la energía de la dieta y el resto, en torno al 50% de la energía, es consumida en forma de hidratos de carbono<sup>1</sup>.

Aunque existen rasgos alimentarios compartidos por todos los países bañados por el Mediterráneo, se encuentran, a su vez, diferencias entre las distintas regiones. Por ejemplo, los españoles se caracterizan por un alto consumo de pescado, los italianos por su gran consumo de cereales, especialmente en forma de pasta y los países mediterráneos del área africana o asiática, se caracterizan por un bajo consumo de vino. En las últimas décadas, las influencias procedentes de países del norte de Europa y América, han provocado significativos cambios en la Alimentación Mediterránea tradicional, tales como un aumento de la energía total de la dieta, un considerable incremento del porcentaje de energía aportado por las grasas y una disminución del porcentaje de energía aportado por los carbohidratos<sup>2</sup>.



## 2. Evidencias científicas sobre Alimentación Mediterránea y prevención de enfermedades crónicas

Tal y como señalan los estudios realizados en las últimas décadas, el consumo reducido de ácidos grasos saturados y la sustitución de éstos por ácidos grasos monoinsaturados, procedentes en gran parte del aceite de oliva, unido al aumento del consumo de alimentos ricos en sustancias antioxidantes (vitaminas E y C, carotenoides y otros compuestos de origen vegetal) como verduras, frutas, frutos secos, cereales, legumbres, aceite de oliva virgen y vino, podrían disminuir el riesgo de padecer aterosclerosis y cardiopatía coronaria<sup>3</sup>. Este cambio de hábitos alimentarios mejora el perfil lipídico en sangre (disminución de los niveles de colesterol LDL y triglicéridos y aumento de los niveles de colesterol HDL). Además, también determina beneficios relacionados con procesos inflamatorios. Por ejemplo; el grado de adherencia a la Alimentación Mediterránea se asocia con menores concentraciones plasmáticas de PCR, IL-6, fibrinógenos, leucocitos o marcadores de la función endotelial<sup>4</sup>. De este modo, se produce una disminución del riesgo de formación de placa de ateroma en las arterias, además de un mejor control en la presión arterial, un aumento en la sensibilidad a la insulina y una mejora en la función endotelial<sup>5</sup>.

Una dieta rica en fibra dietética, que sustituya los cereales refinados por los de

grano entero y que incluya vegetales y frutas, como la Alimentación Mediterránea, también tiene un efecto protector ante las enfermedades cardiovasculares<sup>6</sup> y cerebrovasculares<sup>7</sup>. Asimismo, el consumo frecuente de legumbres, ricas en fitosteroles e isoflavonas, se ha relacionado con un menor riesgo de desarrollo de enfermedad coronaria<sup>8</sup>.

También se ha observado<sup>9</sup> que personas que asumieron el patrón alimentario mediterráneo después de sufrir su primer ataque cardíaco fueron entre un 50% y un 70% menos propensas a sufrir un segundo ataque cardíaco que aquellas que consumieron una dieta occidental. Esto se relacionó con la presencia de ácidos grasos omega-3, incluso en cantidades bajas, procedentes del consumo de pescados grasos (salmón, atún, sardinas...) o ciertos alimentos enriquecidos. Por otro lado, estudios recientes sugieren que el ácido alfa-linolénico (un ácido graso esencial, precursor de la serie omega-3), podría reducir específicamente el riesgo de sufrir muerte cardíaca repentina<sup>10</sup>.

Además, la Alimentación Mediterránea, podría contribuir a la prevención y tratamiento de la obesidad. La Alimentación Mediterránea, debido a su gran variedad de alimentos, puede resultar más apetitosa que una dieta estricta baja en grasa o baja en carbohidratos, y puede ser más efectiva en los objetivos de pérdida de peso y mantenimiento del mismo<sup>11</sup>. También el alto contenido en fibra procedente de cereales, frutas y verduras se relaciona con un descenso significativo del peso y del perímetro de cintura de los que la consumen<sup>12</sup>.

Otro tema en el que la Alimentación Mediterránea puede resultar beneficiosa es en la prevención de algunos tipos de cáncer, como el cáncer colorectal, el de mama, el de próstata, páncreas y útero<sup>12</sup>.

Otras investigaciones sugieren que una dieta rica en granos enteros, verduras, fruta y con un alto contenido en fibra dietética y grasas monoinsaturadas, podría ayudar a mejorar los perfiles de lípidos y glucosa en la sangre. Esto podría llevar al mejor control de la diabetes<sup>13</sup>.

El síndrome metabólico, que se caracteriza por una serie de anomalías que incluyen resistencia insulínica, dislipemia, hipertensión y obesidad abdominal, se relaciona con la aparición de episodios cardiovasculares<sup>14</sup>. La Alimentación Mediterránea, se ha mostrado como una buena herramienta dietética contra el síndrome metabólico<sup>15</sup>.

En definitiva, los individuos que se adhieren a una Alimentación Mediterránea presentan mejoras significativas en su salud, con implicaciones sobre la mortalidad total y la mortalidad por enfermedad cardiovascular, la disminución en la incidencia de enfermedades como el Parkinson y el Alzheimer, y una reducción de la incidencia de algunos tipos de cáncer<sup>16</sup>.

### 3. Carne de conejo en la Alimentación Mediterránea

La carne de conejo ya era un alimento muy apreciado en la antigüedad por las distintas civilizaciones que habitaron la Cuenca Mediterránea debido a su gran versatilidad gastronómica. Admite una

amplia variedad de preparaciones culinarias (asado, a la plancha, salteado, rehogado con verduras, estofado, cocido, marinado, guisado, confitado, frito...) así como numerosos ingredientes (frutos secos, setas, verduras, arroz, legumbres, patatas, pasta, etc.). Además, encaja a la perfección con multitud de hierbas aromáticas tradicionales de la Dieta Mediterránea (laurel, perejil, tomillo, romero, eneldo...) que, a su vez, potencian sus cualidades organolépticas.

La carne de conejo es una carne magra, rica en proteínas de alto valor biológico y caracterizada por su bajo contenido en grasas. Además, su perfil de ácidos grasos es mayoritariamente insaturado (62,13% del total) y posee un bajo contenido en colesterol (59 mg/100 g de músculo) por lo que puede considerarse una carne cardiosaludable.

Es una importante fuente de minerales tales como el fósforo, calcio, magnesio o zinc y vitaminas del grupo B. Al mismo tiempo que destaca su bajo contenido en sodio. Esto, junto con su gran capacidad para ser digerida, debido a su bajo contenido en colágeno y su bajo aporte en grasas, además de su nulo contenido en ácido úrico y escaso en purinas (32 mg/100 g), la convierten en una fuente de proteína ideal en la dieta de toda la población. Así, puede ser consumida por personas de todas las edades (niños, adolescentes, adultos y ancianos) y situaciones fisiológicas (embarazadas y/o deportistas) o patológicas ( personas hipertensas, con dislipemia, hiperuricemia o con dificultades digestivas) dentro de numerosos platos típicos de la Alimentación Mediterránea.

Se recomienda que uno de los platos de las comidas principales consumidas a

lo largo del día, sea de origen proteico. La carne de elección debe ser preferiblemente magra, como el pollo o pavo sin piel, cortes magros de cerdo o la carne de conejo, alternando su consumo con los huevos y el pescado.

Para disfrutar de platos tan sabrosos como sanos y equilibrados es fundamental la variedad y cantidad de cada alimento que se consume y su modo de preparado englobado dentro de unos hábitos saludables. Es recomendable optar por formas de cocinado que no incluyan mucha cantidad de grasa y que esta sea preferiblemente de naturaleza monoinsaturada, como el aceite de oliva, debido a sus evidenciadas propiedades cardiosaludables.

Por su adecuado perfil nutricional, y por ser una carne ideal para combinar con ingredientes de la Alimentación Mediterránea, dentro de infinidad de recetas, la carne de conejo es un alimento adecuado para incluir en una dieta equilibrada, completa y sana para toda la población.



## 4. Recomendaciones básicas para seguir la Dieta Mediterránea

1. Tomar en abundancia alimentos vegetales tales como frutas, verduras, patatas, granos enteros, semillas y frutos secos sin sal.
2. Consumir cantidades moderadas de productos lácteos, preferiblemente desnatados.
3. Consumir cantidades moderadas de pescado y carne magra (pollo y pavo sin piel, cortes magros de cerdo y carne de conejo...), y hasta cuatro huevos a la semana.
4. Utilizar el aceite de oliva virgen como grasa principal en la dieta, reemplazando otras grasas y aceites.
5. Elegir la fruta fresca como postre diario y limitar los alimentos con cantidades considerables de azúcar y grasas saturadas.
6. Elegir alimentos mínimamente procesados, preferiblemente aquellos típicos de la zona y de temporada.
7. Si se elige tomar alcohol, se recomienda el consumo moderado de vino (aproximadamente de 1 a 2 vasos al día para los hombres y un vaso al día para las mujeres).
8. Adoptar hábitos saludables como no fumar y practicar actividad física moderada unas 3 veces a la semana.

## 5. Conclusiones

La Alimentación Mediterránea es rica en frutas, vegetales, frutos secos, cereales no refinados, aceite de oliva, carne magra y pescado, con consumo moderado de productos lácteos y alcohol.

La Alimentación Mediterránea es considerada como un importante factor protector frente a numerosas enfermedades crónicas como las enfermedades cardiovasculares, distintos tipos de cáncer, la obesidad, la hipertensión arterial o la diabetes, entre otros, tal y como muestran numerosos estudios clínicos y epidemiológicos.

La carne de conejo presenta excelentes características nutricionales, un perfil lipídico adecuado y gran variedad culinaria, convirtiéndola en una carne ideal para incluir en numerosos platos de nuestra gastronomía diaria, ya que es una carne que se presta a cualquier preparación en compañía de diversos ingredientes característicos de la Alimentación Mediterránea, con reconocidos beneficios para la salud.

## 6. Receta típica Mediterránea con carne de conejo

### JAMONCITO DE CONEJO RÚSTICO CON VERDURAS

Ingredientes (4 personas):

- Cuartos trasero conejo 4 unidades
- Vino tinto 1 l
- Zanahoria 100 g
- Puerro 100 g
- Patatas 100 g
- Coñac 50 ml
- Ajos tiernos 50 g
- Cebolleta 50 g
- Jengibre 30 g
- Pétalos de flores 10 g
- Romero 10 g
- Piel de naranja 10 g
- Piel de limón 10 g
- Canela en rama 10 g
- Gelatina 6 g
- Orégano 5 g
- Pimienta 5 g
- Enebro 5 g

### Elaboración

Poner los cuartos traseros de conejo en una bandeja honda y sazonar con las especias (romero, orégano, jengibre y pimienta); añadir el vino, el coñac, todas las verduras limpias y cortadas en juliana, el enebro, la piel de naranja y limón y la canela. Dejar que macere 3 horas.

Sacar después las piezas de conejo, marcarlas en la sartén y poner en una cazuela. Los cítricos y todo lo demás del escurrido se dora en una sartén para que tenga un sabor tostado y se añade también a la cazuela del conejo. Tapar con papel grasoso y cocer durante 45 minutos hasta que quede blando.

Hacer un puré con la patata cocida y su propio agua de la cocción; añadir las hojas de gelatinas, dejamos reposar en una bandeja y cortar en bastones.

### Presentación

Poner un poco de verdura asada en el centro del plato y un trozo de conejo; salear (si necesita ligado se puede usar algo de maicena) decorar con los bastones de patata y unos pétalos de flor (opcional).



### Valoración nutricional/ración:

Energía (Kcal)	312
Proteínas (g)	34
Lípidos (g)	8
Ácidos grasos saturados (g)	3
Colesterol (mg)	40
Hidratos de carbono (g)	12
Sodio (mg)	22

Esta receta elaborada con ingredientes típicos de la Alimentación Mediterránea es rica en hidratos de carbono complejos procedentes de la patata, y algunas hortalizas van a aportar buenas cantidades de vitaminas, minerales y sustancias antioxidantes. Además, tiene un valor energético moderado, principalmente por el reducido aporte lipídico. Esto, unido al aporte reducido de grasas saturadas y sodio, dan lugar a una buena propuesta para una dieta saludable para toda la familia.

## Bibliografía:

1. Informe Técnico sobre la Composición y el Valor Nutricional de la Carne de Conejo de Granja. INYTA, Universidad de Granada. 2008.
2. Mataix Verdú J. Alimentación y Nutrición Humana. 2ª edición. Ergón. 2009.
3. Mataix Verdú J. Tabla de Composición de Alimentos. 4ª Edición.
4. Monográfico Carne de Conejo según el Panel de Consumo Alimentario. MARM. Madrid, 2007.

## Referencias:

1. Trichopoulos A, Lagiou P. Healthy traditional Mediterranean diet: an expression of culture, history, and lifestyle. 1997 Nutr Rev 55 (11):383-398. 07.
2. Balanza R, Garcia-Lorda P, Pérez-Rodrigo C, Ananceta J, Buño M, Salas-Salvado J. Trends in food availability determined by the FAO's food balance sheets in Mediterranean Europe in comparison with other European areas. Public Health Nutr 2007; 10(2):168-176.
3. Estruch R, Martínez-González M, Corella D, Salas-Salvado J, Ruiz-Gutiérrez V, Covas M. Effects of a Mediterranean-style diet on cardiovascular risk factors: randomized trial. Ann Int Med 2006; 145: 1-11.
4. Salas-Salvado J, Garcia-Arellano A, Estruch R, Martínez-Sandoval F, Corella D, Fitó M. Components of the Mediterranean-type food pattern and serum inflammatory markers among patients at high risk for cardiovascular disease. Eur J Clin Nutr 2007; 62:851-859.
5. Esposto K, Morolla R, Ciotola M, Di-Palo C, Giugliano F, Giugliano G. Effect of Mediterranean-style diet on endothelial dysfunction and markers of vascular inflammation in the metabolic syndrome. et al. JAMA 2004; 292:1448-1449.
6. Jacobs J, and Gallagher D. Whole grain intake and cardiovascular disease: a review. Curr Atheroscler 2004; 1(4):415-423.
7. Kyungwon Oh, Frank B. Hu, Eunyoung Cho, Kathryn M. Rexrode, Mairi J. Stangler, JoAhn E. Manson, Simin Liu, Walter C. Willett. Carbohydrate Intake, Glycemic Index, Glycemic Load, and Dietary Fiber in Relation to Risk of Stroke in Women. 2005; 181:161-9.
8. Mørch NT, Hu FB, Spiegelman D, Willett WC, Rimm EB, Aschengrau A. Dietary fiber reduces peripheral arterial disease risk in men. J Nutr 2006; 136:100-105.
9. Penny Kris-Etherton, PhD, RD; Robert H. Eckel, MD; Barbara V. Howard, PhD; Sachiko St. Jeor, PhD, RD; Terry L. Bazzano, PhD; for the Nutrition Committee Population Science Committee and Clinical Science Committee of the American Heart Association. Benefits of a Mediterranean-Style, National Cholesterol Education Program/American Heart Association Step 1 Dietary Pattern on Cardiovascular Disease. Circulation 2001; 103:1820-1825.
10. Daan Kromhout, M.P.H., Ph.D. Erik J. Gillay, M.D., Ph.D. and Johanna M. Geleijnse, Ph.D. for the Alpha Omega Trial Group. n-3 Fatty Acids and Cardiovascular Events after Myocardial Infarction. N Engl J Med 2010; 363:2015-2026.
11. Shui L, Schwarzfuchs D, Heitkin V, et al. Weight loss with a low-carbohydrate, Mediterranean, or low-fat diet. N Engl J Med. 2008;359:229-241.
12. Trichopoulos A, Lagiou P, Kuper H, Trichopoulos D. Cancer and Mediterranean Dietary Traditions. Cancer Epidemiol Biomarkers Prev 2010 Sep; 19(9):969-73.
13. Martínez-González M Á, de la Fuente-Arillaga C, Núñez-Córdoba J M, Baserra-Gortá F J, Beunza J J, Vazquez Z, Benito S, Torres A, Bes-Rastrollo M. Adherence to Mediterranean diet and risk of developing diabetes: prospective cohort study. BMJ 2008; 338:1348-1351.
14. Gami AS, Witt BJ, Howard DE, et al. Metabolic syndrome and risk of incident cardiovascular events and death: a systematic review and meta-analysis of longitudinal studies. J Am Coll Cardiol 2007;49:403-414.
15. Salas-Salvado J, Fernández-Ballart J, Ros E, et al. Effect of a Mediterranean diet supplemented with nuts on metabolic syndrome status: one-year results of the PREDIMED randomized trial. Arch Intern Med. 2008;168:2449-2456.
16. Sofi F, Cesari F, Abbate R, Gensini G, Casini A. Adherence to Mediterranean diet and health status: meta-analysis. BMJ. 2008 Sep 11;337:a1344. doi: 10.1136/bmj.a1344.

Publicación especialmente dirigida a profesionales de la salud ofrecida por cortesía de:

INTERCUN



Organismo Interdisciplinario de Nutrición



Extensión de norma

Norma ANA-147/2008

Para más información:

CENTRO DE INFORMACIÓN NUTRICIONAL

902 995 681

www.intercun.org

centrodeinformacionnutricional@intercun.org





**FOCCON**

Fomento del consumo de la carne de conejo



**Carne de Conejo:  
Sana y Natural**

FOCCON AIE: Telf.:943 083 877  
admin@intercun.org



Extensión de Norma de

**INTERCUN**

En caso de que le surja alguna duda sobre la Extensión de Norma, para solucionarla, deberá ponerse en contacto con la empresa de la transformación a la que vende su producción o con los representantes de las asociaciones de productores más próximos a su explotación.

**INTERCUN**

ofrece una nueva línea de

**ATENCIÓN TELEFÓNICA**

en la que se podrá consultar los **precios por kilogramo de conejo vivo** acordado semanalmente por productores y mataderos, en las principales áreas geográficas.



**902 500 597**

**INTERCUN INFORMA**

es una publicación de la Organización Interprofesional Eúrica INTERCUN.

Para más información:

Intercun C/ José Arceche 21

Azpeltia (Gulpozoa)

Tel.: 943 083 877

www.intercun.org - admin@intercun.org

**EX** Extensión de norma  
Código 999/1571/2005

trial, el despiece y embandejado, que suele hacerse en las instalaciones anexas a algunos de los principales mataderos, aunque hay también algunas salas de despiece autónomas que suelen pertenecer a industrias cárnicas que no tienen matadero y realizan la matanza a maquila. La mayor parte de las empresas líderes del sector cuentan con sala de despiece, entre ellas las que ocupan las cinco primeras posiciones en el ranking según volumen de matanza. Cabe mencionar que la crisis de consumo actual ha hecho retroceder la venta de producto despiezado en todas las carnes.

La presencia de platos preparados en el sector es muy pequeña y sólo se han localizado un número muy pequeño de firmas que lo acometen. El recurso al congelado del conejo es muy bajo, según la ENC menos del 2% se comercializa de esta forma. La congelación del producto podría permitir afrontar mejor la estacionalidad, no demasiado importante en esta carne, y organizar mejor el servicio a los canales HORECA.

Un número significativo de las empresas de mayor dimensión cuentan con marcas propias, aunque comercializan parte de su producción con marcas de la gran distribución y sin marca, sobre todo lo que se destina a la tienda tradicional.

Existen algunas experiencias de marcas colectivas amparadas o no por la Administración Autónoma correspondiente, aunque tienen poco peso:

- La Federación de Asociaciones de Cunicultores de Cataluña y la Asociación de Mataderos han puesto en marcha recientemente la marca "Conejo criado en Cataluña", que será gestionada y controlada por la Asociación creada es profesos (APEC.CAT) integrada al cincuenta por ciento por la producción y comercialización. La marca reúne, por el momento, a unos doce mataderos y un centenar de explotaciones que representan entre el 30% y 40% de la producción de conejo en Cataluña.
- También hay otras de carácter privado como la marca de calidad certificada Cricón creada por la cooperativa cunícola Naraba de Navarra. Esta marca es utilizada exclusivamente por los socios de la cooperativa cuyas explotaciones están ubicadas en Navarra

Las empresas del grupo líder, especialmente las mayores, son las que suministran el conejo a la gran distribución, generalmente mediante acuerdos a medio plazo cuyo contenido varía según

las enseñanzas. Prácticamente todas las empresas del sector trabajan también con el comercio tradicional y algunas han puesto en marcha una estrategia para servir a los canales HORECA. Según la ENC, en 2007 los mataderos vendieron el 54,8% de su producción a la gran distribución, el 37,3% a mayoristas y otros mataderos y el 7,9% fue venta directa. Cabe mencionar que la distribución al pequeño comercio suele hacerse mediante acuerdo con las distribuidoras de pollo, para ahorrar costes logísticos.

La venta de la piel constituye un capítulo importante en los ingresos de los mataderos, aunque es un producto con un mercado muy volátil, sometido a grandes fluctuaciones, que condiciona la rentabilidad del conjunto de la actividad. Además cabe reseñar el hecho de que algunas empresas de producción de conejo cuentan con secaderos de piel como actividad complementaria, secando tanto su propia producción como la adquirida en el mercado.



Los principales tipos de empresas que existen en el sector son las siguientes:

- Grandes empresas sociedades mercantiles que canalizan una parte importante de su producción a la gran distribución y cuentan con sala de despiece. Todas ellas integrantes del grupo líder.
- Cooperativas especializadas, integrantes del grupo líder, algunas de las cuales cuentan con sala de despiece. También canalizan buena parte de su producto a la gran distribución.
- Pequeñas firmas que venden en el mercado de proximidad y no acceden a la gran distribución. Algunas no están activas todo el año. La mayor parte de éstas se encuentra en Cataluña y la Comunidad Valenciana.





**Pulmotil<sup>®</sup>**

TM

**Para la enfermedad  
respiratoria  
de los conejos...**

**EL VALOR  
ANTICACICIA**

**Elanco**



gunas cuestiones muy relevantes que están condicionando la cadena de producción de todos los alimentos frescos, hasta esa fecha con poca presencia en este canal:

- En los años noventa, ante la nueva situación competitiva creada a partir de la entrada en vigor del Mercado Único, las grandes firmas de la distribución inician un proceso de centralización de las decisiones de compra o abastecimiento que tiene una importancia radical en las restantes fases de la cadena y que actualmente se encuentra muy avanzado. Esto implica cambios importantes en la cadena de producción:
  - Es necesaria la existencia de firmas suministradoras de gran volumen que alcancen a cubrir al menos una parte significativa de las necesidades de la empresa distribuidora. Esto fuerza una concentración en la fase industrial de la cadena de producción, que, a su vez, intenta establecer acuerdos con las explotaciones ganaderas para asegurarse el suministro, reforzando el proceso de verticalización del sistema alimentario
  - Hay una serie de industriales que se encuentran fuera de las listas de suministradores de la gran distribución por no cumplir las condiciones exigidas, lo que provoca que se estrechen sus opciones de venta.
  - A pesar de la concentración industrial, se establecen relaciones de intercambio crecientemente desiguales entre la distribución y sus suministradores
- La mayor parte de las enseñas de la distribución opta por reforzar su posición en producto fresco con objeto de asentarse entre el comercio de proximidad (supermercados) y conseguir un número alto de visitas del consumidor.
  - Esto lleva a buscar formas de merchandising que resulten adecuadas. Entre las distintas opciones que se han seguido en los últimos años se encuentran el desarrollo del li-

neal como mecanismo de venta, el mantenimiento de mostrador o la coexistencia de ambas fórmulas. Cabe mencionar que ninguna de las fórmulas desarrolladas resulta totalmente satisfactoria, como demuestran los múltiples cambios experimentados.

- La venta en lineal abre una nueva línea de actividad para la industria con la implantación de salas blancas de despiece y embarquetado. Esta opción encarece el producto, la logística y las pérdidas en distribución y obliga a producir y gestionar una gama final mayor, pero abarata la venta final en mano de obra, facilita el desarrollo de marcas y es más coherente con el funcionamiento comercial de la gran distribución.

- Frente a los productos de calidad diferencial (DOP, IGP o marcas garantizadas) la gran distribución ha mantenido estrategias diferentes muy distantes entre sí, mientras las que han centrado su estrategia en los precios no quieren trabajar con ellas, las que dan más importancia a su imagen de alimentación de calidad han colaborado en mayor o menor medida.
- La competencia entre firmas de la gran distribución provoca el surgimiento de diversos tipos de establecimientos incluso dentro de la misma empresa y/o la especialización según niveles de precios, opciones de calidad, servicios, etc.
- Los procesos de concentración empresarial de la gran distribución provocan con frecuencia guerras a la baja de precios al consumo, bien de forma generalizada o bien referidos a un producto o grupo de productos concretos.
- La competencia entre empresas provoca la puesta en marcha de una serie de iniciativas encaminadas a controlar mejor su abastecimiento para que responda a los objetivos estratégicos de la misma. Las principales son:
  - El reforzamiento de la imagen de la enseña ligada al mensaje que cada empresa decida transmitir como eje fundamental
  - El desarrollo de la marca de la distribución, que incluso puede tener el mismo nombre que la enseña, que altera profundamente la relación con la industria suministradora y endurece la relación de intercambio, aumentando la desigualdad y dificultando el desarrollo de las marcas industriales.
  - El desarrollo de protocolos de producción, que se imponen a la industria y a las fases anteriores, y el establecimiento de acuerdos de suministro a medio plazo.
  - Los grados de compromiso entre la industria suministradora y la gran distribución varía mucho según la enseña, desde la fórmula de interproveedor (MERCADONA) a acuerdos más flexibles.



## LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE CARNE DE CONEJO, SOBRE TODO LAS MÁS GRANDES, TIENEN GRANJAS VINCULADAS QUE ASEGURAN UN SUMINISTRO MÍNIMO DE ANIMALES AL MATADERO

El desarrollo de esta estrategia por parte de la gran distribución ha provocado cambios fundamentales en el sector y ha facilitado el incremento de la capacidad de decisión sobre el trabajo de las fases industriales y ganadera por parte de la gran distribución.

La crisis de consumo, consecuencia de la crisis económica que se arrastra desde 2007, es la causa inicial de los cambios en la estrategia de la gran distribución que están forzando cambios en la cadena de producción. Las líneas principales de la estrategia de la gran distribución ante la crisis son las siguientes: Incremento del proceso de concentración empresarial dentro del sector de la gran distribución, que ha provocado una guerra de precios para ganar clientes en el periodo de crisis actual.

- Las estrategias basadas en menor precio están desplazando a las estrategias basadas en mejor servicio, amplitud de gama y calidad incluso en las enseñas con mejor imagen de calidad.
- Se ha endurecido la posición de la mayor parte de las enseñas frente a los productos de calidad diferencial, que suelen tener más precio.
- Aumento de la cuota del grupo de enseñas basadas en la estrategia de menor precio (discount)
- Crecimiento de la marca de la distribución sobre las marcas industriales.
- La reducción de la gama presente en lineal y disminución de la presencia o incluso la eliminación de los productos con menor rotación.
- La guerra de precios a la baja ha forzado los cambios de las especificaciones de los productos en las enseñas más agresivas, dando lugar a la mayor presencia de producto, en parte importado, de bajo precio y calidad ajustada.

- En este línea, algunas enseñas están introduciendo la carne congelada en sus lineales.
- Como consecuencia de la guerra de precios a la baja ha aumentado la presión sobre los suministradores, forzando a la baja todos los márgenes a lo largo de la cadena de valor.

Cabe mencionar que esta estrategia de bajos precios de la gran distribución va mucho más lejos de lo que exigiría la retracción del consumo como consecuencia de la crisis económica y se debe por un lado al proceso de concentración y crecimiento en el grupo líder que vive el sector de la gran distribución en la actualidad y, por otro, a los problemas financieros que arrastra de la etapa anterior, en buena parte debido a inversiones excesivas.

**Las repercusiones en el sector del conejo de la estrategia seguida por la gran distribución ante la crisis son muy importantes, ya que se trata de un producto de escaso consumo, excepción hecha de áreas geográficas concretas, baja rotación y alto precio unitario, características todas ellas que se adaptan mal a las nuevas estrategias de la crisis. A este respecto cabe señalar las siguientes cuestiones:**

- La presión a la baja sobre los precios del conejo no está relacionada con la presión de un consumo en retroceso, sino con una estrategia de precios tope y “precios más bajos que los competidores” que responde a las estrategias de bajo precio de la gran distribución en España.
- Los efectos de esta estrategia son mayores en las empresas más dinámicas, grandes y modernas que son las que han realizado las mayores inversiones y en cuyas manos está el futuro del sector.



Origen Interno

Positivos

- Existencia de un porcentaje relevante de granjas modernizadas y profesionalizadas, con alto nivel de formación.
- Alto porcentaje de materias primas españolas en la formulación de los piensos.
- Existencia de un número significativo de empresas, con alto volumen de matanza, modernizadas y eficientes
- Tradición de consumo en algunas zonas con algunos usos arraigados
- Buena organización del sector y existencia de una interprofesional eficiente
- Ubicación de las granjas y los mataderos en las zonas rurales con capacidad de generar empleo. Alta presencia de mujeres en el sector
- Proximidad del área de mayor consumo y mayor producción de carne.
- Campaña de promoción del consumo por parte de la Interprofesional INTERCUN
- Cualidades saludables de la carne, que se adapta a las restricciones alimentarias derivadas de diversas enfermedades como las cardiovasculares
- Es una de las carnes frescas menos perecederas lo que es una ventaja en el proceso comercial.

Fortalezas

Origen Externo

Oportunidades

- Continuar las líneas de investigación dirigidas a aumentar la productividad de la explotación (aumento de la fertilidad de las madres, reducción de la mortalidad, etc.), mejorar el índice de conversión pienso / carne, mejorar el índice de transformación vivo / canal, etc.
- La reforma de la PAC de cara a 2013 puede fomentar las Organizaciones profesionales e Interprofesionales ampliando sus funciones en la mejora de la producción y del funcionamiento de los mercados, en este marco puede incluirse el sector cunícola.
- El alejamiento del Pago Único de la PAC de las referencias históricas de las explotaciones y su mayor vinculación a la producción de bienes públicos como por ejemplo el empleo en las zonas rurales, en buena parte femenino, abre la posibilidad de incluir a las explotaciones cunícolas como beneficiarias de dichas ayudas.
- Posible ampliación de las competencias de las interprofesionales en materia de regulación de la oferta en el marco del anteproyecto de Ley de Calidad Agroalimentaria
- Incremento de los fondos para desarrollo rural en el marco de la PAC
- Posibilidades de aumentar la exportación
- Posibilidades de desarrollar figuras de calidad diferencial que faciliten la identificación del conejo español con calidad controlada y permitan la captación de recursos públicos para la promoción del consumo.
- Creciente preocupación por una alimentación saludable, con pocas grasas, donde encaja bien la carne de conejo

Oportunidades

Negativos

- La pequeña dimensión del sector que repercute en la menor investigación (privada y pública), el encarecimiento de los insumos y servicios, de la logística, mayores costes de matanza, etc.
- La pequeña dimensión y escasa modernización de las instalaciones de algunas granjas, sobre todo en Cataluña, que pesa sobre los costes medios del sector.
- Altos costes de producción en granja, derivados de las exigencias del manejo: mayores requerimientos de mano de obra, mayores costes sanitarios, instalaciones más costosas, etc.
- Bajo índice de transformación vivo / canal, inferior al de otras especies, competidoras, pesa sobre el mayor coste de producción de la carne y repercute en el precio del producto final.
- Existencia de un colectivo significativo de mataderos muy pequeños y con instalaciones obsoletas, aunque con costes más bajos que el grupo líder debido a las menores inversiones, el mayor peso de la economía familiar, etc.
- Caída de la producción que dificulta el abastecimiento de los mataderos y les obliga a aumentar sus costes logísticos recurriendo a suministrarse en un radio mayor.
- Falta de identificación de calidad reconocida, que impide acceder a fondos comunitarios para la promoción del consumo.
- Existencia de mixomatosis endémica, que genera pérdidas en las explotaciones e impide determinados flujos comerciales.

Debilidades

Amenazas

- Escasa protección comunitaria que genera agravios comparativos con otras carnes
- Endurecimiento de la normativa comunitaria sobre bienestar animal, así como de las exigencias de seguridad alimentaria y medioambiental que generaría mayores costes.
- La entrada en vigor del Pago Único de la PAC en las explotaciones que lo reciben neutraliza las ventajas de otras producciones, aunque genera agravios en el seno del sector cunícola.
- Escasa dimensión del mercado mundial y localización del consumo en muy pocos países.
- Volatilidad y los altos precios de las materias primas para piensos
- Escasa oferta de productos farmacéuticos específicos, condicionada por la pequeña dimensión del sector
- Bajo consumo, muy concentrado geográficamente en algunas autonomías y en disminución
- La poca importancia estratégica que tiene esta carne para la distribución
- La estrategia de la gran distribución: retirada de los lineales de productos con menor rotación, limitación de los precios por ración más allá de lo que admitiría el consumidor
- Caída del consumo de los productos alimenticios de mayor precio debido a la crisis económica.
- El gran desconocimiento de su gastronomía por parte de la población más joven y escaso consumo.
- Escasa presencia del conejo en la dieta habitual de la mayor parte de la población
- Su escasa penetración en la cocina más moderna.
- Bajo precio de otras carnes sustitutivas en el mercado (pollo, cerdo)