

SITUACION DE LA CUNICULTURA EN GALICIA: "EMPRESAS Y SERVICIOS"

José Manuel López

Coren

INTRODUCCIÓN

A la hora de hacer una aproximación a este aspecto de la cunicultura en Galicia, nos encontramos con dos inconvenientes:

- Ausencia de cifras realistas.
- Poca transparencia de datos.

que condicionan mucho cualquier trabajo que se intente hacer.

Para entender el papel que desempeñan las empresas hay que hacer una pequeña referencia a la situación de la producción, que está marcada por unos determinados hechos:

1. A consecuencia de los años de bonanza en el precio de venta del conejo (1990 y 1991), se lograron unos márgenes de beneficio muy altos, lo cual animó a la instalación de nuevas y numerosas granjas de conejos, que se acostumbraron a producir sin reparar mucho en los costes de producción ya que el beneficio (aún produciendo con altos costes) era considerable.

2. Bajada progresiva de precios desde entonces, siendo especialmente fuerte el pasado año y sin visos de recuperación en el actual, al bajar así los precios de venta del conejo, se redujeron significativamente los márgenes de beneficio y mucha gente comenzó a sufrir pérdidas; parte realizaron las inversiones y modificaciones en la explotación para adaptarse a la nueva situación, y el resto siguió como estaba, limitándose a esperar una recuperación rápida y fuerte del sector.

Por tanto se puede considerar que en Galicia nos encontramos con:

- Una profunda y prolongada crisis de precios del kg. de conejo (218 pts. en Silleda en 1993).
- Baja productividad en general.
- Mala calidad genética en las granjas (consecuencia de una gran desinformación a la que se ha sometido a los cunicultores y a la lógica desconfianza de estos, que les lleva a considerarse autosuficientes en este y otros aspectos).
- Altos costes de producción (Ic. global > 4, en general, aunque estimar este dato es difícil y arriesgado).

A consecuencia del alto coste de producción, del bajo precio de venta del conejo, el margen de beneficio disminuye y el cunicultor intenta reducir gastos haciéndolo en la mayoría de los casos de una forma indiscriminada y mal planificada:

- Piensos más baratos (sin valorar lo suficiente la relación precio/calidad).
- Reducción de la tasa de renovación de animales.
- Aumento descontrolado de la autorreposición.

Comprometiéndose así la calidad genética de la explotación así como el estado sanitario de los animales y agravándose el problema de baja producción a medio plazo.

Empresas relacionadas con cunicultura (excepto mataderos y comercialización)

1. Fábricas de pienso
2. Materiales y equipos
3. Medicamentos
4. Proveedores de animales

1. Fábricas de pienso

Se puede considerar que además de suministrar el pienso a las explotaciones, prestan la mayoría de servicios que demanda el sector, con medios propios o ajenos (laboratorio de control de calidad de materias primas y piensos, servicio veterinario, asesoramiento técnico-económico, laboratorio de patología y análisis de agua), siendo aquellas empresas que aparte de fabricar pienso tienen una completa actividad ganadera y comercial, las que tienen más medios propios a su disposición y por tanto más fiabilidad y calidad tendrán sus productos.

Empresas que venden pienso en Galicia (salvo error u omisión)

Por orden alfabético:

BIONA	CIA
COPAGRO	COREN
FORMAX	FORZA
GUISSONA	HENS
HORREO	INVE
NANTA (GRUPO)	NASA
PURINA	UTEGA

Estimación de consumo de pienso en Galicia (mensual)	
Gazapos sacrificados en mataderos al més (Fuente: Cogal)	450.000
Censo estimado de conejas en producción:	120.000 - 130.000
Pienso consumido al mes (estimando 100 conejas/3.700 kg. de consumo mensual en la granja)	
	4.500 a 5.000 toneladas al mes (4,5 a 5 millones de kg./mes)
Nº de fábricas de pienso que venden en Galicia (salvo error u omisión)	14

De estos datos se extrae que existe una gran competencia en el sector, ya que hay muchas fábricas en un mercado estabilizado o en ligera regresión (por ahora).

La situación se complica por el aumento de precios de los piensos (devaluación de la peseta y aumento de coste de las materias primas); ante esto, algunas empresas, para intentar mantener ventas no suben los precios en la cuantía exigida para mantener la calidad, resintiéndose así ésta y nutriéndose la desconfianza natural del cunicultor hacia los piensos.

Esta competencia tan grande, lleva a algunas empresas a recurrir a técnicas de captación de clientes que rozan el absurdo a la hora de prometer resultados milagrosos con su producto y a imputar enormes males a la competencia del tipo de:

- El pienso de la competencia "engrasa" a los reproductores.
- El pienso de la competencia da poco "rendimiento".
- El pienso de la competencia tiene un I.c. global malo.

Y otros por el estilo, cuando es prácticamente imposible disponer de datos fiables de estos parámetros para hacer este tipo de juicios (la información obtenida así es "oral" y empírica; no hay datos publicados de pruebas serias que avalen estos juicios y comparaciones entre distintas marcas). Prometiéndose alegremente resultados con el producto propio que rozan lo sobrenatural (velocidades de crecimiento imposibles, producción láctea desorbitada, etc...), aumentando así la confusión en el cunicultor a corto plazo, aunque en un plazo medio-largo, éste se acaba dando cuenta de cual es el pienso que más beneficio le deja (kg. de carne vendido con el menor costo posible en alimentación), y de cuál es la empresa que más servicios le cubre **realmente**.

Oferta de piensos

En Galicia se usa mayoritariamente un pienso único (estando esto condicionado por la existencia de un sólo silo y por la facilidad en el manejo de la alimentación), aunque la tendencia lógica, debe ser a que se imponga la idea de disponer de un pienso distinto para la maternidad y el engorde, pero esto exigirá de las fábricas una capacidad técnica que asegure que estos dos piensos sean realmente distintos.

Con la evolución que se va a producir en la cunicultura (genética, manejo, gestión técnica-económica, etc...), deberá producirse una adaptación de las fábricas a una nueva

situación del sector, que más temprano que tarde se ha de producir, para ser competitivos en un mercado tan difícil como éste.

2. Materiales y equipos.

3. Medicamentos

De ambos aspectos no se puede decir que en Galicia haya una diferencia significativa respecto al resto de España, que no sea la propia idiosincrasia del cunicultor gallego.

4. Proveedores de animales

En Galicia sólo se realiza un programa de multiplicación como tal, es decir, con una continua comunicación con el seleccionador y un constante intercambio de resultados técnicos, para llevar a cabo dicho programa.

Esto se lleva a cabo dentro de dos sociedades cooperativas que suministran parentales a sus socios y así se tiene un cierto control sobre la genética de las explotaciones, haciéndose una reposición constante y ordenada. Ambas empresas trabajan con el mismo producto (Híbrido "Hyplus").

No obstante, en la mayoría de las explotaciones se hace autorreposición con entradas esporádicas de animales, no siguiendo en la mayoría de los casos plan alguno de mejora, quedándose sólo en resultados inmediatos y totalmente empíricos que en cualquier momento pueden abandonar y "probar" otros animales de razas o estirpes distintas.

Pero no toda la culpa es del cunicultor, sino que es en este campo de la cunicultura, donde más se nota la desinformación y la desconfianza que reina en el sector, no teniendo prácticamente el cunicultor garantía alguna sobre la calidad genética de los animales que compra, convirtiéndose este aprovisionamiento, en una pequeña lotería; esto sólo se podrá paliar si las granjas de "selección" y multiplicación que hay en España están integradas en una agrupación donde se sometan a un control periódico de sus programas de mejora genética o de multiplicación y que cada animal que se venda vaya acompañado de una carta de origen que garantice que lo que se compra por su calidad genética sea lo que se recibe, así como que el animal se reciba en un correcto estado sanitario y con las vacunas correspondientes y así evitar al cunicultor "sorpresas" que alimenten más aún su natural aislamiento y desconfianza.