



Balance económico del sector productor cunícola en 2007

Gregorio Rodríguez

Una vez concluido el año 2007, que calificamos sin lugar a dudas como el de la peor crisis económica en la historia de la cunicultura, creemos conveniente reflejar de forma resumida las cifras de referencia que sirven para determinar la situación general de esta actividad del sector primario.

El coste medio de producción se sitúa al concluir el año en el entorno de los 2,01 € por Kg. de conejo vivo producido, mientras que el precio medio percibido por el productor ha oscilado entre 1,38 y 1,49 €/Kg. vivo, dependiendo de la Lonja que sirva de referencia en cada caso.

De este modo el balance final es una pérdida neta de 0,59 €/Kg. de conejo vivo comercializado, por lo que una explotación media de 600 reproductoras acumula pérdidas durante el año 2007 de 40.000 €, que para actividades económicas de tamaño y recursos reducidos, representa el quebranto de la economía familiar.

Para el total del sector productor las pérdidas acumuladas a lo largo del año 2007 se elevan a 82.000.000 €.

En cuanto a las causas fundamentales que originan esta situación, debemos recordar lo ya manifestado públicamente en varias ocasiones, y es que la situación de crisis de nuestro sector agroalimentario se debe a dos razones:

- Un **desequilibrio coyuntural entre oferta y demanda** del mercado de la carne de conejo que ha provocado, casi durante todo el año, que se haya debido comercializar esta carne por debajo de costes, agravado con el desplome del precio de la piel de conejo percibido por los mataderos.
- Una cuestión, que en principio pudo parecer también coyuntural, pero que el tiempo y las expectativas han consolidado como **incremento estructural de costes, consecuencia del consabido aumento del precio de las materias primas**. Así, en el momento de emitir este documento, en el caso del sector cunícola el aumento del precio del pienso compuesto supone un 45% con respecto a la situación anterior, que en el cómputo total de los costes de producción representa un aumento de más del 20%.

En cuanto al primer factor, siendo importante, no deja de ser una situación transitoria por la que nuestro sector, como tantos otros, atraviesa periódicamente y que suelen resolverse con el cese de un porcentaje reducido de los operadores que en ese momento no reúnen las condiciones óptimas, restableciéndose así de nuevo el equilibrio entre oferta y demanda, pero que por sí sola no es capaz de producir unos efectos tan devastadores como los ocurridos. Es por tanto el segundo elemento el que provoca, a nuestro juicio, y coincidiendo en el tiempo con el primero, la situación de ahogo económico por el que atravesamos. Pero que además, y por ello su calificación de estructural, este desproporcionado incremento permanecerá cuando desaparezca el primer factor enumerado, comprometiendo de forma decisiva la rentabilidad de las explotaciones cunícolas que puedan sobrevivir a esta dramática reestructuración de nuestro subsector ganadero. Hay que poner de relieve que esta situación, si bien ha ido agravándose con el paso de las semanas, fue puesta de manifiesto de manera formal y cuantificada desde mediados del año 2007 a las más altas instancias del Ministerio de Agricultura de la mano del resto de los subsectores ganaderos. Lamentablemente, la actitud de este Ministerio, ha sido en todo momento la de intentar paliar este gravísimo problema con soluciones parciales y de escasa o nula repercusión sobre el efecto real en el precio que el ganadero debe pagar por el pienso compuesto.

En lo referente a la primera de las cuestiones, hay que hacer mención a la campaña de promoción en la que se incluía la edición de un millón de recetarios y cinco degustaciones en diferentes centros comerciales con una dotación presupuestaria total de 36.000 €. En el ámbito de una de estas acciones de degustación fue donde tuvo lugar la presencia del secretario general de Ganadería del MAPA y las declaraciones que después provocaron no pocos titulares de prensa en casi todos los medios de comunicación, no siempre enmarcándolas en el contexto en que se produjeron, y dándoles así una intencionalidad distinta de aquella con la que se emitieron. Debemos decir que los efectos sobre el consumo de la carne de conejo de esta repercusión mediática fueron transmitidas de forma desproporcionada en un sentido y en el contrario, de manera que tanto la euforia desbordada publicada en ocasiones en referencia al incremento del consumo durante la primera y segunda semanas, como la calificación de este hecho como "inconveniente" por el descenso del consumo en la segunda y tercera semanas de este año 2008, nos parecen inapropiadas.

Dado que fueron publicadas muchas consideraciones al respecto, debemos decir que sólo nos hacemos responsables de lo emitido de nuestro puño y letra o de los textos íntegros de las declaraciones efectuadas por personas acreditadas de nuestra Organización, en los que se añaden todos los matices necesarios para la perfecta comprensión de la cuestión tratada.

La valoración objetiva del efecto real debemos hacerla en la repercusión plasmada en los precios de Lonja del conejo en vivo durante el tiempo que duró el efecto. En este sentido hay que decir que durante las 5 semanas que se mantuvo dicho efecto positivo, la Lonja experimentó una subida del 10,3%, mientras que en las mismas semanas de los 14 años anteriores se produjo un descenso medio del 19,1%.

Así pues, el balance neto es de un 29,4% de diferencia entre lo que ha ocurrido a finales de 2007 y principios de 2008 en comparación con los 14 años anteriores. Por tanto no dudamos en calificar de bueno el resultado de esta campaña ni en mostrar públicamente nuestro agradecimiento al MAPA, que desde luego es anterior al resultado final, dado que la intención de ayuda es independiente del desenlace.

Ahora bien, no es menos cierto, que finalizadas las fechas Navideñas, y ya en pleno mes de enero, el consumo de la carne de conejo, como viene siendo habitual, comenzó a ser inferior a la oferta, y desde la segunda semana del 2008 se volvió a acumular de nuevo mercancía en las

cámaras frigoríficas de los mataderos. Esta situación es la previsible en estas fechas, y a pesar del efecto positivo conseguido en las semanas anteriores, el impulso obtenido no es suficiente para paliar este descenso.

Seguramente el impulso obtenido por la repercusión de la mencionada campaña de promoción habrá dejado un sedimento a favor del consumo de esta saludable carne que todavía no podemos cuantificar, pero que ante variables de efecto poderoso como es la estacionalidad en determinadas épocas del año, no es capaz de modificar el balance negativo entre oferta y demanda una vez desaparecido el momento en el que la repercusión en medios de comunicación alcanzó su punto álgido. Una vez cuantificado el efecto de esta campaña, de nuevo debemos situarnos en el contexto general en el que el sector productor y comercializador cunícola se encuentra en la actualidad después de las pérdidas acumuladas durante todo el año 2007, en el que han comercializado sus productos por debajo de costes. De este modo, lo que en otras circunstancias habría sido un impulso importante para nuestra actividad, en la situación actual, y pasado el momento de mayor efecto, sea casi imperceptible y claramente insuficiente para cambiar la tendencia a corto plazo de, y de nuevo la sombra del cese en la actividad sobrevuela el ánimo de la práctica totalidad de los productores y mataderos de conejos.

Por ello debemos insistir en el hecho de que el principal elemento que provoca la situación de "quiebre técnica" en la que se encuentran las explotaciones de conejos es la subida del pienso compuesto para la alimentación de los animales, que supone una modificación estructural de la situación anterior, por lo que manifestamos abiertamente que las medidas destinadas a solventar situaciones coyunturales no son suficientes para perfilar un horizonte de cierta estabilidad en nuestro sector productor cunícola. Por ello instamos una vez más a las administraciones públicas para que sean capaces de asumir que ante un problema estructural, solo medidas de cambios estructurales y permanentes pueden permitir a nuestro sector productor y comercializador afrontar el futuro con un mínimo de garantías en una actividad con no pocas incertidumbres de manera ordinaria.

Así mismo, el propio sector productor y comercializador creemos de debe de asumir que las interrelaciones entre los diferentes operadores no pueden continuar regidas por las claves con las que se ha desarrollado hasta aquí. Por tanto debemos concluir que los necesarios cambios estructurales son responsabilidad de todos.