

CARNE DE CONEJO: Calidades dietéticas y futuro

Dr. Jaume Camps
Veterinario. Especialista cunícola.
Ex Presidente de ASESCU y de la WRSA

La cantidad de carne consumida de cualquier especie, como aporte de proteína animal de alta calidad, viene incrementándose gradualmente, pero lentamente, tanto en España como en numerosos países occidentales.

El consumo total de carne, que en estos países oscila entre unos 60 Kg per cápita anualmente, los que menos, y hasta 150 Kg los que más, depende de numerosos factores, que son intrínsecos de cada país o incluso de cada región, siendo muchos de ellos de origen **tradicional**, aunque influenciados por las modas o tendencias.

La tradición es algo tan arraigado que cuesta hacerla cambiar; **no lo son tanto las modas o tendencias**, de aquí la posibilidad de que sea factible podamos incrementar, poco a poco, el consumo de carne en general y, principalmente, conseguir que pueda substituirse una carne por otra, si creemos ello es beneficioso para una gran mayoría. Especialmente si podemos usar argumentos favorables. Argumentos que será imprescindible sean divulgados.

Una carne que **conviene promocionar** por su especial composición es la de conejo. Sus características son únicas y grandemente desconocidas por el gran público. Primero, sin embargo, veamos algunas generalidades.

1 - ¿ PORQUE CONSUMIMOS CARNE ?

Científicamente podríamos argumentar que necesitamos comer carne «porque nos proporciona proteína de origen animal, con sus aminoácidos indispensables que precisamos tomar en cierta dosis». La realidad sin embargo es muy otra, ya que con mínimos aportes de estos aminoácidos en la fase de crecimiento es suficiente. No parece haberse demostrado que las personas adultas requiramos más de lo que pueda aportarnos la proteína de los vegetales y, todavía menos, el que sintamos deseo de consumir carne como necesidad vital o fisiológica.

Nuestros ancestros recolectores, comían frutos, hojas y raíces, con un suplementos de huevos, insectos, pequeños reptiles etc., o sea «lo que pillaban». Una vez más organizado el cerebro para cazar

en grupo, fué cuando nos tornamos cazadores, y consecuentemente comedores de carne.

Hoy día comemos carne, pura y llanamente por tradición. Por supuesto también cuenta el gusto o la palatabilidad, pero incluso estos son en gran parte consecuencia de las tradiciones o hábitos sociales. Por ser la carne más cara que los alimentos de origen vegetal, confirmo su valoración. Hoy día lo ponemos a veces en duda dado el valor que se da a determinadas frutas y verduras exóticas -considerablemente caras-, sin ser nutricionalmente ni organolépticamente mejores que las frutas y verduras «de siempre», o ciertas carnes.

Al margen de millones de personas que han optado voluntariamente a comer sólo vegetales, el resto nos extrañaría en sobremanera preparar o que alguien nos ofreciera una cena a base de un plato de habas o nueces como entrante -sin menosprecio de su calidad nutricional- en lugar del esperado plato de carne. Por lo tanto, consumir carne es consecuencia de una tradición ancestral y «folk».

2 - ¿ PORQUE ADQUIRIR CARNE DE CONEJO Y NO OTRA ?

Reconociendo y aceptando con gusto que la mayoría de personas consumimos normalmente carne, la pregunta debe entrar en las connotaciones del porqué de las preferencias del consumo de determinadas carnes sobre otras, que hacen el promedio tan dispar.

Influye la **climatología**, la producción ganadera **tradicional** y el tipo de carnes disponibles. Los suomí de la Laponia comen sólo carne de reno, y los gauchos de las Pampas argentinas sólo carne de vacuno...

También influye la **religión**. Nuestra cultura -que denominamos occidental- y nuestras religiones mayoritarias judeo-cristianas, basándose en las «recomendaciones» del Levítico de Moises, apoyan el ovino en primer lugar, y al vacuno, previniendo contra la carne de cerdo y otros animales, carnes que sin embargo están bien admitidas por otras religiones.

Puede parecer un despropósito mezclar estas múltiples influencias en el porqué consumir más carne de una especie que de otra; esto es de difícil evaluación mediante un test de mercado como recomienda se haga en el «moderno marketing» antes de cualquier lanzamiento de un producto, pero son muy importantes a la hora de diseñar una estrategia de promoción.

Una razón destacable del porqué comprar carne -que puede parecer obvia- es por el precio. Pero ello no parece tan simple, sólo basta ver lo distinto como reaccionan dos países vecinos como España y Francia.

3 - CONSUMO DE CARNES EN FRANCIA Y ESPAÑA ¿ POR PRECIO ?

Comparamos el consumo de carne «per cápita» y del reparto entre el tipo de canales -algunas formadas por varias especies animales-.

Las primeras cifras a destacar de la tabla 1 sería el mayor consumo y la proporción superior de carne de vacuno, así como el total de carnes de Francia, y el mayor consumo proporcional de carne de porcino en España. La ingesta proteica animal al final no es tan distinta, por el mayor consumo español de pescado -no reflejado en la tabla-.

Al productor de conejos (cunicultor), al transformador (matadero), al comerciante (puesto de mercado, tienda, gran superficie, restaurante) y los consumidores (todos) nos interesa comparar los consumos de carne de conejo, que resultan porcentualmente similares en ambos países.

4 - ¿ ES IMPORTANTE EL FACTOR PRECIO ?

Una clasificación distinta a la detallada del consumo de carnes, podría hacerse englobando las carnes cualificadas en «caras» o «baratas», no sólo por lo que entendemos como precio de mercado, sino en la apreciación de los consumidores. De

hacerlo así, las diferencias del ejemplo anterior quedarían conforme la tabla 2.

Tabla 2.- Clasificación de las carnes por su precio.

	Francia		España	
	Kg	%	Kg	%
Caras (rumiantes)	58	51,8	20	23,2
Baratas (cerdo/aves)	46	41,1	61	70,9
Medias (conejos/otras)	8	7,1	5	5,8

Ahora, creo, la comparación ya se simplifica, pudiendo comprobar la mayoritaria preferencia en España por las carnes «baratas», nada menos que el 71 % de todas las carnes que consumimos proceden del cerdo o de las aves. En ningún país de nuestro entorno es tan alto el porcentaje de consumo de porcino junto con las aves, o grupo «barato».

En Francia, con un PIB (Producto Interior Bruto) no tan diferente del español, como las cifras de consumo de «carnes caras» podría representar, deben de tener por lo tanto otros criterios de valoración a la hora de adquirir carne.

De no existir tradiciones o ancestros recientes, no se podría explicar el alto consumo de carne de vacuno de los franceses -más de tres veces que los españoles-, y el porqué los españoles consumimos -¿por tradición chacinera?- un 50 % más de cerdo que estos. Las comparaciones de los precios de las canales de las carnes al público, en grandes cifras, van de sencillo al triple.

No parece lógico exista tanta diferencia entre las carnes, que compense pagar tres veces más -precio que se dispara todavía más si se trata de porciones especiales-, si nos atenemos sólo y exclusivamente a valorarla como alimento.

Tabla 1.- Cantidades y porcentajes de consumos cárnicos por las poblaciones francesa y española.

Tipo de carne	Consumo medio en los últimos 3 años (Kg por habitante y año)	
	Francia	España
Vacuno	50 (44,6 %)	14 (16,3 %)
Porcino	23 (20,5 %)	36 (41,9 %)
Aves	23 (20,5 %)	25 (29,1 %)
Ovino/caprino	8 (7,2 %)	6 (7,0 %)
Conejo	3,8 (3,4 %)	2,6 (3,2 %)
Otros	4,2 (3,7 %)	2,2 (2,6 %)
Total	112 Kg	86 Kg

Según datos publicados por el MAPA (España) e ITAVI (Francia).



Reparto de los consumos de carnes en España. la carne de conejo puede aumentar con una buena promoción de sus cualidades.

5 - COMPETITIVIDAD ENTRE LAS DIVERSAS CARNES

La competencia es sumamente dura entre el «universo» o mercado de las canales, al comprobar que se trata de un mecanismo lento, casi inapreciable el incremento del consumo de carne. En España, la demografía se ha estabilizado prácticamente, así como el poder adquisitivo, lejos de los años de crecimiento de los 70 y 80. Sin embargo se pueden detectar tendencias, según movimientos económicos (PIB) y según modas o conocimientos dietéticos.

Por lo tanto solo «robando» participación dentro del consumo total de carne, de una por otra puede pensarse en crecimiento. «Para que podamos aumentar la producción de conejos en granjas, aumentar las matanzas y las ventas de los detallistas, es imprescindible que aumentemos el consumo por parte del público». Este axioma anterior -aparentemente una obviedad- es básico para que nos conciencemos de la necesidad de analizar y tomar acciones que puedan ir hacia la única forma de producir más, y además, producir con precios más estables a lo largo del año, y no de los cíclicos actuales, por mantenimiento de equilibrios de oferta-demanda, en gran medida irreal.

6 - FORMA DE PROMOCIONAR EL CONSUMO DE CARNE

No entraré en la posible mejora de los precios de la canal de conejo desde un punto de vista de mejorar la productividad, tanto a nivel de cunicultores, como de los transformadores y de los medios de distribución, alcanzándose una producción regular a lo largo del año -hoy día el precio abonado al productor suele oscilar en un 50 % más en diciembre que en los meses de junio, julio...-.

Quisiera referirme a la promoción exclusivamente. Tenemos varios campos de actuación, que son los que siguen las grandes empresas:

- A: Conocer las apetencias de los consumidores,
- B: Organizar circuitos de calidad (interprofesional?, excedentes?),
- C: Normalizar y diversificar el producto.
- D: Promocionar el producto. Potenciar las ventas sobre otros productos.

A) Se han realizado pocos estudios en España - y ninguno a gran escala- para conocer más las apetencias del mercado. No sólo el potencial o la forma de presentación de las canales de conejo, como ha realizado algún matadero y algunas asociaciones, que yo conozca, si no los test significativos para conocer «in extenso» lo que realmente puede interesar al consumidor. Estos estudios, costosos para empresas individuales, pueden hacerse si son encargados por agrupaciones, con o sin ayudas oficiales, o hacerlas con medios mínimos, pero todos y siempre con el mismo baremo de comparación.

¿Porqué en Levante -de Girona a Murcia- se consume carne de conejo en más de tres veces por habitante que el Centro o Sur?, ¿Quién consume más frecuentemente y porqué?, ¿Cómo querrían la presentación de la carne de conejo?, etc. etc. Es imprescindible conocer estos datos, no sólo opiniones de «expertos». Todas estas connotaciones son válidas para evitar frecuentes errores en el diseño de la promoción.

B) Aún reconociendo la complejidad, y que algo ya se está haciendo a través de ASESCU y de otras agrupaciones, es imprescindible «ir todos a una».

Sólo con un objetivo común, con todos los sectores involucrados, pueden conseguirse acciones de altura. Unica forma de conseguir que la Administración acepte a este sector ganadero-alimentario al nivel de otros, que por su situación y dedicación se merece cómo el que más.

Una forma de acción es a través de las Interprofesionales, que funcionan en la U.E. y cuyo proyecto está ya en el Congreso de los Diputados a



Ejemplo de presentación de «chuletas de lomo de conejo» propuesta por el autor en el Symposium de ASESCU, y hoy día seguida por varios mataderos.



LEONADO DE BORGOÑA
(Fauve de Bourgne)



CALIFORNIA



CALICARDO SIAMES



NEO ZELANDES
(New Zeland)



BELIER



BOUSCAT

Disponemos de nuevas líneas, principalmente en Neozelandés y California.

Servicios a domicilio con camión acondicionado.

¡VISITENOS!

Granja asociada a:



CUNICULTURA FREIXER

GRANJA CAN RAFAEL

Especialistas en producción y razas de conejos

Nº 750/001 del Registro Oficial de Granjas Cuniculas de la Generalitat de Catalunya

C/. Pont, 48 - **08580 SANT QUIRZE DE BESORA** (Barcelona) España

Granja Santa Maria de Besora, Ctra. de Vidrà, Km. 5,600

Tel. (93) 852 90 02 - Fax (93) 852 90 51

la espera de la resolución favorable, aunque primero irán los «grandes temas»... si no lo remedia nadie. En la futura Interprofesional, que estoy seguro será una excelente ayuda al sector, estarán englobados todos los relacionados con la cunicultura: productores, transformadores y distribuidores. Sólo así se tomarán acciones conjuntas, ya que esta es su finalidad. Al no estar relacionadas con la Administración, tendrá mayor poder decisorio en bien del sector.

Otra gran ventaja de esta y otras agrupaciones, asociaciones, SAT, etc. es la posibilidad de mantener un precio estable, al poder actuar sobre posibles excedentes que podrían servir para evitar importaciones en momentos críticos o políticos.

C) El producto a ofrecer, en este caso las canales de conejo, debe ser de alta calidad y completamente normalizado, con seguimiento de las legislaciones vigentes, y de futuras que puedan llegar, para que sean ofrecidos los mismos productos en todos los mercados, sean canales enteras, troceadas o preparadas con los mismos sistemas de envasado, así como los de precocción, ahumado, congelado, etc.

Cuanto mayor sea la oferta de productos que pueden darse para que el público pueda elegir, mejor será el resultado. El tener mayor oportunidad los compradores -normalmente las amas de casa o los encargados de compras de los restaurantes y hoteles- de que vean satisfechos sus deseos de producto, lo comprarán con mayor asiduidad. Posiblemente a quien no le apetezca un conejo entero puede, por ejemplo, adquirir lomo de conejo en chuletilas, sustituyendo las de cordero o cabrito, etc.

D) Aún disponiendo de todo lo anterior, y de forma correcta, será difícil de aumentar el consumo de carne de conejo, ya que para ello es imprescindible cambiar los hábitos de compra de un determinado porcentaje de público, logrando que adquiriera más frecuentemente conejo, o que lo pida en los restaurantes, dejando de consumir otras carnes en la misma proporción.

! La promoción es la única solución !

Las cosas simples son las más fáciles de entender y de llevar a la práctica. Y de aquí llegamos a una pregunta simple: ¿que debemos hacer para decidir la mejor promoción?, ¿cual es el distingo negativo de la carne de conejo que hace no sea adquirida por muchos?.

La respuesta a ambas preguntas, por supuesto no es el precio, como hemos visto.

De las carnes «caras» los españoles consumimos 20 Kg al año, y sólo 5 Kg de las de tipo «medio» entre las que forma parte la carne de conejo.

VENTAJAS DE LA CARNE DE CONEJO

- 1 - Tamaño apto para una comida familiar.
- 2 - Acepta muchas recetas culinarias, desde la plancha hasta la alta cocina, pasando por la popular paella.
- 3 - Canal de carne blanca en su totalidad.
- 4 - Carne con el más alto contenido proteico; entre todas, la que contiene menor grasa, la de menor contenido en colesterol, en ácidos grasos saturados y sodio.

DESVENTAJAS PERCIBIDAS DE LA CARNE DE CONEJO

- 1 - Connotaciones de animal dulce y pacífico, «humanizado» por cuentos y dibujos animados de la cultura anglo-sajona, adquiriendo la connotación de casi un animal de compañía.
- 2 - Prevenciones hacia el aspecto de las canales -forma corporal, ausencia de color en los ojos de los conejos albinos -hoy mayoría-, pero fácil de remediar genéticamente...
- 3 - Mala traducción del libro Levítico, confundiendo el damán con el conejo, desconocido en el hábitat de Moises, y su definición como «impuro» ha influido en el hebraísmo.
- 4 - Exceso de huesos, con producción de esquirlas (cuando tienen un 18 % menos que otras canales)
- 5 - Recordatorio de la variable calidad de los conejos de hace años, o por confundirlos con conejos silvestres (caza) -generalmente lo contrario de la realidad-
- 6 - Insistencia de problemas de patología, cuando es bien sabido que todos los animales pueden padecer enfermedades y más aún antropozoonóticas de las que el conejo carece.
- 7 - Cuartos desiguales. Debe trocearse si puede ser en octavos.
- 8 - Aburrimiento de prepararse siempre bajo la misma receta típica (Hay que difundir otras formas de preparar el conejo).

Los puntos negativos merecen una respuesta puntual, ya que la mayoría de suposiciones o recuerdos del pasado, y de algunos cabría la conveniencia de promoción al detallista, como evitar cortar por norma la canal a lo largo del espinazo, si se les pide troceado, cortando sin embargo el lomo en rodajas, como si de salsichón se tratara, o argumentándoles de la mayor atracción si colocasen las canales con la parte de los muslos y lomo hacia la visión del comprador, en lugar de presentar las cabezas. Muchas de las compras diarias se deciden en el momento de ver el producto.

Los puntos positivos, y es posible que haya otros, son todos interesantes, pero debiendo escoger uno, lo que parece más atractivo, en una época en que la salud y la mejora del aspecto están de moda, es el punto 4, que puede resumirse en que constituye una

CARNE DIETETICA. Detalle que pasamos a ampliar a continuación, si bien no conviene exagerar los tecnicismos si queremos ser inteligibles para los consumidores.

Hace más impacto y se logra mayor aceptación **describir los beneficios que aporta el producto**, que explicar lo que es o porqué lo hace. Dicho de otra forma: vende más anunciar que «MANTIENE LA ESBELTEZ», que decir «SOLO CONTIENE UN 4 % DE GRASA».

7 - GRANDES VENTAJAS DIETETICAS DE LA CARNE DE CONEJO

La cualidad de la proteína no varía sensiblemente de una carne a otra, y por lo tanto no podemos presentar a la de conejo como con mayor valor biológico ni con más aminoácidos, pero sí tiene mayor proporción de proteína que todas las demás, como puede verse en la tabla 3.

Aparte del alto contenido de proteínas, principal valoración nutritiva, la carne de conejo es tenida como la más interesante dietéticamente, por ser la de menor contenido en grasa, especialmente de la grasa compuesta por ácidos grasos saturados, que es la dieta de prevención del riesgo de las enfermedades coronarias.

Por otro lado, la carne de conejo es la más rica entre todas en ácidos grasos poli-insaturados, que precisamente son los que favorecen la destrucción de los ateromas en personas con problemas cardiocirculatorios, al incrementar la fracción de lipoproteínas de alta calidad (HDL) necesarias para un correcto transporte del colesterol.

Dentro de los lípidos está el «denostado» aunque indispensable colesterol, del que la carne de conejo es la que menos tiene entre todas. Sólo de 50 a 80

mg/100 g, comparado con otras que poseen de 90 a 160 mg/100 g.

La hipercolesterolemia es una anomalía frecuente y preocupante, siendo un tema de conversación entre los que se superamos la cuarentena... Conviene de todos modos recordar que tiene más influencia en la patología cardiovascular, el alto nivel de ácidos grasos saturados y la falta de poli-insaturados, que el propio nivel de colesterol, gran parte obtenido por autoproducción.

Puede comprobarse en la tabla 3 que la relación proteína/grasa es más de 7 veces superior en el conejo que en el cordero, y caso 11 veces superior que la del cerdo (!).

Ello es óptimo para los que deseen proteínas de alta calidad, sin los inconvenientes de la grasa, que va de los niños de la más temprana edad, hasta las personas más ancianas, pasando por los que quieren perder peso o mantener la figura, e incluso para los que deseen sobremuscular.

La carne de conejo debe ser bienvenida por toda persona que quiera prevenir o reducir riesgos de problemas cardiovasculares, como las enfermedades coronarias, hemiplejías, etc. y muchísimo más a los que se han diagnosticado problemas de este tipo. La carne de conejo tiene 8'5 veces menos cantidad de ácidos grasos saturados que la de cordero o de cerdo... Especialmente resulta favorable en las carnes de conejo la proporción de ácidos grasos poliinsaturados (los «buenos»).

Dentro de los minerales conviene destacar el sodio, ya que está asimismo relacionado con problemas cardíacos y con el sobrepeso. Las dietas de reducción de peso en casos de acumulación de líquidos, requieren dietas hiposódicas. Precisamente la carne de conejo sólo contiene 32 mg de sodio por cada 100 g de carne. Mucho menos que otras...

Tabla 3.- Diferencias de composición entre varias canales

Componentes	cordero	cerdo	pollo	conejo
agua	52 %	42 %	64 %	65 %
proteína	15 %	15 %	16 %	21,5 %
grasa	23 %	34 %	11 %	4,5 %
A.G. saturados	13 %	13 %	4 %	1,5
A.G. monoinsaturados	9 %	17 %	4 %	1,5
A.G. poliinsaturados	1 %	4 %	3 %	1,5
Rel. proteína/grasa	0,65	0,44	1,45	4,80
Rel. insat/saturados	0,77	1,61	1,75	2,00
Rel. poliins/monosat	0,11	0,23	0,75	1,00
Kcal./100 g carne	267	366	163	128
Rel g prot/100 Kcal	5,6	4,1	9,8	16,9



Cantidad de grasa, o diferentes ácidos grasos, de las principales canales, donde se pone de manifiesto la mínima proporción de grasa en el conejo y su mayor proporción de A.G. poliinsaturados -en color verde-, los cuales ayudan a reducir los ateromas de colesterol. Los «dañinos» son los saturados, en color azul celeste.

¿Han calculado los dietetistas que 100 g de queso tierno natural contiene tanto sodio (300 - 500 mg de Na) o más que 1 Kg de carne de conejo?... pese a tenérsele por dietético.

8 - TIPO DE PROMOCION Y MEDIOS A UTILIZAR

Cualquier promoción que consiguiera divulgar al público consumidor en general, o a las áreas o sectores más convenientes según encuesta de mercado, es la que conviene poner en práctica.

Directamente al público:

Desde los **folletos** u **hojas de recetas** a divulgar en el punto de venta -bien distribuidos- para evitar el cansancio y en especial para detallar las ventajas dietéticas, pasando por **posters** -bien presentados-, para incitar el consumo, hasta los grandes medios de masas como la **televisión** -con un mensaje y costo adecuado-.

Directamente a los recomendadores:

Denomino recomendadores a todas las personas, colectivos o instituciones, que pueden ayudar a que sea divulgado al público en general o individual, el mensaje de que es conveniente consumir más carne de conejo. Son los más efectivos.

Escritos en **revistas de gran difusión**, ya que la mayoría tienen páginas de dietética y de cocina... y no digamos caso de lograr comentarios positivos por **cocineros** de programas televisivos.

Escritos con la firma de conocidos **especialistas**, tanto médicos en las **revistas sobre dietética**, o en las de cardiología, textos escritos por cocineros o gourmets en **revistas o libros de cocina** son de la máxima importancia. Nos referimos a la defensa y

difusión del conejo de granja, que nada tiene que ver con la caza...

Un buen folleto con puntualización sobre las características de la carne de conejo para los puntos de venta, incluyendo la forma de mostrarlo, mantenerlo y cortarlo, podría ayudar pues los vendedores saben que cuando se mejora la presentación, aumentan las ventas.

Directamente a la Administración:

La carne de conejo representa hoy día más de un 3 % del total de carnes consumidas, y NO recibe la atención de ningún estamento oficial en esta proporción, al considerarse algo minifundista.

No por agravio comparativo, sino por la ventaja sobre la balanza de pagos costo exportación/importación, por consumir los conejos productos e ingredientes de producción nacional, debería favorecerse desde las Administraciones de Comercio y las de Agricultura su producción y por las de salud o dietéticas, su consumo. Es algo a insistirles en cualquier oportunidad y que sólo a través de organizaciones importantes puede conseguirse.

9 - IMAGEN A TRANSMITIR

En cualquier medio utilizado debe imperar muchísimo más el transmitir un deseo de consumo -lo que en publicidad se llama «impacto»- que los estéticos u originales.

Por ejemplo, al contrario de la mayoría de las acciones publicitarias llevadas a cabo por el sector, debe proscribirse resaltar la imagen de conejos vivos, en foto o en dibujo, aún que sea en forma de figura humorística. La imagen de algo que sugiera «un lindo animal, limpio, dulce y bondadoso» crea al mismo tiempo rechace: NO INDUCE A COMERLO.

La imagen debe ser de platos con conejo de forma visible y atractiva, con personas de distintas edades resaltando los beneficios del consumo.

«COMA CONEJO, LA CARNE DIETÉTICA», «REDUZCA LOS RIESGOS CORONARIOS CONSUMIENDO CARNE DE CONEJO», «CONSUMIR CONEJO AYUDA A ADELGAZAR Y MANTENERSE EN FORMA» ... son ejemplos positivos.

Describir todos los posibles slogans, que deberían testarse antes, y describir todos los medios de promoción y de publicidad no es el objetivo de este escrito, si no que por la experiencia de 30 años en el sector cunícola y por haber estado en una empresa con mucha relación con el marketing y la publicidad, quisiera sólo dar algunas ideas, previo estudio de cada caso, y especialmente recomendar la conveniencia de que como mínimo «se haga algo».

El público en general, por la mejora de su salud y aspecto, y el sector relacionado con la producción, transformación y distribución de carne de conejo, son merecedores de este aumento esperado en el consumo de esta carne. ■