



GTE 2000. Resultados de Gestión en España

Josep Ramon , Oriol Rafel y Miriam Piles.

IRTA.- Unitat de Cunicultura
Torre Marimon. Caldes de Monbui 08140
josep.ramon@irta.es
oriol.rafel@irta.es
miriam.piles@irta.es



La publicación de los resultados de gestión correspondientes al año 2000 se ha visto retrasada en demasía. Los resultados que hoy presentamos, que ya fueron expuestos en la Jornada de Cunicultura de la pasada edición de Expoaviga, vienen a subsanar este retraso y dar una continuidad a los artículos sobre gestión presentados a lo largo de 10 años.

Como en anteriores publicaciones no podemos seguir adelante sin agradecer la colaboración de los responsables de los distintos programas que han intervenido en la puesta en común de resultados (tabla nº 1), a todos ellos muchas gracias.

Resultados de la G.T.E. del año 2000

En la TABLA Nº 2 se presenta la evolución de los índices desde 1991 al año 2000.

Los resultados del año 2000 están calculados sobre un total de 368 explotaciones y 174.566 jaulas hembra, lo que significa que el tamaño medio de las explotaciones cunícolas Españolas es de 474 jaulas hembra. Igual que en años anteriores el número de jaulas por explotación no ha dejado de aumentar (Gráfico 1). Como veremos más adelante el M.C.A. a evolucionado muy poco en la última década y los cunicultores



Tabla Nº1 Programas de Gestión

Institución o Empresa	Programa	Responsables
COGAL	GESTICÓN	M.D. Vega, C Prieto
F.C. EUSKALHERRIA		M. Petralanda
F.C. CATALUNYA	GTEEC	L. Ubach
HENS	CUNIHENS	J.A. Folch
I.T.G.P. NAVARRA		M. Leyún, C. Muguerza
NANTA	KOMPAS	J.M. Rosell, M.J. Pérez
S.E.A. D. G. ARAGÓN	GESCON	M. Gil, G.Velilla.
S.T.T.A.G. VALENCIANA	VALENCIA	J. Peinado



INTERCUN LES DESEA UNAS MUY FELICES FIESTAS

Actividades recientes de INTERCUN

REUNIONES REALIZADAS CON LA ADMINISTRACIÓN CENTRAL

23/09/02

INTERCUN SE REUNE CON EL MAPA

Compromiso del MAPA para coordinar con CCAA la estrategia propuesta:

1. Apoyo al almacenamiento privado como medio para mejorar el precio percibido por el productor.
2. Aumentar la demanda mediante campañas de promoción.
3. Reducir la oferta mediante ayudas al abandono voluntario.
4. Condicionar las nuevas incorporaciones a cursos de capacitación e implantar Códigos de Buenas Prácticas para evitar la existencia de granjas no registradas; comercialización fuera de los canales habituales, ... no sólo en producción sino también en los eslabones anteriores (proveedores) y posteriores (comercializadores).
5. Implantar Código de Buenas Prácticas que avalarán una marca genérica y colectiva de calidad sobre la que las iniciativas privadas de marcas propias conseguirán mejores resultados.
6. Diseño de Línea de Seguros de tipo sanitario y de garantía de rentas, como medio para incorporar "certidumbre" al Sector.

24/09/02

INTERCUN SE REUNE CON LA DG DE GANADERÍA

Reunión para establecer el calendario de actuaciones propuestas al MAPA.

09/10/02

LA DG DE GANADERÍA ARRANCA CON EL DESARROLLO DE LAS PROPUESTAS DE LAS ORGANIZACIONES INTEGRANTES DE INTERCUN.

La DG de Ganadería, en la voz de su DG, se compromete a "arrancar" todas las propuestas realizadas por la Organización Interprofesional Cunicola INTERCUN.

31/10/02

INTERCUN SE REUNE CON EL MAPA

En reunión realizada con el Ilmo. Sr. Subse-

cretario del MAPA D. Manuel Lamela, la DG de Alimentación Ilmo. Sra. D^a Begoña Nieto y el SDG de Planificación Económica, Ilmo. Sr. D. Jorge Suárez, INTERCUN muestra su inquietud por la situación en la que se encuentran algunas de las medidas propuestas y aceptadas por el MAPA.

El MAPA informa:

1. Bruselas, aunque con algunos condicionantes, ha dado el visto bueno a la solicitud de "créditos blandos" para el Sector Cunicola (se informará en su momento de las condiciones).
2. La DG de Ganadería y las CCAA no han apoyado la medida de "almacenamiento privado".
3. INTERCUN ya forma parte del Observatorio de Precios.
4. ENESA ya ha comenzado a trabajar en el diseño de una línea de seguros para el Sector que entrará en vigor en enero del 2004. Se está trabajando en el diseño de los "fondos de reposición".
5. A primeros de año se comunicará la reducción de los módulos de IRPF.
6. Se afrontará por parte del MAPA un estudio que mejore el conocimiento del Sector (censos, volúmenes de producción, sacrificio, ...)
7. Se pondrán los medios necesarios para que la Campaña de Promoción prevista, se lance entre el 10 y el 15 de enero.

REUNIONES REALIZADAS CON PRODUCTORES

15/10/02

LA JUNTA DIRECTIVA DE INTERCUN SE REUNE PARA HACER SEGUIMIENTO DEL MECANISMO DE RECAUDACIÓN DE CAPITAL A DESTINAR AL ALMACENAMIENTO PRIVADO (5%)

Del Seguimiento realizado durante la Asamblea se desprende que, hasta el momento, 365.000 reproductoras se han acogido a dicho mecanismo. Se estima que puede alcanzarse un volumen de participación próximo a las 600.000, lo que supondría una participación de los productores del

75% (fuera de Cataluña hay 800.000 reproductoras). Sin la participación de Cataluña en estas aportaciones, a nivel nacional, la participación sería del 50% (el censo se estima en 1.200.000 reproductoras. Cataluña está trabajando para incorporar al 100% de la producción en el mecanismo de aportación de 0,1 • / kg vivo a partir de la semana 46.

19/10/02

LA ASAMBLEA GENERAL DE CONACUN SE REUNE PARA HACER SEGUIMIENTO DE LA RECAUDACION DEL MECANISMO 5%

26/10/02

INTERCUN SE REUNE CON CUNICULTORES DE LA ASOCIACIÓN DE CUNICULTORES DE HUESCA, ACUNIOSCA

Reunión informativa del seguimiento sobre la actividad de aportación de los productores al objetivo de almacenamiento privado. Los cunicultores de Huesca tienen la gran dificultad de no encontrar la colaboración de los mataderos a los que proveen.

30/10/02

INTERCUN SE REUNE CON PRODUCTORES DE LA PROVINCIA DE ZAMORA

INTERCUN divulga entre los productores de la provincia de Zamora las actividades que la Interprofesional ha desarrollado durante los últimos meses y divulga el sistema de funcionamiento del mecanismo de recaudación del 5% con objeto de realizar, en el futuro, un posible almacenamiento privado.

05/11/02

INTERCUN EN EXPOAVIGA 2002

Desde el día 5 al 8 de Noviembre, en colaboración con la Federación de Asociaciones de Cunicultores de Cataluña (FACC) y la Asociación Española de Cunicultura (ASESCU), INTERCUN, ha estado presente en EXPOAVIGA 2002, divulgando sus actividades pasadas, actuales y futuras, en colaboración con la Federación de Asociaciones de Cunicultores de Cataluña y la Asociación Española de Cunicultura.



WWW.INTERCUN.ORG RECONOCIDA CON EL PREMIO INTERNACIONAL WEB AWARD 2002 EN LA CATEGORÍA "ESTÁNDAR DE EXCELENCIA"

Weber Shandwick, la agencia de comunicación de INTERCUN, ha ganado el premio Web Award 2002 en la categoría "Estándar de Excelencia", por la creación de la página web de INTERCUN.

Los premios Webaward son organizados, con carácter anual, por la Web Marketing Association. Esta asociación, fundada en 1997, tiene como objetivo mejorar la calidad de la publicidad, marketing y promociones utilizadas para atraer visitantes a las páginas web corporativas de las empresas.

Los premios Webaward se han diseñado para juzgar las páginas web corporativas en diversas categorías, tales como mejor página web, mejor página web por sectores, o estándar de excelencia. Los criterios valorados en cada una de las categorías son: diseño, innovación, contenidos, tecnología, interactividad, navegación y facilidad de uso.

El galardón Webaward 2002 en la categoría Estándar de Excelencia reconoce aquel estándar de excelencia al que todas las páginas web corporativas deberían aspirar.

El equipo que ha creado y puesto en marcha esta página está integrado por la unidad de IT de Weber Shandwick, con quien ha colaborado el equipo de cuentas de la división de consumo de la oficina de Madrid con la directora de la cuenta, Milagros Redondo, y Octavio Rojas y Juan Manuel Pana como responsables de la edición y gestión de contenidos. La dirección de arte corrió a cargo de Almósera Creativa.

Con la intención de convertirse en la referencia obligada de la carne de conejo en Internet para el mundo de habla hispana, www.intercun.org ofrece información de interés para un público muy amplio (amas de casa, cocineros, nutricionistas, estudiantes, entre otros) y cuenta con un apartado con contenidos exclusivos y acceso restringido para los miembros de la Interprofesional cunícola.

Además incluye una parte más lúdica como la dedicada a la gastronomía y el turismo, donde aparecen las rutas y los enclaves en los que se preparan los mejores platos de carne de conejo, ofreciendo la posibilidad de que los internautas dejen sus propias recetas y recomendaciones. Otro de los apartados incluye información nutricional sobre las virtudes de la carne de conejo y ofrece la posibilidad a los internautas para que planteen sus dudas a reconocidos especialistas.

INTERCUN PRESENTA EL PRIMER BORRADOR DEL CODIGO DE BUENAS PRACTICAS DEL SECTOR CUNICOLA



Tan cuatro C's. Nueva imagen de la marca de Calidad Certificada de la Carne de Conejo.

INTERCUN ha encargado a Certifood la realización de Códigos de Buenas Prácticas. Este código se encuentra en estado de borrador para que todos los miembros del sector lo analicen y realicen las aportaciones que estimen oportunas.

A grandes rasgos, el Código de Buenas Prácticas consiste en planes de control en toda la cadena del sector cunícola. El desarrollo de planes de control de la producción y comercialización de carnes frescas y productos cárnicos garantiza el suministro de productos con unas características idóneas desde el punto de vista de la calidad y seguridad alimentarias.

Dichos planes deben iniciarse en la fase de producción animal, para verificar el cumplimiento de una serie de requisitos cuya influencia en las fases posteriores de transformación y comercialización es crítica.

Uno de los requisitos a controlar durante la fase de producción animal es la alimentación del ganado. El empleo de piensos compuestos es una práctica rutinaria en la alimentación de los animales, principalmente en aquellas explotaciones basadas en los sistemas de producción intensivos. La correcta formulación de los piensos garantiza una alimentación adecuada de los animales, lo que redundará en una mayor calidad de las carnes.

De forma complementaria, se recomienda el desarrollo de Guías o Códigos de Buenas Prácticas de Fabricación (Códigos BPF). El desarrollo e implantación de estos Códigos BPF en los diferentes sectores productivos permite a las empresas de un sector (en este caso el sector de la alimentación animal) unificar criterios de manera coherente en lo referente, no sólo al cumplimiento de la legislación aplicable al sector, sino también a la fabricación de productos seguros y con una mayor calidad.

Además de una correcta fabricación de alimentos para los animales y dentro de la cadena de producción y comercialización

de carnes frescas y productos cárnicos, la fase de producción animal en explotaciones ganaderas comprende una serie de actividades y circunstancias que deben ser controladas: instalaciones, sanidad animal y tratamientos veterinarios, bienestar y manejo de los animales, documentación, gestión medioambiental de las explotaciones, suministro de agua y alimentos, etc.

De nuevo, esta disposición indica la idoneidad de la implantación de sistemas de autocontrol en la fase de producción animal.

Finalmente, las empresas dedicadas a la transformación de carnes frescas (mataderos y salas de despiece) no son ajenas al cumplimiento de estos requisitos, en lo referente al aseguramiento de la salud de los consumidores, a través de la implantación de sistemas de autocontrol.

La implantación por parte de las empresas de un sector productivo de Códigos BP de prestigio y reconocidos por las autoridades competentes, puede ser evaluada y certificada por empresas de control y certificación independientes.

Este reconocimiento acredita una correcta actividad productiva por parte de las empresas en cumplimiento de los requisitos recogidos en el Código, circunstancia que puede ser comunicada ante terceros y que, en consecuencia, aporta un valor añadido a los productos.

Los esquemas de certificación de Códigos BP incorporan 4 valores básicos:

- > Voluntariedad: las empresas del sector se acogen voluntariamente a este sistema de certificación.
- > Independencia: Certifood realiza la evaluación de calidad conforme al Código BPF mediante auditores expertos.
- > Confidencialidad: las auditorías son gestionadas y realizadas únicamente por Certifood.
- > Credibilidad: la decisión de otorgar la certificación correspondiente a cada empresa auditada es responsabilidad exclusiva de Certifood, como consecuencia del análisis y evaluación de los informes y cuestionarios resultantes de cada auditoría.

INTERCUN ESTUDIA LAS ACTUACIONES DEL REPRESENTANTE DE ASAJA-TARRAGONA

Ante la alarma y repercusión creada en el Sector Cunícola, debido a las manifestaciones de ASAJA-Tarragona, y en especial de su representante Don

Albert Castelló, INTERCUN ha acordado solicitar el estudio de dichas actuaciones, a fin de iniciar las acciones legales oportunas.



INTERCUN Y AGROCOPE PRESENTARON UN PROYECTO ARTEPYME II ANTE EL MINISTERIO DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

Durante el pasado mes de noviembre, INTERCUN y AGROCOPE presentaron ante el Ministerio de Arte y Tecnología el Proyecto "I-SENPHAN-IA" (isenpania), que se desarrollará en torno a las siguientes líneas principales:

1) Establecer la posibilidad real de que tanto INTERCUN como sus empresas asociadas puedan establecer vínculos eficaces a través de Internet, tanto con clientes (empresas o particulares) como con proveedores.

2) Que las empresas asociadas puedan adaptarse con facilidad al empleo de los servicios y posibilidades ofrecidas. Esto implica que las herramientas y servicios puestos a su disposición sean:

- > Sencillos y económicos de operar.
- > Auténticamente relevantes para el negocio de la empresa.
- > Integrables, si es el caso, con sus actuales sistemas on-line.
- > Adaptables a los modelos de negocio y estructura de las empresas.

3) Que las iniciativas planteadas en el proyecto sirvan para apoyar las propias estrategias en Internet de las empresas asociadas, no siendo un "cuerpo extraño" en las mismas, sino ofreciendo la mayor posibilidad de integración con las sedes web ya existentes, y ayudándolas a dotarse de tecnología, elementos de marketing y capacidades difíciles de obtener por cada empresa por separado.

Los objetivos del presente proyecto pasan, en su gran mayoría, por:

- El establecimiento de vínculos con otras Organizaciones de interés para las empresas asociadas en INTERCUN.

- Facilitar el contacto con el mundo profesional del sector y, en especial, con prescriptores de los servicios o productos de las empresas asociadas.

Por estos motivos se considera necesario el establecimiento de relaciones a través de Internet que faciliten este tipo de vínculos.

3.1 Servicios que contendrá el proyecto

A continuación se describen los servicios que se implantarán dentro del proyecto "I-SENPHAN-IA". Estos servicios son:

- > Servicios de Comercio Electrónico
- > Servicios de Marketing y Comunicación en Internet
- > Servicios de Información a las empresas asociadas

3.1.1 Servicios de Comercio Electrónico.

Los servicios de comercio electrónico del proyecto están pensados para que los departamentos comerciales y de operación de las empresas asociadas al proyecto puedan disponer de herramientas y entornos que les permitan:

- 1.- Recibir y gestionar solicitudes de oferta de clientes de sus productos
- 2.- Enviar solicitudes de oferta a empresas proveedoras y recibir ofertas de las mismas con la posibilidad de emplear una herramienta de subasta en línea que permita obtener precios ajustados.
- 3.- Realizar transacciones económicas en línea.
- 4.- Dotar a la Asociación de capacidad de actuar como Central de Compras

3.1.2 Servicios de Marketing y Comunicación en Internet

Estos servicios tienen como función que tanto la asociación como las empresas dispongan de mecanismos que permitan llegar a sus respectivas audiencias objetivo de una manera eficaz, así como incrementar la base de clientes potenciales de las mismas.

Estos servicios serán manejados normalmente por los departamentos encargados de realizar el marketing en las empresas. Los servicios previstos son:

Marketing de INTERCUN

INTERCUN coordinará la creación y distribución de la información de interés colectivo que ha de llegar a los Entes y personas de relevancia para las empresas asociadas.

Marketing de las empresas asociadas al proyecto

Cada empresa en particular podrá publicar información de interés profesional (Descripciones de nuevos productos, Resultados de proyectos, etc) visible para aquellas personas que estén profesionalmente vinculadas al empleo de estos productos.

Marketing mediante información de proyectos

Se pondrá en servicio un sistema de escaparates de proyecto que permita publicar las características más importantes de los diez proyectos que INTERCUN considere de mayor interés. Esta información se hará colgar de la página web de INTERCUN y será directamente actualizable por las empresas responsables del proyecto o por la

propia Asociación, sin necesidad de personal especializado.

3.1.3 Servicios de Información a las empresas asociadas

Los servicios de información a las empresas asociadas serán accesibles a través de la sede web de INTERCUN.

Estos servicios tienen dos actividades fundamentalmente:

Creación de la información: Incluye la obtención de la información básica en cada caso y la confección a partir de ésta de la información que se distribuirá. Por ejemplo, lectura de los distintos Boletines Oficiales y extracción de la información relevante, etc.

Distribución de la información: Incluye el empleo de los mecanismos adecuados de distribución para hacer llegar la información en la manera adecuada a sus receptores: Bases de datos que permitan gestionar la información por parte del usuario y listas de distribución.

El proyecto contempla los siguientes servicios de información:

- > Servicio de Información sobre Concursos y Licitaciones.
- > Servicio de Información sobre Ayudas y Subvenciones.
- > Servicio de Información de Mercados.
- > Servicio de Información sobre Sanidad Animal, Transporte, etc.

Este proyecto involucra a 141 PYMES de 13 Comunidades Autónomas y en éste se incluyen las necesidades de hardware y software para llevarlo a cabo.





EL SECTOR CUNÍCOLA ESTABLECE UN MECANISMO DE DEFENSA FRENTE A LAS CRISIS DE PRECIOS

Por primera vez en la historia de la Agricultura y la Ganadería españolas, productores y mataderos han colaborado en el establecimiento de un mecanismo de defensa frente a las crisis de precios, mediante la financiación de un almacenamiento privado que permitiera frenar las bajadas de precio.

La falta de apoyo de las Administraciones Central y Autonómicas, y la falta de colaboración de algunas áreas geográficas, han impedido que se alcance el objetivo de recaudación de un mínimo de 300.000 €.

Frente al compromiso establecido inicialmente de devolver las cantidades recaudadas a los productores que han colaborado con este tema si no se alcanzaba dicho volumen de capital, INTERCUN devuelve el capital aportado a los mataderos que han realizado la recaudación con la finalidad de revertirlo íntegramente hacia los productores que han participado.

INTERCUN sigue confiando en la utilidad del sistema y en la posibilidad de implantarlo en el futuro, siempre que se cuente con la colaboración de las Administraciones Central y Autonómicas.

EL SECTOR FINANCIA LAS ACTUACIONES DE INTERCUN

Productores y mataderos de conejos de España están participando, desde la semana 46 (11 de Noviembre), en la aportación de 0,01 €/kg de peso vivo, con la finalidad de financiar de una manera estable las actividades de la Organización Interprofesional INTERCUN, sobre todo en dos vertientes:

- Mejora de Calidad de productos y procesos - La implantación de una marca genérica y colectiva de calidad y el seguimiento de auditorías necesarias para mantenerla.
- Actividades de Promoción - Campañas de divulgación de las cualidades dietéticas y posibilidades gastronómicas de la Carne de Conejo.

Agradecemos la participación de todos cuantos colaboran en este proceso y solicitamos a los productores la autorización a sus mataderos para que pongan en práctica este mecanismo.

Actividades recientes de INTERCUN (CONTINUACIÓN)

08/11/02

INTERCUN ASISTE COMO PONENTE EN EXPOAVIGA A LA JORNADA "NECESIDADES TERAPÉUTICAS EN ESPECIES MENORES. CONSIDERACIONES LEGALES". Se expuso la importancia sanitaria de las patologías no cubiertas y la importancia económica para el sector con la situación actual. Se hizo una presentación de las cifras del sector, de los "vacíos terapéuticos" existentes como consecuencia de la falta de registro de moléculas específicas para la especie, de los sobrecostos económicos que esto supone para los productores y de la necesidad de que la industria farmacéutica registre moléculas y la necesidad de que la Administración facilite y favorezca estos registros. Asistieron también como ponentes: Ilmo. Sr. D. Javier Alcaraz, Consejero de Agricultura español en la Comisión Europea y la Ilma. Sra. Dña. Margarita Arbolik, SDG de la Agencia del Medicamento de uso veterinario. Ilma. Sra. Dña. Concepción Sánchez Trujillano, SDG de Sanidad del MAPA, en nombre de la DG de Ganadería clausuró el Acto. El Dr. Alberto San Gabriel, Presidente del Comité Organizador de EXPOAVIGA 2002.

REUNIÓN REALIZADAS CON OTROS INTERLOCUTORES

27/09/02

INTERCUN SE REUNE CON AGROCOPE. Con el objetivo de diseñar la variedad de servicios que una colaboración AGROCOPE-INTERCUN puede ofrecer a los profesionales del Sector Cunicola, comienzan una serie de reuniones encaminadas a estructurar una red de comunicación que permita mejorar el nivel de conocimiento, a través de la mayor información, como medio para dinamizar al sector.

28/10/02

INTERCUN ULTIMA CON METRASEIS LOS DETALLES DE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO QUE ANALICE LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE CARNE DE CONEJO

El estudio tiene como finalidad conocer las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades de cada uno de los estabones de

la Cadena de Producción de CARNE DE CONEJO. Serán objeto de estudio los proveedores de los productores (piensos, laboratorios e instalaciones), los propios cunicultores, los mataderos, los mayoristas y los minoristas. Se procederá a un análisis cualitativo y otro cuantitativo de estos estabones.

29/10/02

INTERCUN ANALIZA LA POSIBILIDAD DE DEMANDAR LAS IRREGULARES ACTUACIONES DE FRANCIA EN LOS ÚLTIMOS MESES

Durante los últimos meses, los acuerdos realizados entre productores y mataderos franceses, han servido para alterar el precio de la carne de conejo, lo que les ha permitido "colocar" en nuestro país un volumen de excedentes que, sin duda, ha alterado nuestro mercado. Se analiza si esa práctica ha empleado tácticas susceptibles de ser demandadas.

30/10/02

INTERCUN, EN COLABORACIÓN CON AGROCOPE, ULTIMA LOS DETALLES DE SOLICITUD DE UN PROYECTO ARTEPY-ME II AL MINISTERIO DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

El desarrollo del Proyecto, permitiría establecer una red de comunicación entre los operadores del Sector Cunicola, poniendo a su alcance herramientas que faciliten formación e información a través de Internet. La realización de Cursos de Formación y la disponibilidad de hardware y conexión completarían el desarrollo del proyecto. Multitud de productores y mataderos se han adherido al Proyecto.

06/11/02

DIVULGACIÓN DE LAS ACTIVIDADES A UN GRUPO DE TÉCNICOS ESPECIALISTAS EN CUNICULTURA

Divulgación de las actividades de INTERCUN a técnicos de distintas regiones españolas. Códigos de Buenas Prácticas de Fabricación y actividades encaminadas a cubrir los "vacíos terapéuticos" existentes en cunicultura, fueron los principales temas discutidos.

INTERCUN INFORMA

es una publicación gratuita de la Organización Interprofesional Cunicola de España. Pueden obtener más información en la siguiente dirección:

El Don Octavio Rojas
Pl. de la Castellana 52 7º 28045 Madrid
tfo: 91 745 85 01
fax: 91 745 86 22
info@intercun.org
www.intercun.org

INTERCUN



INFORMA

C/ José Antonio 3
20730 Azpeita (Gipuzkoa)
tfo: 943 011431 fax: 943 016187
info@intercun.org www.intercun.org

Tabla N°2.- Evolución de los índices globales de la GTE de España 1991-2000

AÑO	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Nº de granjas	289	320	334	388	386	388	391	389	367	368
Nº de jaulas hembra	90465	96366	103272	123577	129312	138312	156774	163952	172655	174566
% Partos/cubriciones	73,1	73,8	74,1	74,0	74,8	75,0	74,6	74,1	74,9	74,8
% Mortalidad lactación	15,1	15,1	13,5	14,4	13,8	14,1	13,7	14,6	13,5	13,4
% Mortalidad cebo	5,8	6,2	5,4	5,9	5,7	6,3	7,4	7,7	7,8	7,5
Peso medio vivo kg.	1,9	1,9	2,0	1,9	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Precio medio kg. pienso	27,4	30,5	30,0	30,4	30,9	31,1	32,2	31,3	31,5	33,0
POR JAULA HEMBRA Y AÑO										
Nº Cubriciones/JH/año	10,9	11,2	11,3	11,4	11,7	11,9	11,6	11,5	11,3	11,4
Intervalo entre partos (días)	42,5	44,6	43,5	43,4	41,9	41,4	42,6	43,2	43,4	43,3
Nº Partos/JH/Año	8,0	8,3	8,4	8,4	8,8	8,9	8,6	8,5	8,5	8,5
Nº Nacidos totales /JH/año	69,8	70,2	70,8	73,0	76,8	80,0	79,1	78,1	79,9	80,8
Nº Destetados/JH/año	56,2	57,3	59,1	60,5	63,9	66,3	64,5	63,7	64,8	65,6
Nº Producidos/JH/año	50,6	54,1	55,1	57,0	59,9	60,8	59,3	58,3	59,6	59,9
POR HEMBRA Y AÑO										
Nº Cubriciones/hembra/año	9,3	9,9	9,7	9,6	9,7	9,6	9,1	8,9	9,6	9,2
Intervalo entre partos (días)	50,3	50,4	51,2	51,8	50,8	51,7	52,5	57,3	52,0	53,6
Nº Partos/hembra/año	7,0	7,3	7,2	7,1	7,2	7,1	7,0	6,4	7,1	6,8
Nº Nac. totales/hembra/año	59,1	62,9	60,8	62,4	63,9	64,9	64,5	62,3	67,0	65,2
Nº Destetados/hembra/año	47,4	50,2	50,4	51,2	52,6	53,5	52,5	50,6	54,3	52,6
Nº Gaz./prod./hem./año	43,5	47,1	46,8	47,8	49,5	49,7	47,5	48,2	48,4	48,4
Peso/vendido/hembra/año	85	92	92	92	95	97	92	100	96	97

españoles han optado por hacer crecer sus explotaciones para mantener su nivel de renta.

Los parámetros que definen el nivel de manejo de los animales en las granjas son una ocupación del 125 % y una tasa de reposición del 121 %. La tasa de ocupación, después de unos años de evolucionar a la baja desde la aparición de la enteropatía mucoide, ha aumentado 4 puntos respecto a la de 1999. Parece que paliados los problemas más acuciantes se ha vuelto a niveles de ocupación que sin ser los óptimos muestran un mayor interés por el aprovechamiento de las inversiones realizadas. Por su parte el porcentaje de reposición que con la aparición de la enteropatía sufrió un considerable descenso ha variado muy poco en los últimos años, aunque una cierta tendencia a la baja pone de manifiesto el interés por aumentar la duración de la carrera de los animales (Gráfico 2).

La eficacia de la reproducción se ha situado en 74'8 partos por cada 100 cubriciones o inseminaciones, valor similar al de 1999 que fue de 74'9. Cabe





destacar que la creciente introducción de la inseminación ha afectado poco la fertilidad, aunque en los dos únicos programas que nos facilitan datos separados de I.A. y monta natural, los resultados de I.A. son ligeramente peores que en monta natural.

La expresión del valor genético de las hembras viene dada por los 9'54 ga-

zapos nacidos totales por parto, así como los 7'7 gazapos destetados por parto, aunque en este segundo índice interviene más el manejo y la sanidad de los nidos que en los nacidos totales. Estos parámetros en alza constante desde hace 10 años (Gráfico 3) son la demostración del uso cada vez más extendido de hembras de alto valor genético

Otro parámetro afectado directamente por el uso de reproductores selectos es el índice de conversión (IC) que en el 2000 fue de 3'73. El mérito de la reducción del IC deben compartirlo los genetistas y los nutrólogos. Estos últimos con el uso de materias primas de gran calidad y una formulación cada vez más acorde con las necesidades nutritivas de los animales en cada momento de su ciclo productivo han conseguido piensos de una elevada eficiencia. Por su parte los genetistas han seleccionado líneas para el crecimiento e indirectamente han contribuido a mejorar la eficiencia alimentaria gracias a la relación genética existente entre la velocidad de crecimiento y el índice de conversión. En los últimos 10 años el IC ha mejorado en casi 0'4 Kg. pienso/Kg. peso vivo (Gráfico 4).

El capítulo de las mortalidades se sitúa en unos valores razonables, sobre todo si se tiene en cuenta que el año 2000 la enteropatía mucoide continuaba en



Gaun
1 Pag.

pleno apogeo. La mortalidad en el nido fue del 13'4 %, mientras que la mortalidad en el cebo fue del 7'5 %

Los resultados económicos de una explotación dependen principalmente del precio de conejo vivo y en menor medida del precio de pienso y del peso de sacrificio (Gráfico 5). El mercado español no acepta canales de más 1'3 Kg., o lo que es lo mismo conejos de más de 2'2 Kg. en vivo. Estos animales están lejos de alcanzar la madurez por lo que su eficiencia para transformar el alimento es todavía muy buena. Si se pudiese aumentar el peso al sacrificio su efecto sobre la economía de las explotaciones sería considerable, ya que con el mismo número de conejos producidos el peso vendido sería mucho más elevado. En el año 2000 el peso a la venta fue de 2,01 Kg., el precio del Kg. de pienso 33,01 Pts (0,20 €), y el precio medio en vivo percibido por los cunicultores 258 Pts. (1,55 €) por Kg..

Las producciones tanto técnicas como económicas las presentamos bajo dos prismas diferentes. En primer lugar referidas a la "jaula hembra", que es la unidad económica de las granjas, y después referidas a la "hembra" que se puede considerar la unidad técnica.

En cada jaula hembra, durante el 2000, se produjeron por término medio 8,5 partos con 80,08 gazapos nacidos totales, 65,6 destetados y 59,9 producidos. Ello, junto con el IC y los precios indicados anteriormente representó un margen sobre costes alimentarios (MCA/JH/año) de 14.304 Pts. (85,97 €).

Por su parte las hembras fueron cubiertas 9,2 veces a lo largo del año de las que se obtuvieron 6,8 partos, que se tra-



dujeron en 65,2 nacidos totales, 52,6 destetados, y 48,4 producidos. El MCA por hembra y año fue de 11.719 Pts. (70,43 €).

Vistos desde la perspectiva de los malos datos económicos que se prevén del año 2002 en que se redacta el presente artículo, los resultados del 2000 pueden parecer muy buenos, pero si observamos el Gráfico 6 comprobaremos que se hallan próximos a la media de los últimos 10 años.

En definitiva el año 2000 no fue un mal año para las producciones cunicolas, pero las rentas de los cunicultores siguieron sin mejorar.



**Agribrans
publicidad
1 pagina**