

tificial, etc. Quizás se trató el temario desde un punto de vista excesivamente técnico, lo que impidió se tocasen algunos de los temas con la precisión y las matizaciones que requieren las charlas dirigidas a los cunicultores.

Durante el transcurso del acto, se presentó a los asistentes el texto «Manual de la Producción de Conejos», del que es autora, y que comentamos en otro lugar de esta revista.

**«La comercialización de la carne de conejo, la cunicultura de Galicia ante la CEE e importancia de la producción y de la publicidad a la hora de vender».** Destacamos el notable interés de esta mesa redonda, que se hizo muy agradable. Bajo la presentación de D. Natalio García, presidente de COGAL, intervinieron diversos expertos dentro del campo de la producción, mataderos, distribución y las presidentas de las Asociaciones de Amas de Casa y Consumidores de Lugo y Vigo.

Por los productores, D. Paulino López señaló la trayectoria de los cunicultores y del mercado, estableciendo las bases de la cunicultura de los años 80 y 90, que será competitiva y tendrá que ganar mercado, en buena lid con carnes más baratas como el pollo, cuyo precio de carne es tres veces inferior.

El Sr. Natalio García como par-

te interesada en el matadero cooperativo indicó la dificultad para distribuir el conejo al lado de una carne como la del pollo; sentó las bases de que Galicia es un país poco consumidor con arreglo a su producción, de ahí que deba «exportar» gran parte de la carne que produce.

Seguidamente D. Javier López Madrigal, trató del tema de la competitividad del conejo gallego y nacional en general, con la entrada de canales francesas cuando los precios son algo altos, poniendo como ejemplo los «atascos» producidos a final de mayo, que han ocasionado el desplome de los precios. Expuso la realidad de una sociedad poco consumidora de carne de conejo, pero con tres grandes «estómagos»: Madrid y las zonas metropolitanas de Valencia y Barcelona.

La Sra. Eugenia Cantoneira, de los consumidores de Lugo, señaló los tabúes que rodean en algunos casos la carne de conejo a estas alturas, ocasionando a veces un cierto «temor» sobre su situación sanitaria.

Seguidamente la representante de los consumidores de Lugo señaló que todos somos consumidores, y que la mejora alimenticia es una consecuencia de la mejora de la calidad de vida a la que todos aspiramos. Galicia no se ha decidido por esta carne, a pesar de que la conoce bien, lo cual resulta pa-

radógico si contamos que esta zona produce ya el 20 % de la producción nacional. Ofreció toda su colaboración y servicios para las campañas de promoción que se creyeran oportunas en los locales de la Asociación viguesa.

El coloquio fue muy animado a pesar de que terminó muy tarde. Entre los asistentes flotaba la perplejidad de que en Galicia a veces es difícil encontrar conejos en los mercados, pese a que hay público suficiente para consumirlo y una posible demanda potencial que no se atiende debidamente.

Parece ser que la producción gallega es de 80.000 a 90.000 canales semanales, a las que hay que dar salida hacia Madrid fundamentalmente. Todos los esfuerzos que se hagan para dar a conocer la calidad del conejo parecen pocos para entrar en un mercado tan directo como desabastecido, por la razón del pez que se muerde la cola: «No se consume porque no hay servicio y no hay servicio porque no se consume.»

Se debe pasar del consumo minifundista a los mercados de las zonas urbanas (tiendas, grandes superficies, supermercados, etc.) por lo que es preciso llegar a formas de calidad garantizada: PRODUCTOS DE MARCA, CON UN MARCHAMO O DISTINCIÓN DE CALIDAD. En este sentido los mataderos y cooperativas se muestran cada vez más dispuestos a esta labor. F. Ll. R. ■



## El Matadero de la Cooperativa de Cunicultores de Cataluña

Pocas veces los cunicultores han contado con medios para terminar o cerrar la operación del ciclo productivo. La instalación de un matadero es ciertamente costoso, máxime si se trata de una planta homologada para vender los productos en Europa —nivel que pocos mataderos españoles poseen—. Sin caer en la integración, o en los contratos con o sin apellidos, la ini-

ciativa de la Federación de Asociaciones de Cunicultores de Cataluña de formar un matadero Cooperativo, significa una más de las de las posibilidades que pueden obtenerse de la colaboración entre los cunicultores, sin la tutela de mecenas.

La Cooperativa, que comenzó a funcionar el 5 de febrero de 1990 con 57 asociados, en mayo de 1991

cuenta con 72 socios y se halla próxima a la cobertura de sus primeros objetivos.

Hemos tenido un amplio diálogo con D. Josep Mestres, Presidente de la Federació, y uno de los directivos del matadero cooperativista. Creemos que nuestra conversación permite descubrir a los cunicultores españoles una faceta de gran importancia: la gestión empre-



**CANEMAR**

**GRANJA  
CUNICOLA**

**CANEMAR**

**GRANJA  
CUNICOLA**

— Isabel Perera Martin —

- **MEJORA GENÉTICA EN NEOZELANDÉS Y CALIFORNIA.**
- **CONTROL SANITARIO. MÁXIMA GARANTÍA.**
- **ENVIAMOS A DOMICILIO.**



\* Casa Campi, s/n. 25.712 BELLESTAR - Alt Urgell - LLEIDA  
Tel. (973) 352278 - 353584 - 350646

**AG DE GUISSONA**

## Sana energía para su ganado



FABRICAMOS PIENSOS  
PARA QUE MAS DE  
22.500 SOCIOS  
ALIMENTEN AL GANADO  
DE LA FORMA  
MAS SANA Y NATURAL

**AGROPECUARIA DE GUISSONA S.COOP. LTDA.**

Verge del Claustre, 32 - Tel. 55.00.00 - 25210 GUISSONA (Lleida)

sarial de su actividad ganadera y la necesidad de incentivar la calidad del producto.

### **¿Cómo surgió la idea del matadero de la Cooperativa de Cunicultura de Cataluña?**

Los cunicultores somos una rama de la actividad ganadera, que a pesar de haber mejorado nuestras técnicas de producción y la productividad de nuestras granjas, seguimos comercializando de la misma forma. Muchas de las actividades agrícolas y ganaderas han evolucionado notablemente, es por ello que se planteó la posibilidad de formar un grupo que además de ser criadores, pudiesen desarrollar una actividad en su línea ganadera: producción, sacrificio y comercialización.

### **Evidentemente es una experiencia muy singular, pero ¿cómo fue la primera andadura de este matadero cooperativo?**

Dentro de las posibilidades de nuestras asociaciones profesionales de la Federación, se ofreció la posibilidad de formar un grupo cooperativo para la nueva actividad. El proyecto suponía un desembolso importante, que requería además una financiación complementaria y podía contar con ayudas en buenas condiciones. El 2 de febrero del pasado año, se firmaron las escrituras. En este momento, el matadero de la Cooperativa contaba con 57 socios, que totalizaban 18.000 madres. El día 5 de febrero comenzó a funcionar... y ponerse en marcha el anhelado proyecto.

### **¿Ha habido aumento de socios desde aquella cifra inicial?**

Sí, hemos incrementado el número de granjas cooperadoras hasta 72 —cifra actual—. Los socios que deseen integrarse en el grupo deben pagar actualmente 400.000 ptas. —que es la parte del capital fundacional inicial— y 1.500 ptas., más por madre. Los socios antiguos que incrementan el número de madres presentes en sus explotaciones, deben darlo a conocer y pagar las 1.500 ptas., por madre; dicho montante está destinado a rebajar los gastos financieros que tiene la cooperativa a corto plazo.



El «Boletín de CUNICULTURA» ha tenido contacto con el matadero de la Cooperativa de Cunicultors de Catalunya. El Sr. Josep Mestres tuvo la amabilidad de explicar a nuestros lectores los rasgos más importantes de esta iniciativa, que lleva más de un año funcionando.

De la cifra inicial de madres que hemos señalado, hemos pasado a más de 25.000, cuya producción se destina íntegramente a nuestro matadero. Lógicamente esta no es nuestra única fuente de aprovisionamiento.

### **¿Porqué se adquirió un matadero existente y no se pensó en construir uno de nueva planta?**

En principio, la adquisición de un matadero existente nos resultaba mucho más operativo, pues podíamos iniciar nuestra actividad de forma inmediata, sin demoras que hubieran encarecido notablemente las cargas financieras. Por otra parte, el matadero adquirido tiene ciertas ventajas: zona de ubicación, instalaciones y equipo homologado por la CEE, capacidad de sacrificio, una cartera de clientes y personal capacitado.



### **¿Han introducido mejoras o cambios en las instalaciones?**

Partiendo de una unidad operativa suficiente, hemos acondicionado las diferentes secciones, hemos instalado una máquina —túnel para lavado y desinfección de jaulas de transporte, se ha ampliado la red de frío, se ha informatizado el control de pesos y se instaló una pequeña sala de despique, para adecuación de la presentación en bandejas y conejo troceado.

En el futuro adecuaremos las demás instalaciones —oficinas, cámaras frigoríficas, flota de camiones para recogida de conejos y transporte de carne, etc.

Otras inversiones realizadas son las conducentes a la depuración y eliminación de residuos.

### **¿En que consiste la informatización de la matanza?**

Todavía nos quedan algunos aspectos que mejorar, pero nuestra idea es llegar a un conocimiento exacto de los rendimientos y calificación de las canales. En estos momentos estamos llevando un registro individual de los pesos de las canales, que quedan clasificados y archivados y se hace el seguimiento del peso medio y rendimiento de cada granja. Este es un componente importante del precio con que se remunera la carne y a la vez un sistema para «educar» a los criadores sobre el tipo de animales que queremos. Para nuestro mercado queremos conejos ligeros —de alrededor de un kg. en canal— y la calificación ayuda mucho a conseguirlo. Conocemos bien la calidad de cada partida y esto se compensa económicamente.

### **¿Que sistema utilizan entonces para el pago de los conejos a los productores?**

El matadero de la cooperativa no actúa «a priori» por las cotizaciones del mercado, lo que tampoco significa que éstas no sean tenidas en cuenta. Las adquisiciones de conejos en granjas que no son pertenecientes a la cooperativa, se pagan en principio al precio del mercado de Bellpuig. Los procedentes de los cooperadores, se pagan a tenor del precio de venta de la carne y de los rendimientos en

Explotación Cunícola

Granjas de Selección



Producto del proyecto de mejora iniciado en 1982,  
les ofrecemos nuestros reproductores "HC",  
así como nuestra colaboración y experiencia.

ACREDITADA COMO EXPLOTACION CUNICOLA DE SELECCION  
POR EL DEPARTAMENTO DE "AGRICULTURA RAMADERIA I PESCA"  
DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA  
(Orden del 5/11-84, nº. B/422/001)

Técnicas Cunícolas, S.A.  
CAN LLOPART

Afuera, s/n  
Tel. 772 56 89  
08783 MASQUEFA (Barcelona)



GRANJA DE CONEJOS  
**RIUDEMEIA**

 **(93) 797 15 29**

**08310 - ARGENTONA (Barcelona)**

***Cría y selección de conejos reproductores de raza pura:***

***NEOZELANDÉS / CALIFORNIA / PEQUEÑO RUSO  
MARIPOSA / MACHO TERMINAL IRTA.***

***... y también CONEJO SILVESTRE y PERDIZ ROJA  
para repoblación de cotos de caza.***

canal. Otro factor de corrección a tener en cuenta es el volumen de matanza, con un óptimo establecido entre 32.000 y 35.000 conejos semanales —cifra a la que nos aproximamos, pero que todavía no hemos alcanzado ninguna semana, hasta ahora.

Los precios que hemos pagado, nunca han sido inferiores a los de Bellpuig, oscilando entre 5 y 15 ptas. más, según rendimientos individuales, calidad y peso. Téngase en cuenta que además de esta plusvalía, el socio aumenta su patrimonio, al amortizar con las operaciones parte de un inmovilizado que le pertenece.

Los pagos de los conejos se realizan puntualmente por transferencia bancaria nueve días después de haberse hecho la recogida del ganado.

#### ¿Cómo se organiza la recogida?

El matadero tiene cuatro días «fuertes» —de lunes a jueves— y menor actividad los viernes. La flota de camiones hace diversas «rutas» cortas o largas según los días en los ejes Lérida, Figueres, Berga, Amposta y zonas limítrofes. Prácticamente la totalidad de adquisiciones proceden de Cataluña y del norte de Castellón.

La recogida se inicia a primeras horas de la mañana, para disponer del ganado a la hora de inicio de la matanza. En verano las operaciones son nocturnas por razones obvias, reposando los animales por la mañana en un umbráculo. Por lo general los cunicultores colaboran, conocen el día de recogida, y las operaciones de carga y descarga se efectúan con rapidez. El camión hace una pasada dejando las jaulas, que luego recoge llenas y preparadas. Algunos cunicultores pesan los efectivos y otros están a nuestras entera confianza.

#### ¿Cuál es la capacidad de matanza actual del matadero?

Depende de la cantidad de personal que haya en la cadena. A veces hemos llegando a 800 gazapos por hora. En principio el óptimo rendimiento sería llegar a 35.000 gazapos semanales. En estos momentos se matan entre 24.000 y 28.000 todas las semanas, con es-

tas cifras prácticamente cubrimos la demanda y más bien hacemos corto.

#### ¿Que actividades de promoción realizan para colocar su producto?

Uno de los objetivos de la cooperativa fue aumentar el mercado, el cual hemos fomentado a través de mayoristas y algunas cadenas de supermercados. Estas gestiones se realizan uno o dos días por semana, y por lo general los compradores se sorprenden que se les vaya a ofertar conejos. Sólo un 10 % de la producción pasa al detallista directamente. La distribución de la carne de conejo es muy selectiva, por lo que resulta impensable una distribución eficiente si no pasa por los canales mayoristas de aves.

En nuestra organización —exclusivamente cunícola— no tenemos problemas con los mayoristas y distribuidores de productos avícolas, porque no somos «competencia» en este sector. Esto creemos es una notable ventaja. Nuestro matadero tiene abiertas las puertas a todo el mundo y también a la recíproca.

#### ¿Cómo funciona la venta de conejo troceado?

Es un sector muy minoritario, casi diríamos no significativo. No hay duda de que nos abre las puertas, pero el volumen real de ventas es aún escaso. Se ha dado poco a conocer, pero tiene que entrar lentamente. Las tiendas pueden adquirir algunas unidades, lo cual en peso de carne es realmente muy poco. Al margen de las badejitas para detall, podemos preparar cierto tipo de despieces para industrias de catering, lo cual tie-

ne muchas perspectivas de futuro.

Actualmente la cooperativa tiene una notable expansión en el sector del conejo despiezado que esta ganando progresivamente adictos entre el público de grandes superficies o hipermercados de Cataluña.

#### ¿Cuál es la evolución de la cunicultura desde la perspectiva del matadero y de los cooperadores?

No hay duda que estamos en unos momentos interesantes. Sin duda a raíz de la enfermedad vírica hemorrágica ha disminuido el conejo criado en el minifundio. Desde entonces hay cierta falta de conejos, sin que ello signifique que se produzca desabastecimiento. A veces hay tensión para quedar bien con la demanda.

Si nos fijamos en el número de madres de los miembros de la cooperativa, podemos decir que en conjunto hemos aumentado un 10 % las madres presentes, pero esto no es indicativo de como marcha el sector. Los precios han remontado en marzo —contra todo pronóstico—, pero no olvidemos que el pasado año en mayo se llegó a las 330 ptas./kg. vivo.

Sin duda la falta del conejo de las pequeñas granjas es la causa de la tensión de los mataderos por contar con nuevos suministradores mediante el sistema de ofertar primas coyunturales.

#### ¿Cómo influye la demanda selectiva del matadero en la calidad de la carne?

Como afinamos el pago de conejos por rendimientos, nuestras granjas suministradoras ven compensada la calidad. Los rendimien-



Una de las iniciativas más prometedoras es la venta de conejo troceado, que está encontrando un amplio eco y aceptación entre los consumidores.

tos medios están en torno al 57 %, si bien son más abundantes las que bajan uno o punto y medio, que las que llegan al 60 % —que son muy pocas—. Consideramos que al margen de la genética y la alimentación, lo que influye en mayor medida es la sanidad. Cuando una granja no llega al 56 % de rendimiento, es casi seguro que tiene problemas sanitarios más o menos graves.

La fórmula cooperativa parece ser una solución idónea para los productores, especialmente si contemplan su actividad a medio y largo plazo. Los cunicultores cuentan con un capital importante como es la instalación de una planta de faenado, más la garantía de una transparencia de las gestiones de comercialización, que no sólo pueden ser rendibles en épocas de «vacas gor-

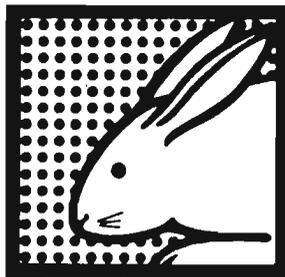
das» sino que las ventajas se pueden ver incrementadas en momentos de bajas cotizaciones; sin olvidar además que el pago por la calidad no sólo es un incentivo para que el cunicultor se esmere, sino para que el matadero cuente cada vez con un mayor porcentaje de productos de primera y más prestigio comercial.

(F. Ll. R.) ■

**La mixomatosis sigue siendo la enfermedad más temida en los conejares y la más insidiosa, por presentarse de muy diversas formas:**

- Mixomatosis clásica aguda** : aspecto espectacular y repugnante de los animales afectados. Mortal en menos de diez días.
- Mixomatosis clásica sub-aguda** : síntomas menos aparatosos y con menos gravedad. Mueren entre diez y treinta días.
- Mixomatosis clásica crónica** : forma costras y úlceras, hay descenso de la fertilidad y no produce bajas: recuperación espontánea.
- Mixomatosis atípica** : formas nasal y ano-genital, formas auriculares y oculares y formas respiratorias (agudas, sub-agudas o crónicas).
- Mixomatosis cutánea** : nódulos cutáneos en conejos de angora después de la tonsura.

# **Flavomycin®**



**mejora el rendimiento  
en conejos**

Solicite información a:  
Hoechst Ibérica, s.a. - Dpto. Agrícola  
Travessera de Gràcia, 47-49  
Tel. 209 31 11\* 08021 Barcelona

**Hoechst**