Encuesta

1994 se presenta como un año difícil para el subsector cunícola. Boletín de Cunicultura quiere manifestar públicamente la inquietud del sector mediante la publicación en su nº 72 (Marzo-Abril) de una encuesta realizada entre personalidades que trabajan en distintos ámbitos.

PREGUNTAS

1. ¿Cuál es la causa de la actual situación que atraviesa el sector cunícola en España?

2.- Hemos tocado fondo o la problemática puede agravarse. ¿Por qué?

3.- Según sus manifestaciones anteriores, opina Ud. que, ¿existe algún camino o vía de solución?

4.- Lance un mensaje a quien considere oportuno y en los términos que desee.

RESPUESTAS

Sr. César Broto Vinaixa
Presidente de CUNICAMP, S.C.C.L.

1.- Exceso de producción.

Motivado por la actual crisis laboral, ya que muchas personas ajenas al mundo de la cunicultura y como alternativa a su situación se dejan influenciar por los informes de las diversas empresas del sector (instaladores de granjas,...), sin asesoramiento previo y lamentablemente una vez entrados en producción se dan cuenta de la realidad, la cruel crisis actual, quedando la mayoría de las veces sin medios para afrontarla.

En el momento de actual crisis económica, forzosamente disminuye el consumo de carne de un precio medio, y sobretodo cuando la carne de porcino como alternativa está al alcance del ama de casa; por tanto tenemos la obligación de promocionar más la excelencia de la carne de conejo, a través de los diferentes organismos administrativos, ya que ni los productores ni los mataderos, tienen recursos para esto. Recursos que si no es a través de las diferentes asociaciones no se podrán obtener.

2.- Creemos que estamos tocando fondo, ya que a los precios actuales comienzan a cerrar granjas, al no poder hacer frente a los altos precios de los piensos que rigen actualmente en el mercado y al bajo precio pagado por el producto vivo.

La explotación cunícola como consecuencia de las diversas técnicas empleadas actualmente, con un incremento generalizado aproximadamente de un 20% de producción, es suficiente para dejar de ser un trabajo rentable por su resultado económico obtenido no sólo en el presente sino también en el futuro, si no sabemos incrementar el consumo.

3.- Tenemos un mercado europeo con inmensas posibilidades, mientras nuestra moneda esté al precio actual y los precios están como ahora o en alza.

Nuestra salida es el mercado europeo contando con la presentación adecuada en el mismo y creando marcas que distingan el producto.

No hay ninguna otra solución que crear asociaciones (Cooperativas,...) suficientemente fuertes por zonas o por provincias, con el objetivo de crear unas unidades importantes donde poder defender sus intereses de compra, matanza y comercialización, para poder obtener producciones más económicas por el conjunto de compras y obtener una cuota comercialización y mercado del conejo.

4.- No nos podemos dejar manipular por más tiempo por las multinacionales y medianas empresas que hacen su agosto obteniendo grandes beneficios, aprovechando la falta de información y poca defensa que tiene el cunicultor por su pequeña dimensión y que a través de sistemáticas campañas de márqueting desvirtuan la verdadera necesidad que existe, que es la asociación.

A través de las diversas asociaciones se deben recabar y obtener las inmensas ayudas administrativas que existen para el sector y que en cualquier oficina administrativa de Agricultura, Ganadería y Pesca, les asesorará.

Sr. Javier Gomez
Presidente de BOZANO, S.L.

1.- Con referencia a su primera pregunta de cual es la causa de la actual situación que atraviesa el sector cunícola en España hay cuatro posibles razones.

a) Menos consumo provocado por el menor poder adquisitivo.

b) Importaciones de conejo francés en momentos claves destabilizando las precios.

c) Exceso de oferta por parte del sector comercial en determinadas plazas debido a falta de planificaciones a medio plazo.

d) Aparente saturación del mercado debido al aumento de oferta y no haber atraído al consumidor joven.

2.- Respecto a la segunda pregunta sobre si hemos tocado fondo o no, pienso que sí, que hemos tocado fondo pero no preveo una mejora rápida porque no se nota ninguna mejoría en ninguno de los factores que inciden en las producciones y consumos actuales.

3.- Sobre si existe algún camino o vía de solución pienso que puede haber varias pero creo que todas deben partir de una empresa mixta (Interprofesional) que desarrolle y canalice las actuaciones y ayudas que pueda haber de las Administraciones y de los distintos sectores.

4.- Mi mensaje es para incidir en el punto anterior solamente unidos e integrados en Asociaciones lo más neutras posibles podremos trabajar para que la cunicultura mejore para todos.

Sr. José Antonio Montoliu Calatayud
Presidente de FEDERACIÓN PROVINCIAL DE CUNICULTORES DE CASTELLÓN

1.- Deficiente comercialización.
Bajo consumo.
Importaciones.
Deficiente extructura productiva.

2.- Si, puede agravarse si no se reestructuran las explotaciones y los canales de comecialización.

3.- Ser más competitivos. Modernizando explotaciones e intervenir en los canales de comercialización.

Son necesarias las ayudas de la Administración para poder reestructurar las explotaciones, así como para la formación de los cunicultores.

Los eslabones de la comercialización deberían estar en manos de los cunicultores para poder beneficiarse del valor añadido de esta actividad.

Esto se debería lograr a través de Sociedades o Cooperativas, ya que de forma individual es muy difícil alcanzar estos objetivos.

También sería conveniente el poder conseguir precios de referencia y de intervención.

4.- Se debe fomentar al máximo las Asociaciones y Cooperativas, apuntando a que en un futuro próximo se puedan formar Agrupaciones de productores, que puedan controlar y regular el mercado.

Sr. Enric Solé
Presidente de ASEMUCE

1.- Posiblemente debiéramos hablar de varias causas que en la situación actual se suman dando como resultado la crisis que nos afecta. Incremento de la oferta ya sea interior como exterior; recesión del consumo a causa de la crisis general e inexistencia de una estrategia comercial que favorezca el mantenimiento del consumo.

2.- Dadas las actuales circunstancias por las que atraviesa nuestra economía es difícil predecir cual va a

ser el inmediato futuro puesto que dependerá en gran parte de la evolución general del país. Por lo que al sector se refiere posiblemente estemos en el fondo del bache, lo que no sabemos es cuanto tiempo permaneceremos en el.

3.- Las únicas vías reales y que son de aplicación para todos los sectores de la economía són:

- disminuir los costes de producción de todos los componentes del sector.
- invertir en la comercialización.
- poner trabas legales a la competencia que viene del exterior.

4.- Es importante reflexionar sobre dos cuestiones:

- Cual es el futuro que deseamos para la carne de conejo.
- Que papel deben desarrollar las asociaciones, las agrupaciones de productores, cooperativas etc. entendidas solamente como armas defensa y casi nunca como ejemplos de eficiencia y competitividad.

Sr. Xabier Arriolabengoa
Presidente de CONACUN

1.- La causa fundamental es el exceso de producción. La oferta supera a la demanda y para que esa balanza se equilibre bajan los precios. Aunque ésta es la causa fundamental hay otros factores estructurales que influyen en la merma del poder adquisitivo del cunicultor.

Las Lonjas.- Muchas y descoordinadas. Para que haya una competencia normal en el mercado, no puede haber grandes diferencias en los precios del conejo. En un mercado en alza, una lonja que cotice por debajo, impide a los demás llegar al precio lógico porque luego tienen que competir en las mismas plazas. En un mercado a la baja, las distintas lonjas compiten por bajar los precios más que los demás para así tener ventaja en el mercado. En un caso u otro, lo pagamos los cunicultores. Un ejemplo clarísimo de esta situación lo hemos vivido a finales del 93 y comienzos del 94. En el periodo navideño, se bajaron los precios a niveles ilógicos en una carrera por sacar ventaja a competidores de otras zonas.

Durante el mes de Enero, hubo falta de conejos pero no se subieron a donde tenían que subir los precios porque algunas lonjas (Bellpuig, Madrid y Silleda) no lo hacían y arrastraban a los demás.

Los piratas.- Aquellos mataderos que aprovechándose de la situación pagan por debajo de los precios de cotización. No olvidemos que en toda transacción intervienen dos partes, y tanta culpa tienen unos y otros. No vendamos los conejos por debajo de los precios de cotización, porque además de cobrar menos dañamos al sector en general.

Las importaciones.- Por todos es sabido que al otro lado de la frontera, el conejo no cuesta más barato que aquí. Sin embargo cuando tienen excedentes importantes nos lo envían como hicieron el verano último, y lo hacen porque tienen estructuras y organizaciones capaces de hacerlo, de lo que nosotros adolecemos.

Atomización del sector.- Mataderos muchos y pequeños, con instalaciones infrautilizadas, y por ello con costos excesivos, encerrados en su "pequeño mercado" incapaces de afrontar una política comercial con miras más anchas y de futuro.

Muchos cunicultores, todavía fuera de las agrupaciones, lamentándonos continuamente, pero sin poner medios necesarios para paliar la situación. La descoordinación y desinformación de estos cunicultores, les convierte en parte de los piratas.

2.- Ante esta situación, los cunicultores, si queremos sobrevivir, tendremos que producir más y mejor (con menos costos), automáticamente aumenta la producción y nos convertimos en la pescadilla que se muerde la cola.

Por otra parte, aunque la devaluación de la peseta nos favorece, no creo que sea obstáculo para las importaciones francesas en perídodos excedentarios, pues estos no buscan el beneficio inmediato sino regularizan su propio mercado.

Esta situación nos llevará a una reestructuración feroz, en la que los cunicultores con costos más altos (bien por gastos financieros o por bajas producciones) serán (seremos) los que nos quedemos en el camino.

En definitiva, aunque no creo que sea posible empeorar mucho la situación del 93, desde luego no se ve todavía el final del túnel.

3.- Por parte de las Administraciones, que se obstaculice la creación de nuevas instalaciones, o por lo menos que no las promuevan.

- Por parte de los cunicultores, que se asocien y creen servicios comunes para defenderse de la situación.
- Necesitamos una coordinación entre las distintas lonjas de cotización del conejo. No se vende ni un conejo ni medio más, por mucho que el precio esté por debajo de un mínimo aceptable.

4.- Necesitamos crear estructuras que gestionen el problema de excedentes y promocionen el producto.

No hay una varita mágica, que nos devuelva a los años 90-91, pero entre todos podremos paliar los desastres. ■