



CESFAC: la escalada de los cereales es preocupante y peor que la de 2007/08

La Confederación Española de Fabricantes de Alimentos Compuestos para Animales -CESFAC- cree que la situación derivada de la subida del precio de las materias primas destinadas a alimentación animal es «muy preocupante» y «peor» que en 2007/2008, cuando se produjo la crisis mundial de alimentos.

En declaraciones a Efeagro, el director de Cesfac, Jorge de Saja, ha explicado que la situación actual es peor que la de 2007/2008 porque en aquella campaña el ganadero y el fabricante de pienso tenían dinero, tras dos ejercicios «razonablemente buenos», con un crecimiento de censos y de la cabaña ganadera.

Según De Saja, los precios de los cereales han alcanzado los niveles máximos de esa temporada, excepto en maíz y en soja, e incluso en operaciones puntuales se han llegado a superar las cotizaciones de 2007/2008, cuando «había más margen para aguantar y cierta certidumbre sobre las expectativas de la demanda».

«A día de hoy las alzas se han producido más rápido y nadie sabe cuándo va a terminar la subida del precio de las materias primas y la crisis económica», ha añadido. Además, ha destacado que en 2007/2008 todavía había un consumidor y un mercado interno que «tiraba» de la demanda, por lo que se podía hacer una previsión de futuros ingresos mientras que «ahora nadie lo sabe».

De Saja ha resaltado que la situación de precios de materias primas es muy preocupante y que en 2010 se pensaba que en algún momento iba a parar el ciclo alcista y que las cotizaciones bajarían un poco, ya que «había elementos objetivos para que eso ocurriera». Sin embargo, desde el mes de diciembre hasta ahora, prácticamente todos los días en los que ha habido cotización en los mercados, los precios de las materias primas significativas para la alimentación animal han subido.

Respecto a las medidas adoptadas en el marco de la Unión Europea -UE- para paliar esta situación, ha considerado que «en el mejor de los casos» sólo han tenido un ligero efecto paliativo, ya que han minimizado el alza pero ni han parado esta subida, ni han cambiado la tendencia.

En el caso de la soja, cultivo estratégico en la industria de piensos, ya que se incorpora en su elaboración en torno al 17% (1), el director de CESFAC ha señalado que su incremento ha sido más reciente y más moderado. En su opinión, soja «hay y va a haber mucha», si bien los precios están al alza porque hay unas expectativas de demanda en China que hacen que la presión alcista «no afloje».

Según De Saja, los años buenos pueden ser suficientes para «nuestras necesidades pero en los ejercicios que algo falla nuestro sistema es tremendamente frágil», por la

dependencia de importaciones de materias primas y por el costo del sistema de producción ganadero.

Ha explicado que antes estos problemas eran casi exclusivamente españoles pero actualmente afectan a toda Europa y España, dentro de la UE, tiene precios de materias primas, coyuntural y excepcionalmente, para alimentación más ventajosos que los de otros competidores.

CESFAC ha solicitado que se habiliten medios para que las empresas públicas sirvan de garante, ante las gestoras de riesgo, de las compras de pienso que haga el ganadero. En cuanto al precio medio de los piensos, ha detallado que en el caso del pollo de engorde ha pasado de unos 300 €/t en febrero del 2010 a 354 €/t el pasado diciembre, mientras que en el caso del porcino el alza en el mismo período fue de 222 a 280 €/t.

Los fabricantes de pienso, según De Saja, han cerrado un año «regular», tras un primer semestre «bueno» y un segundo «catastrófico» y prevé un 2011 «difícil», en el que se abrirá un «profundo» debate sobre el futuro de la PAC y el modelo europeo de producción agroalimentaria. EFEAGRO ♦

(1) En cunicultura la incorporación es alrededor del 2-3%. Si bien estas materias primas no entran en demasiada cantidad en el pienso del conejo, producen un efecto de arrastre para las materias que sí tienen una proporción importante.

EL MILLOR PRODUCTE AMB UN BON SERVEI

UN BON PINSO A UN BON PREU

P i c a r t

Al servei de l'alimentació des de 1953

Tel. 93 845 01 21 San Nonet, 2 08458 SANT PERE DE VILAMAJOR

Cómo rentabilizar la granja

Toni Roca
Conejólogo



Todo cunicultor debería profesionalizarse mediante la formación y el apoyo técnico. Formar grupos en clubes, asociaciones o cooperativas puede resultar beneficioso por cuanto se intercambian experiencias y se busca la unión para la compra de insumos o la venta de animales.

La problemática experimentada por un cunicultor y su solución, no son necesariamente trasladables a otro cunicultor por cercana que tenga su granja. Cada granja de conejos es un mundo y cada problema debe ser analizado y tratado particularmente. Si un alimento no me funciona, es posible que el mismo alimento sí funcione a la granja vecina. Si tengo problema de diarreas en el engorde y un producto X las corrige, no necesariamente el mismo producto X, las va a solucionar en la granja vecina. Si mis conejas no quieren aceptar al macho, es posible que en la granja vecina sí sean receptivas. Y así seguiríamos con infinidad de ejemplos.

La rentabilidad de las granjas cunícolas depende de numerosas variables, siendo especialmente gravosas en las cuentas de explotación las amortizaciones realizadas sobre construcciones, material y equipo.

Además de estructurar la granja para adaptarla a un sistema óptimo de manejo y manejar en bandas las operaciones diarias, las otras formas de mejorar la rentabilidad de las granjas de conejos son:

- Producir más con el mismo equipo (material y humano)
- Buscar cómo rebajar el costo del alimento (no confundir con el coste del Kg. de alimento)
- Pagar mínimos intereses del capital invertido (subvenciones, promociones, ayudas, etc.)
- Ajustar al máximo las inversiones (tipo de nave, modelo de jaula, etc.)
- Procurar vender la producción al mejor precio

El acuerdo de licencia para la fabricación de una vacuna frente al agente *Pasteurella multocida*, responsable de la pasteurelisis, ha sido fruto de la investigación llevada a cabo por el grupo de investigación de Microbiología Molecular del Departamento de Genética y Microbiología de la UAB. Esta investigación ha sido dirigida por la doctora Montserrat Llagostera y el doctor Jordi Barbé y han participado también dos investigadores del Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries, los doctores Ignacio Badiola y Ana María Pérez de Rozas, actualmente miembros del Centre de Recerca en Sanitat Animal. La investigación, iniciada en 1996, ha llevado finalmente al diseño y construcción de cepas vacunales contra este patógeno, responsable de graves pérdidas económicas en la producción animal. ♦

Colaboración chino-española en cunicultura

Artola se asocia con Kangda para crear en China la mayor fábrica de curtido de piel de conejo del mundo

El Grupo Artola, una de las compañías más importantes en alimentación de la provincia de Castellón, ha firmado un acuerdo con la empresa Qingdao Kangda, la mayor productora de conejos de China, para la creación de una nueva empresa mixta chino-española en las cercanías de Pekín. Se construirá una fábrica para el curtido de pieles de 10.000 metros cuadrados con una capacidad productiva anual de 36 millones de pellejos -100.000 pieles cada día-, que se convertirá en la más grande a nivel mundial y que estará operativa en mayo de este año. La dirección de obra, la tecnología y la dirección de producción, así como el control de calidad, correrá a cargo del Grupo Artola. Ambas empresas también tienen planeado fabricar conjuntamente piensos para conejos, alrededor de 15.000 toneladas al mes.

Artola, que tenía presencia en China desde el año 2002, ha sido una de las 16 compañías de diferentes sectores productivos españoles que firmaron acuerdos comerciales con empresas chinas el pasado 5 de enero en La Moncloa, en presencia del presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero y el viceprimer ministro chino, Li Keqiang. El Grupo Artola, con más de 40 años de experiencia en cunicultura, poseía ya una gran fábrica de curtidos en Marruecos considerada a nivel europeo la número uno, con capacidad para 30.000 pieles al día. Por su parte, Kangda es el mayor productor y matadero de conejos de China, con un volumen de 23 millones de conejos al año, cifra que tiene previsto ampliar en los próximos tres años hasta 38 millones. En agosto de 2010 incorporó Chongqing Kangda Juxin Rabbit Co. Ltd., fortaleciéndose así en el negocio de la cunicultura. ♦



El representante del grupo Kangda rubricó junto a José Francisco Artola -propietario del Grupo Artola- el acuerdo entre ambas empresas. A la reunión asistieron también Keqiang, el viceprimer ministro chino, y Zapatero.

La UAB cede la patente para desarrollar una vacuna contra la pasteurelisis a la empresa de biotecnología Janus Developments

La Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) ha cedido dos patentes a la empresa de biotecnología Janus Developments, una de ellas para producir una vacuna que combatirá la pasteurelisis, una infección que afecta a los animales de producción -entre ellos al conejo- y a fauna de todo el mundo.

Los productores de conejo denuncian que los mataderos de la Lonja de Bellpuig incumplen el precio oficial

Las organizaciones agrarias COAG, UPA Conacun y Cooperativas Agroalimentarias han denunciado que los productores de conejo están vendiendo una vez más por debajo de los costes de producción, situación que se agrava más aún debido al incremento de las materias primas (ver gráfico de la página 66 de esta misma revista).

Los representantes de los productores han hecho hincapié en la necesidad de que se cumplan los acuerdos existentes entre productores y mataderos a la hora de establecer el precio del conejo en las lonjas para que el mercado evolucione de forma correcta. De esta forma se evitarían actuaciones unilaterales e impositivas como las practicadas en estos momentos por los mataderos de Cataluña.

Una de las paradojas que se han producido es que mataderos como Cunicarn, suministrador exclusivo de los supermercados Mercadona y que posee instalaciones en Galicia y Cataluña, sea capaz de pagar a los cunicultores gallegos el precio referenciado en la lonja de esa comunidad, mientras a los cunicultores catalanes les aplica descuentos de hasta 0,25 euros/kg con respecto al precio publicado en la Lonja de Bellpuig.

También el sindicato Jóvenes Agricultores y Ganaderos de Cataluña se pronunció sobre esta situación, recordando que en la tercera semana de enero se estableció un precio de 1,65 euros/kg, aunque los mataderos liquidaron conejos a 1,40 euros/kg de media, un precio 0,35 euros inferior al precio de coste. ♦

Tomás Rodríguez Serrano, nuevo coordinador de Intercun



Desde el pasado enero la organización interprofesional Intercun tiene un nuevo coordinador. Tomás Rodríguez está ejerciendo ya de director técnico de la asociación en sustitución de Gregorio Rodríguez, que ha ocupado este cargo durante el periodo 2005-2010.

Tomás Rodríguez es licenciado en Veterinaria por la Universidad de Santiago de Compostela. Nació en Ourense en 1968 y posee experiencia como veterinario, asesor de empresas y docente. ♦



PREVENCIÓN TOTAL

para sus instalaciones



línea desinfectantes

ECOES **PEROX** **SANIVIR^{DT}**
SANIVIR^{..} **SANIVIR^{plus}**

máxima eficacia en desinfección



bioplagen

Especialistas en Biocidas



Avda. de Gines, 22, PIBO. 41110 Bollullos de la Mitación (Sevilla)
Telf.: 955 77 65 77 - Fax: 955 77 65 66 - www.bioplagen.com

Miles de espectadores siguen los vídeos de Belén Esteban sobre la carne de conejo

La campaña de Intercun para 2011 apostaba claramente por servirse de la imagen popular de Belén Esteban. En tan sólo unas cuantas semanas, el canal INTERCUNOIA que posee la Interprofesional en youtube ha registrado miles de espectadores. El primer vídeo de Belén Esteban contaba a los tres meses de colgarse con 4.455 reproducciones, y otro colgado en enero registró más de mil en tan sólo una semana, situándose al mes en 2.477 reproducciones. A pesar de ello, los vídeos más visitados siguen siendo los referentes a recetas de cocina basadas en carne de conejo, como uno dedicado al conejo al ajillo de hace dos años, que tiene alrededor de 20.480 reproducciones. Por último, los vídeos dedicados a aducir argumentos dietéticos y deportivos para favorecer la compra de esta carne son los menos vistos.

Por otra parte, la campaña de Intercun con Belén Esteban no ha estado exenta de la polémica, puesto que algunos medios de comunicación se posicionaron en contra de que un personaje tan controvertido como Belén Esteban recibiera dinero de la administración pública. En este sentido, el Ministerio de Ambiente, Medio Rural y Marino se apresuró a desmentir, al igual que la Interprofesional, que esto fuera cierto, afirmando que la campaña está financiada por los fondos propios de Intercun destinados a la promoción de la carne del conejo.

Intercun estima que los vídeos de Esteban ya han llegado, sin contar con Internet, a dos millones de espectadores. A esta difusión hay que añadir la que han hecho otros medios no incluidos en la campaña, como el programa de televisión de Buenafuente, con un share nada despreciable del 9,2%. ♦

La campaña de promoción de Intercun aumenta las ventas de enero

La campaña de promoción del consumo de la carne de conejo en España, puesta en marcha por la Interprofesional del sector cunícola y que en la actualidad protagoniza Belén Esteban, ha propiciado un aumento de las ventas en el mes de enero, según estimaciones de la organización Intercun.

Desde esta Interprofesional se ha señalado a Efeagro que los precios en lonja están actualmente «estables», en torno a los 1,54 €/kg de media, y que las previsiones para el mes de marzo son «optimistas» ya que tradicionalmente el consumo se incrementa en dicho periodo.

El sector tiene sus esperanzas puestas en el mercado valenciano, uno de los que más carne de conejo consume. ♦



piensos
VIGORAN®

El pienso más rentable para el cunicultor



Hospital, 46 – 12513 Catí (Castellón) – Tel. 964 40 90 00 Fax 964 40 91 12
www.piensosvigoran.es • e-mail: vigoran@piensosvigoran.es