



# ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL CONEJO

Tomás M. Rodríguez Serrano  
tmrs@asescu.com



Durante el primer trimestre de este año 2007 el MAPA, actual Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, llevó a cabo un Estudio de Mercado monográfico sobre el conejo. El objetivo de este fue el de obtener variables cualitativas y cuantitativas sobre los hábitos de consumo de la población.

### FICHA TÉCNICA

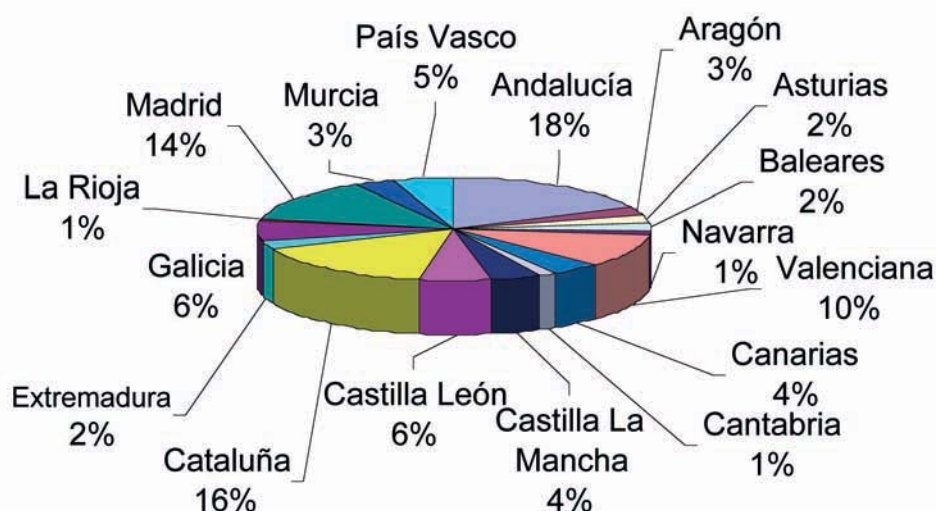
Para la investigación de las variables cualitativas se organizaron reuniones de grupos de consumidores. Concretamente se celebraron dos reuniones, de dos horas de duración, que contaron con la participación de ocho responsables de realizar la compra en el hogar, todas ellas mujeres. Para la elección de éstas se tuvieron en cuenta cuotas de edad y clase social. Para la investigación cuantitativa se empleó la entrevista telefónica como vía para realizar la encuesta a consumidores. Especialistas en técnicas de entrevista telefónica a hogares realizaron 801 entrevistas, todas estas personas fueron seleccionadas por su condición de ser los responsables de realizar la compra de productos alimentarios en el hogar. Para determinar la distribución final de las entrevistas se tuvieron en cuenta criterios los criterio de representatividad, Comunidad Autónoma y hábitat.

Comunidad Autónoma	Número entrevistas
Andalucía	143
Aragón	23
Asturias	20
Baleares	18
Navarra	11
Comunidad Valenciana	83
Canarias	35
Cantabria	10
Castilla La Mancha	34
Castilla León	46
Cataluña	127
Extremadura	20
Galicia	52
La Rioja	6
Madrid	109
Murcia	26
País Vasco	40

El margen de error máximo, para datos globales, para las 801 entrevistas, en las condiciones estadísticas convencionales  $p=q=50$  y un nivel de confianza del 95,5% es de +/- 3,5%.

Fuente: Estudio de mercado. Observatorio del consumo y la distribución alimentaria. Monográfico Conejo. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

## Entrevistas realizadas en las diversas CC.AA (%)



### CONCLUSIONES

Algo más de la mitad de los entrevistados (55,4%) manifestaron consumir carne de conejo. Por sexo, las mujeres consumen más que los hombres. Por edad, los mayores de 46 años son los que más lo consumen, alcanzándose el porcentaje más alto (72,5%) en el caso de los mayores de 66 años.

Por habitar, las poblaciones más pequeñas, con menos de 10.000 habitantes son las que presentan el consumo más elevado y las más grandes, con más de 100.000 habitantes las que menos.

**El consumidor tipo de carne de conejo es una mujer, mayor de 66 años que vive en una población menor de 10.000 habitantes.**

El principal motivo para consumir este tipo de carne es el sabor. Los entrevistados que no lo consumen lo justifican, también, en el sabor decantándose por otras carnes.

Respecto a la frecuencia del consumo, 6 de cada 10 consumidores de carne de conejo lo toma como mínimo 2 veces al mes, siendo los hombres los que lo consumen con más frecuencia. Este alimento se consume a lo largo de todo el año, no apreciándose una estación específica donde se dispare su consumo.

Las tiendas de barrio, carnicerías y/o pollerías son los establecimientos preferidos por los consumidores para adquirir este producto, seguidos por los supermercados y el mercado.

El aspecto de la pieza y el precio son los principales factores que influyen en la elección de este producto. Los formatos preferidos en que se adquiere el conejo son el entero y el entero troceado. Por edad, a medida que aumenta ésta, aumenta la preferencia por adquirir el producto entero.

Casi 7 de cada 10 consumidores de carne de conejo la adquiere al corte, en es-



más caro lo pagan los navarros y el más barato los riojanos. En cuanto a la satisfacción con el precio un 35% considera que es algo caro, pero la mayoría (45,3%) le otorga una puntuación de 5 sobre 10, donde 0 es que lo encuentra barato y 10 caro.

tablecimientos con mostrador y atención de un carnicero. Los resultados son homogéneos por la edad, aunque el mayor consumo embarquetado lo encontramos entre los consumidores con edades entre 36 y 45 años.

La mayoría de los consumidores utilizan el hígado durante la preparación culinaria. Según aumenta la edad aumenta la utilización de esta parte del conejo.

Solo un 1,5% del total de los entrevistados compra productos elaborados con carne de conejo.

A la hora de cocinar el producto, lo hacen de múltiples formas. La más extendida son "al ajillo", en "paella", asado y con tomate.

Respecto a la procedencia, algo más de la mitad de los consumidores de carne de conejo manifiestan que las piezas que adquieren son procedentes de su Comunidad Autónoma.

Los consumidores de carne de conejo se muestran especialmente de acuerdo con que es un alimento muy saludable, bajo en calorías, fácil de digerir y que tiene un bajo contenido en colesterol.

El precio medio al que los consumidores de carne de conejo pagan el kilo de producto es de 5,16€. Un 10,4% manifiesta que se lo regalan. Por CC.AA., el precio

7 de cada 10 entrevistados manifiestan que los sellos de calidad aportarían más garantías a la carne de conejo. Al preguntar a los entrevistados si estarían dispuestos a pagar más por los sellos de calidad, un 57,4% afirman que sí.

A los consumidores de carne de conejo, se les preguntó si estarían dispuestos a pagar más por este tipo de carne a cambio de un mayor bienestar de los animales, el 66% manifiesta que sí. La predisposición a pagar más es mayor entre los más jóvenes y en las poblaciones más pequeñas (menos de 10.000 habitantes).

A la hora de comprar conejo, los consumidores de este tipo de carne encuentran con relativa facilidad la información sobre el precio y el aspecto de la pieza, pero les cuesta encontrar información sobre la trazabilidad, sistema de cría, producción ecológica, denominación de calidad y país de origen.

El 66,8% de los entrevistados tomaría carne de conejo si estuviera a dieta.

Un 17% de los consumidores acostumbra a consumirla cuando come/cena en restaurantes y hoteles.

7 de cada 10 entrevistados considera que la industria alimentaria realiza controles sanitarios para garantizar la calidad de la carne de conejo.