

# LA PRODUCCIÓN DE PIENSOS PARA CONEJOS

Sabora

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



Los piensos constituyen uno de los principales insumos de la producción de carne de conejo. El peso de capítulo de los piensos en la producción oscila debido fundamentalmente a la fuerte oscilación de los precios de los piensos, que, a su vez, está condicionada por la dinámica de los piensos de las materias primas, cereales y proteaginosas fundamentalmente.

## EL COMPORTAMIENTO DEL PRECIO DE LAS MATERIAS PRIMAS

Los piensos de conejo utilizan fundamentalmente materias primas de origen español, con mucha frecuencia de su entorno, sin embargo, aunque no empleen los dos productos fundamentales de los mercados mundiales, maíz y soja, la dinámica conjunta del precio de los cereales y su carácter global provoca que se vean también profundamente afectados por el comportamiento de los precios de las materias primas para piensos en el mercado mundial.

Los cereales y las oleaginosas constituyen el componente fundamental de los piensos, tienen una incidencia muy alta en los precios finales y, además, los industriales precisan un suministro continuo y garantizado que les permita cumplir sus compromisos con los ganaderos. Los cereales suponen cerca del 60% en volumen de las materias primas necesarias para la producción de piensos y las tortas y harinas en torno al 25%.

Cabe reseñar que el desarrollo ganadero español, muy importante dentro de la UE, se ha hecho sobre la base del recurso al abastecimiento de materias primas en los mercados internacionales, debido a que España es muy deficitaria en cereales y proteaginosas. Este hecho provoca una gran sensibilidad ante los movimientos internacionales de los mercados de cereales y una gran fragilidad ante las campañas deficitarias, superior al de otros países con una balanza comercial más equilibrada. Es decir, aunque los mercados de cereales están muy globalizados, España es uno de los países



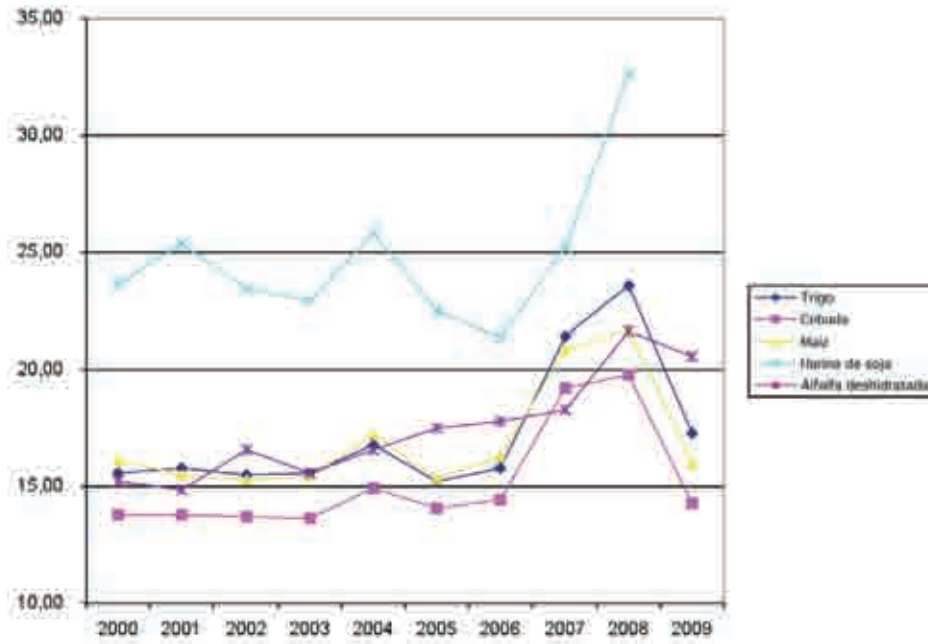
**LOS PIENSOS DE CONEJO UTILIZAN FUNDAMENTALMENTE MATERIAS PRIMAS DE ORIGEN ESPAÑOL PERO, AUNQUE NO EMPLEEN LOS DOS PRODUCTOS FUNDAMENTALES DE LOS MERCADOS MUNDIALES, SE VE AFECTADOS POR LAS CRISIS GLOBALES**

más expuestos a los riesgos ante las crisis y/o volatilidad de estos mercados y el único gran productor ganadero en esa situación. Esto se debe sobre todo a problemas logísticos mal resueltos, hábitos comerciales poco estructurados, exceso de operadores de muy pequeño tamaño, falta de cualificación de los mercados, etc.

El consumo de cereales ha mostrado una tendencia alcista muy pronunciada en los últimos años, especialmente hasta mediados de la última década (en los últimos años la importación neta de cereales -trigo, cebada y maíz- supera en un 40% la producción nacional), aumentando la fragilidad de la ganadería española ante los movimientos de los mercados internacionales.

Desde la campaña 2006/07 a la actual, 2010/2011, los mercados de los cereales han tenido un comportamiento muy complicado, con oscilaciones muy acusadas en los precios en un momento en el que habían desaparecido los instrumentos de intervención.

**Gráfico 1:** Precios anuales de las materias primas para piensos (€/100 Kg)

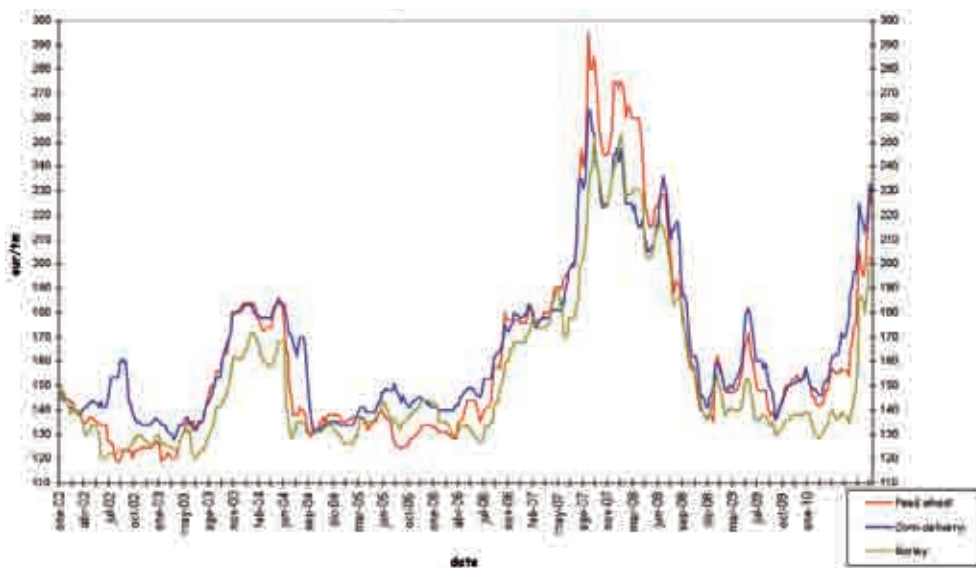


Fuente: MARM. Anuario de Estadísticas del Medio Rural y Marino

En ese periodo ha habido dos escenarios de precios muy altos: el que se inició al principio del verano del año 2007 y que mantuvo los precios muy altos durante toda la campaña, y el actual, iniciado en verano de 2010; en las dos campañas intermedias los precios se han mantenido muy bajos, condicionando la respuesta de los agricultores.

Los efectos reales de los movimientos de precios fueron mucho más graves de lo que se aprecia a partir del análisis de los precios medios anuales debido a la enorme volatilidad de los mercados, que perjudica tanto la actividad industrial como la ganadera. En el cuadro adjunto se recoge la evolución de los precios de los cereales para piensos en la Lonja de Barcelona, que son un buen reflejo de la situación.

**Gráfico 1:** Precios de los cereales para alimentación animal: Trigo Forrajero-Maíz- Cebada Lonja de Barcelona 2002-2010





**LAS RESPUESTAS A LAS CRISIS DE PRECIOS DESDE EL PODER POLÍTICO FUERON ERRÁTICAS Y LENTAS, EN LA UE SE TOMÓ ALGUNA MEDIDA PUNTUAL, AUNQUE NO ALTERÓ SU ESTRATEGIA A MEDIO PLAZO**

La subida de los precios de la campaña 2006/2007, que se prolongó a los primeros meses de la siguiente, acabó con una larga temporada de una cierta estabilidad en los precios y se debió a un conjunto de causas complejas que no han sido corregidas en su totalidad. Merece la pena plantear un breve análisis de lo que sucedió y de sus consecuencias:

- El incremento del consumo de los países emergentes (China, India, Brasil), que no sólo están subiendo su consumo sino que están cambiando su dieta, incorporando un mayor porcentaje de carnes, lo que obliga a un mayor desarrollo ganadero con el consiguiente incremento del consumo de granos.
- La fijación de objetivos de producción de biocombustibles alta, sin un plan paralelo de desarrollo de las producciones agrarias. Concretamente el destino de una gran cantidad de maíz a este fin en Estados Unidos alteró los mercados internacionales de cereales al principio de la campaña.
- La coincidencia de malas campañas en los principales productores del hemisferio Norte y

del Hemisferio Sur, lo que alargó el periodo de precios muy altos.

- La aplicación del Pago Único en la UE, con desacoplamientos muy altos en algunos de los principales productores, lo que desincentivó el cultivo.
- La estrategia de reducción de stocks públicos, especialmente en la UE, y la limitación de las herramientas de intervención en los mercados.
- El aumento del precio del petróleo, que subió los fletes (50% en 2007).
- La crisis financiera, que favoreció el refugio en las materias primas de los capitales y atrajo a los fondos más especuladores, generando una burbuja financiera en los mercados de futuros.

Las repercusiones de esta crisis fueron muy importantes a muchos niveles:

- Hubo una repercusión muy importante en los cereales de uso directo humano que generaron problemas en varios países y aumentaron el número de hambrientos en el mundo tras una larga época de disminución.
- La agricultura y la alimentación, tras ser relegadas en algunos de los principales países líderes mundiales, se pusieron de nuevo sobre la mesa como una cuestión estratégica de primer orden y las cumbres de la FAO volvieron a ganar peso político.
- Subieron mucho los precios de la alimentación animal y, en general, la ganadería no pudo repercutir en los precios de la carne sus mayores costes. Esto generó una retracción muy acusada de la producción ganadera.

Las respuestas desde el poder político fueron erráticas y lentas. La Comisión Europea tomó algunas medidas puntuales, aunque no alteró su estrategia a medio plazo, en el que continuó desarrollando sus políticas restrictivas y el apoyo a la producción





piensos  
**VIGORAN**<sup>®</sup>

El pienso más rentable para el cunicultor



Hospital, 46 – 12513 Catí (Castellón) – Tel. 964 40 90 00 Fax 964 40 91 12  
[www.piensosvigoran.es](http://www.piensosvigoran.es) e-mail: [vigoran@piensosvigoran.es](mailto:vigoran@piensosvigoran.es)

## NAVES PREFABRICADAS PARA CUNICULTURA

La instalación para sus conejos con  
mejores resultados del mercado con:

**VENTILACIÓN Y AISLAMIENTO  
EXCEPCIONALES**

**Anchos standar: 7,5 m. 10 m. y 12,5 m**



**Solicite información sin compromiso:**

Polígono Ampliación Comarcal I. C/. M, nº6  
31160 ORCOYEN (NAVARRA)  
Tel 948 31 74 77 • Fax 948 31 80 78  
e-mail: [cosma@cosma.es](mailto:cosma@cosma.es) • [www.cosma.es](http://www.cosma.es)

**AA**  
**COSMA**  
INSTALACIONES AGROPECUARIAS COSMA, S.L.

de biocarburos, que se vio limitada posteriormente por el alza de los precios de los granos que la hacían inviable dentro de la UE incluso con subvención.

Asimismo, bastantes países tomaron medidas restrictivas del comercio exterior para asegurar su suministro, lo que repercutió muy negativamente tanto a nivel global como de los países que habían protagonizado las medidas.

Únicamente la FAO, que ya venía advirtiendo del problema que podía llegar a suponer la retirada de los stocks estratégicos y de la necesidad de incrementar las producciones para responder a la mayor demanda mundial, se desmarcó de la posición de las restantes instituciones. Desde entonces esta institución ha venido insistiendo en la necesidad de aumentar las producciones recurriendo sobre todo a incrementar los rendimientos mediante la intensificación de los cultivos, bien mediante regadíos donde no los hay (África sobre todo), el incremento del uso de abonos (muy bajo en algunas partes del mundo) o el recurso a semillas más productivas (incluidas las transgénicas) en una nueva versión de la revolución verde, considerándose más problemática la entrada en producción de importantes volúmenes de nuevas superficies. Esta posición choca con la política de la UE, situada en un escenario de extensificación de las producciones y restricción del cultivo y del uso de semillas transgénicas, aunque importa carne producida a partir de ellas en terceros países.

El comportamiento de los precios de los granos en la campaña 2006/07, muy especulativo, con precios máximos durante el verano y caídas muy acusadas a lo largo de la campaña, especialmente en los últimos meses, fue el contrario al de las campañas habituales. Este hecho tuvo importancia porque jugó en contra de los industriales que estaban racionalizando su abastecimiento con acuerdos de compras a medio plazo y especificaciones de calidad, en una dinámica que apuntaba hacia la mejora del mercado interno.

Las repercusiones fueron muy negativas en la industria de piensos, que necesitaba tener asegurado un suministro continuado para atender a sus clientes ganaderos. La estrategia de suministro por parte de las industrias de piensos es muy diferente según empresas, son pocas, aunque las de mayor tamaño, las que recurren directamente a los mercados de futuros, la mayor parte se suministra de almacenistas o cooperativas próximas o de los grandes operadores internacionales.

Los altos precios de los granos de esta campaña provocó una caída considerable de la ganadería en



**SOLO DEBE  
ADMINISTRARSE PIENSOS  
MEDICADOS CUANDO SEA  
ESTRICTAMENTE  
NECESARIO, SIEMPRE  
PREVIO DIAGNÓSTICO Y  
BAJO PRESCRIPCIÓN  
VETERINARIA**

la campaña siguiente, con la consiguiente caída de la demanda de piensos. La retracción del consumo, especialmente de los productos de mayor precio, a partir de 2008 a consecuencia de la crisis económica reforzó la caída de la ganadería y, con ella, la disminución de la demanda de materias primas para piensos. Eso, junto al incremento de las superficies sembradas por parte de los agricultores en respuesta a los altos precios, explican los bajos precios de las dos campañas siguientes.

En la primavera del 2010 volvieron a detectarse tensiones en los mercados de futuros por la entrada de fondos de capitales que buscaban refugio en las materias primas. Después se confirmó la mala cosecha en el este europeo y en Rusia y en cierre de la exportación de éste último país, lo que ha situado los precios de nuevo en un escenario alcista muy acusado que vuelve a poner en peligro la actividad ganadera.



Los acontecimientos de los mercados de materias primas para piensos desde la campaña 2006/07 muestran rasgos muy problemáticos del abastecimiento de piensos para los que, por el momento, no se vislumbran soluciones ni en el ámbito mundial ni en el europeo:

- Las grandes diferencias de los precios medios entre campañas
- La enorme volatilidad del mercado de granos, que parece reforzarse, y la ineficacia de la mayor parte de los instrumentos de actuación disponibles en la actualidad por parte de las políticas agrarias.
- La tensión a la que están sometidas las empresas de piensos debido a esta volatilidad
- La escasa eficacia de las medidas tomadas por los poderes públicos.
- Los negativos efectos en la ganadería, especialmente intensiva.

En España hay que añadir los efectos de algunos factores de no competitividad que afectan a los operadores de cereales y a los industriales de piensos:

- Deficiente logística de los granos, especialmente para la producción nacional
- Altos costes logísticos debido a múltiples factores: carestía de algunos de los principales puertos para el grano importado, transporte interno casi únicamente por carretera, accesos caros en algunas regiones, deficiente producción de piensos en algunas regiones ganaderas, etc.

- Existencia de un gran número de operadores comerciales (incluidas cooperativas) muy pequeños que se mueven mal en el complicado mercado actual y fuerzan el incremento de los márgenes multiplicando los saltos comerciales.
- Deficiente red de almacenamiento de cereales suficientemente segmentada
- Prácticas comerciales deficientes, sobre todo en la producción interior, que induce a la existencia de dos mercados: el de los productos importados, con acuerdos a medio plazo y especificación de calidades, y el de productos interiores, que no remunera la calidad adecuadamente ni recurre apenas a los acuerdos de suministro.
- Falta de dimensión y conocimiento en la mayor parte de los fabricantes de piensos para acudir a los mercados de futuros y establecer estrategias para neutralizar la volatilidad de los mercados.
- Existencia aún de un número alto de fabricantes excesivamente pequeños, muchos de los cuales trabajan con mayores costes.

### LA PRODUCCIÓN DE PIENSOS PARA CONEJO

La producción de pienso para conejo tiene algunas características específicas que provocan la existencia de fabricantes especializados y que no sea fácil ni fácilmente rentable la entrada en esta gama por parte de fabricantes generalistas, a lo que hay que sumar el escaso volumen de producción. Estas especificidades se debe a algunas características técnicas, que hacen la fabricación más complicada que la de pienso para porcino o aves, y las materias primas empleadas. Con respecto a esta última cuestión, destaca el hecho de que utilice sobre todo materias primas españolas (cebada, alfalfa, leguminosas españolas de pequeñas producciones, determinados subproductos, etc.) lo que le concede una cierta ventaja ante los problemas de las fluctuaciones del mercado internacional y permite la existencia de un nicho de mercado en el que se pueden desenvolver los especialistas.

La producción de pienso para conejo varía notablemente según la fuente que se utilice pero se estima que la producción anual de piensos para conejos se encuentra entre las 550.000 t y 600.000 toneladas.

Según la Encuesta Nacional de Cunicultura, en el año 2007 había 188 fábricas de pienso para conejo, que alcanzaban una producción total de 557.823 toneladas. En esta fuente la mayor producción se localiza en Cataluña (casi 24%), autonomía que también tiene el mayor número de fábricas, seguido por la Comunidad Valenciana

**Tabla 1:** Fábricas y producción de piensos de conejo. 2007

CCAA	Nº Fábricas	Toneladas	Distribución (%)
Galicia	16	83.399	14,95%
P Asturias	7	44.816	8,03%
Cantabria	4	1.161	0,21%
País Vasco	4	1.024	0,18%
Navarra	3	3.164	0,57%
La Rioja			0,00%
Aragón	16	70.402	12,62%
Cataluña	36	133.216	23,88%
Islas Baleares			0,00%
Castilla y León	32	50.091	8,98%
Madrid	3	2.655	0,48%
Castilla La Mancha	12	4.869	0,87%
C. Valenciana	10	102.544	18,38%
R. De Murcia	13	33.098	5,93%
Extremadura	16	2.912	0,52%
Andalucía	11	14.106	2,53%
Canarias	5	10.365	1,86%
<b>ESPAÑA</b>	<b>188</b>	<b>557.823</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta Nacional de Cunicultura

(18,4%), Galicia (14,95%) y Aragón (12,6%). Cabe mencionar que no existe producción o es mínima en varias comunidades autónomas<sup>1</sup>.

Sin embargo, las opiniones recogidas en el sector estiman que el número de fabricas activas con



**LA FAO, ES LA ÚNICA  
INSTITUCIÓN QUE YA VENÍA  
ADVIRTIENDO DEL PROBLEMA  
QUE PODÍA LLEGAR A  
SUPONER LA RETIRADA DE LOS  
STOCKS ESTRATÉGICOS Y DE  
LA NECESIDAD DE  
INCREMENTAR LAS  
PRODUCCIONES PARA  
RESPONDER A LA MAYOR  
DEMANDA MUNDIAL**

cantidades significativas no superan las 70, de las cuales la mayor parte pertenecen a las grandes empresas, gran parte de la diferencia podría corresponder a la existencia de entidades que se limitan a ensacar pienso de conejo para sus clientes. Esta distribución de la producción es coherente con la distribución del censo de conejo. Cabe mencionar que se exporta también una pequeña cantidad de pienso de conejo (16.605,89 t.) a Francia y Portugal desde Galicia, Cataluña, Andalucía, Castilla y León y Extremadura.

En 2007 más del 20% del pienso producido era pienso único para conejo, no especializado según tipo de animal, casi el 30% era para reproductoras y más del 40% para cebo.

Según la misma fuente, el 73% del pienso producido se vendió directamente a cooperativas de cunicultores o a explotaciones cunícolas, la venta a través de almacenistas o distribuidores supuso ligeramente el 20% y el resto fueron otro tipo de entregas. El alto peso de la venta directa a cunicultor o a sus cooperativas es un factor de competitividad ya que permite ajustar mejor el precio, reducir márgenes y adecuar el tipo de pienso a las necesidades del ganado con más facilidad.

<sup>1</sup> Hay que señalar que las diferencias con la información de la Encuesta realizada por las Autoridades Competentes en materia de Alimentación Animal de las CCAA y coordinada por el MAPA en 2006 ofrece una distribución de la producción de las CCAA bastante diferente.

**Tabla 2:** Tipos de pienso producido. 2007

	Toneladas	Distribución (%)
Pienso de uso mixto o único	114.031	20,44%
Pienso reproductoras	163.454	29,30%
Pienso engorde	172.481	30,92%
Pienso engorde blanco (sin aditivos)	61.778	11,07%
Otros piensos	46.079	8,26%
<b>Total</b>	<b>557.823</b>	<b>100,00%</b>

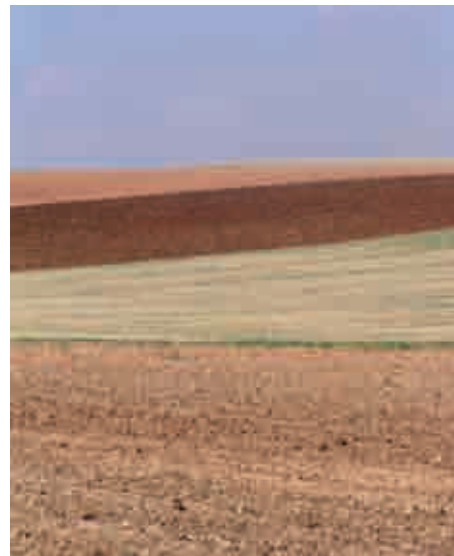
Fuente: Encuesta Nacional de Cunicultura

### ALGUNOS RASGOS DE LOS FABRICANTES DE PIENSO PARA CONEJO

Según se recoge en el “Estudio de Posicionamiento Estratégico para el sector de alimentación Animal”<sup>2</sup>, en total el mercado cautivo de piensos asciende a casi el 75%, considerando no sólo la integración vertical, sino todas las formas similares de verticalización entre la producción de piensos y la ganadería. El mayor peso, con mucha diferencia, del mercado cautivo de piensos se localiza en porcino y aves, que conjuntamente consumen casi el 70% de la producción. Ese hecho condiciona la actividad de todo el sector de piensos.

La producción de pienso para conejo se encuentra, en una gran proporción, fuera del paquete del pienso cautivo y, las experiencias que existen de

coordinación vertical entre la producción de piensos y la producción ganadera presentan características muy diferentes.



<sup>2</sup> MARM e INTERAL (2008) elaborado por Saborá

**Menos coste y mejor conversión**

**Corporación Alimentaria Guissona, S.A.**  
**AGSA**  
 Traspalau, 8  
 25210 Guissona (Lleida)  
 Tel. 973 550 000  
 Fax 973 550 882

**Calidad alimentaria**



Los fabricantes de pienso de conejo se reúnen en torno a tres grandes tipos:

- Las grandes empresas multiespecie, entre las que destacan NANTA y NUTER.
- Empresas medianas o incluso pequeñas en buena medida especializadas y bien asentadas en su entorno.
- Empresas vinculadas a mataderos de conejo

La fuerte presencia en el subsector de NANTA y NUTER se debe en buena medida a los sucesivos procesos de adquisiciones y concentraciones (PURINA, CARGILL, BIOTER). La entrada de ambas en el sector se produjo en momentos de buena rentabilidad. De estas dos empresas, únicamente NANTA tiene una presencia importante en ganadería y, por lo tanto, en el mercado de pienso cautivo a través de su productora de pollos SADA y de su integradora de porcino INGAFOOD. Sin embargo, la presencia de ambas en el mercado abierto es considerable. En el análisis de las estrategias de am-

bas firmas hay que tener en cuenta la importancia de su estructura de capital y, directa o indirectamente, su participación en bolsa.

Según las opiniones detectadas en el sector está aumentado la cuota de las empresas medianas especializadas en conejo en detrimento de las grandes firmas multiespecie, que se adaptan peor al aprovechamiento de recursos próximos con escaso volumen y pueden tener costes corporativos muy altos.

Existen algunas empresas de piensos de conejo cuyo capital pertenece a algunos de los principales productores de carne de conejo. HERMI se ha quedado recientemente una fábrica en Segovia en la que fabrica pienso para vender a sus suministradores de conejo del entorno en una relación de compra venta abierta. CUNICARN cuenta con fábrica de piensos propia también para venta a sus suministradores de conejo. En ambos casos, este pienso propio se destina también a las granjas propiedad directa de la empresa o de sus accionistas. Entre las cooperativas hay ejemplos de suministro de piensos a los socios aunque no sea fabricado por la misma cooperativa, es el caso de COGAL o Cunícola de Albacete. Guissona por su parte elabora pienso de conejo, pero no mata conejo directamente, sino que tiene un acuerdo con otro industrial para su suministro de animales. La mayor parte de su pienso la destina a los ganaderos que trabajan con su suministrador.

Estos hechos, unidos a la existencia de asesores de las granjas que pueden gestionar también la compra de pienso y a la escasa dimensión del sector, indica el predominio de un mercado abierto de pienso crecientemente coordinado verticalmente mediante fórmulas muy flexibles que facilitan los ajustes permanentes.



**LOS ALTOS PRECIOS DE  
LOS GRANOS DE LA  
CAMPAÑA 2006/07  
PROVOCÓ UNA CAÍDA  
CONSIDERABLE DE LA  
GANADERÍA EN LA  
CAMPAÑA SIGUIENTE, CON  
LA CONSIGUIENTE CAÍDA  
DE LA DEMANDA DE  
PIENSOS**