

CUNICULTURA

# El conejo se escapó de la galera

POR PABLO ANTÚNEZ

FOTOGRAFÍAS DE ARIEL IGNACIO COLMEGNA

“**N**o hay mal que por bien no venga”, asegura el refranero popular y la cunicultura, más que cualquier otro rubro, sabe que es cierto. La crisis económica generada a partir de la modificación de la política cambiaria (junio de 2002) hizo que muchas familias se volcaran a la cría de conejos para autoabastecerse de carne de calidad, que les asegurara un buen nivel de proteínas en la dieta; otros recurrieron al rubro para conseguir una fuente adicional de ingresos.

Más allá de las circunstancias económicas, el gran impulso que permitió un “resurgir” del conejo es el aumento de la demanda en el mercado interno, al haberse casi equiparado en precio con la carne vacuna (el kilo de conejo vale entre \$ 70 y \$ 100).

“La carne es magra, con un aporte proteico de 21%, de fácil digestibilidad, posee menor cantidad de sodio y potasio, y más aporte de vitamina B y calcio. Eso hizo que se fuera incorporando a la dieta”, afirmó Daniel Denes, secretario de la Sociedad Uruguaya de Cunicultores (Sudec) y cabañero de las razas Californiano y Neocelandés blanco.

La gremial se fundó el 25 de marzo de 1994 y su objetivo es defender los intereses de los criadores, asesorando a los poderes públicos en la elaboración de las normas relativas a la industria cunícola nacional.

A la vez, coopera con distintas instituciones estatales y privadas para asegurar el control del producto, tanto en el mercado interno como para la exportación; cuenta para ello con los Registros Genealógicos de la especie establecidos por la Asociación Ru-



“Invirtiendo U\$S 1.000 o U\$S 1.500, se puede comenzar con un volumen importante de jaulas, pero primero hay que agarrarle la mano al manejo del animal”, dijo el secretario de la Sociedad Uruguaya de Cunicultores (Sudec), Daniel Denes.

ral del Uruguay desde 1990. Con un consumo creciente que apura, varios criaderos que estaban en una etapa casi familiar y otros que criaban a escala semicomercial fueron creciendo, pese a que con la liberación del dólar el costo de producción aumentó significativamente.

“El principal costo en la cría es la ración. La suba estrepitosa del insumo ocasionó que muchas empresas bajaran la cortina. Otras, un poco más preparadas, pudieron soportar el cimbronazo y, de la mano del aumento sorpresivo en la demanda, tuvieron la posibilidad de crecer. ¿Cuántos conejos consumen los uruguayos? Los criadores aseguran que, si comparan la demanda que se registró a fines de 2001 con la de 2003, aumentó entre 25% y 30%.

## Hacia adentro

Todavía se enfrenta la problemática de que, para salir al exterior, faltan volúmenes que lo hagan un rubro creíble ante los ojos de los importadores. Mientras tanto, los criadores miran el potencial que tiene el mercado interno.

“Los clientes en el exterior están, pero hay que mostrar una oferta que convenza”, explicó Denes a El País Agropecuario. Para procesar la producción se utilizaría la infraestructura de los dos frigoríficos que ya faenan liebres y tienen las habilitaciones sanitarias para exportar (Fricasa y Caltes).

China fue siempre un gran productor de carne de conejo y Europa siempre se abasteció en ese país, pero ahora le cerró el mer-



cado por problemas sanitarios. Los europeos consideran que la diseminación de varias enfermedades que afectaron sus criaderos de conejos tienen origen en las compras a China. Los cunicultores uruguayos la miran desde afuera, pero son conscientes de que "las perspectivas del mercado mundial son tremendas", indicó Denes.

Más allá de las oportunidades extrafronterizas, también hay otras, internas, nada despreciables: "Existen nuevas bocas de salida, como restaurantes, hoteles y empresas de *catering* que incluyen la carne de conejo en sus propuestas gastronómicas".

### La región

Pensando en exportar, no sólo en Europa están las oportunidades. A nivel regional, los frigoríficos argentinos precisan conejos y los productores uruguayos ya están haciendo contactos. Una de las empresas que operan en Argentina, de capitales holandeses, estaría interesada en instalar una planta en Uruguay.

Además, Brasil es un consumidor importante y "hay posibilidades de anexas volúmenes -aunque sean chicos- con Argentina".

Salir al exterior dependerá de la cantidad de carcasas que los cunicultores puedan producir. No se requieren volúmenes enormes, pero sí un crecimiento constante a nivel de la etapa de cría.



A nivel regional, los frigoríficos argentinos precisan conejos y los productores uruguayos ya están haciendo contactos.

Sudec buscará conseguir apoyos políticos para que el sector crezca en 2004 y así aprovechar las oportunidades. Por otro lado, acentuará el trabajo para agrupar a los criaderos de todo el país, buscando homogeneizar la calidad de los volúmenes con miras a la exportación. "La capacidad de los productores es pequeña y va creciendo en forma paulatina. El gran salto se dará en la medida en que exista apoyo para que el productor pueda mejorar sus instalaciones".

### Potencial

Según el secretario de Sudec, el conejo es un animal que tiene "enormes ventajas desde el punto de vista reproductivo, pero de-

be ser manejado con cierto juicio". Por otra parte, para crecer, los criaderos uruguayos tienen que contar con instalaciones adecuadas, porque el conejo es un animal que sufre mucho el estrés.

"Las jaulas son uno de los cuellos de botella que tienen los criaderos, porque su costo es importante: cada jaula doble cuesta alrededor de \$ 500. El precio es alto porque la materia prima que se utiliza para fabricarlas es importada. Argentina tiene instalaciones muy actualizadas y más baratas", dijo Denes.

Entre las fortalezas del rubro figura la posibilidad de exportar genética. El año pasado, a través de Sudec, se realizaron algunas colocaciones de reproductores en Bra-

## El crecimiento será lento, pero duradero

Para Arnaud Talboutier, un distribuidor de carnes exóticas que maneja varias bocas de salida en la cadena gastronómica y las grandes superficies montevideanas, el crecimiento del mercado del conejo "va de 10% a 20%".

A partir del convenio que realizó el Instituto Nacional de Alimentación (INDA) con algunas intendencias, gran parte de la producción que se volcaba a Montevideo "ahora se queda en el Interior", explicó.

Este empresario aseguró a El País Agropecuario que "la plaza montevideana se ve bastante desabastecida, un poco porque gran parte de la producción del Interior no llega a la capital, pero también porque los criaderos se vaciarán".

Tras la devaluación del peso (junio de 2001), no sólo aumentó el costo de la ración: además, los criaderos tuvieron que comenzar a pagarla al contado (antes podían hacerlo en diferido). Eso hizo que muchos criaderos se achicaran (bajaron el número de animales).

Talboutier aseguró que, desde hace más de seis meses, a nivel del supermercadismo "faltan 200 unidades por semana" y que "en diciembre de 2003 llegaron a faltar 400 unidades semanales".

En la cadena gastronómica, Talboutier observa "un incremento en la demanda que es muy interesante", pero no es lo mismo a nivel de la población en general, porque "el producto no estuvo presente". Pero admitió que exis-

te "una cierta tendencia a probar carnes exóticas (*ñandú, nutria, etc.*)".

Para este distribuidor, el conejo "tendrá un crecimiento lento, al igual que las demás carnes no tradicionales, porque hay una cierta sensibilización de los profesionales del sector a diversificar su propuesta y han visto que funciona bien".

Pero, más allá de la tendencia a probar carnes alternativas a la vacuna, el aumento en la demanda está dado porque "se equiparó en el precio. El conejo no subió tanto con relación a la carne vacuna. Habrá un crecimiento mayor a largo plazo. Será una tendencia lenta, pero larga", insistió.





“El principal costo en la cría es la ración”, explicó Denes, que es cabañero de las razas Californiano y Neocelandés blanco.

sil y, por primera vez, participaron conejos uruguayos en la Exposición Internacional de Esteio (Porto Alegre). En años anteriores también se vendió genética uruguaya en Argentina y no se descarta que, con el auge que experimenta la cría en la vecina orilla, se puedan hacer en el corto plazo nuevos negocios.

#### Cómo iniciarse

Antes de invertir, quienes quieren incursionar en la cría de conejos primero tienen que asesorarse y para eso está la Sociedad Uruguaya de Cunicultores. “Hay que saber los pro y los contra”, advirtió Daniel Denes.

“La producción tiene algunas ventajas, pero también tiene cosas pendientes que resolver y, como en todas las cosas, para tener un desarrollo importante, primero hay que estar preparado como criador”, subrayó.

La inversión no es muy elevada y es posible que el novato comience a experimentar a muy pequeña escala. “Invirtiendo U\$S 1.000 o U\$S 1.500, se puede comenzar con un volumen importante de jaulas, pero primero hay que agarrarle la mano al manejo del animal. Hay que cuidar muchos detalles para que la especie sea realmente productiva”, culminó. ●

## Datos para no correr la coneja

**GAZAPOS:** Haciendo una buena selección, ya sea a nivel de razas puras o incorporando la genética de alta producción que está disponible en el país (líneas españolas), se pueden producir entre 40 y 50 gazapos por madre al año.

**CICLO:** Dependiendo del manejo de cada criadero, la coneja se vuelve a servir en 11-15 días posparto. La gestación dura 30 días y el período de lactancia de los gazapos otros 35 días. Siempre hay un porcentaje de hembras dentro del criadero que no quedan preñadas.

**ESPERA:** Como intervalo interparto se puede manejar un promedio de 50 días (aproximadamente).

**CONSUMO:** El consumo diario de ración depende del animal: no tienen el mismo requerimiento nutricional un macho adulto y una

hembra preñada. Se calcula que un conejo consume entre 4 y 4,5 kilos de ración desde que se desteta hasta que se faena.

**ENGORDE:** El ciclo productivo lleva entre 70 y 80 días, pero también depende de la genética y otras condicionantes (como el mercado). El consumo está acostumbrado a una res de entre 1,200 y 1,500 kg. Los criadores argumentan que, por los costos, no es rentable producir una res de más de 1,500 kg.

**GENÉTICA:** Las razas más criadas en Uruguay son Neocelandés y Californiano, y los cruza-mientos entre ambas. Desde hace algunos años, el Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria (INIA) importa y multiplica genética española. Son híbridos desarrollados en la Universidad Politécnica de Valencia, que muestran un buen potencial.

## ¿Dónde informarse?

Por más información, dirigirse a:

- Sociedad Uruguaya de Cunicultores  
Daniel Denes  
Teléfono: 336-6575
- Arnaud Talboutier (distribuidor)  
Teléfono: 511-3332  
e-mail: Arnaud@adinet.com.uy

## CLAVES PARA SABOREARLO MEJOR

La Sociedad Uruguaya de Cunicultores recomienda cocinar el conejo en agua y sal, agregándole hojas de laurel y ajo. Luego hay que retirarlo del fuego a 10 minutos del hervor y dejarlo enfriar. Disponer el conejo en una parrilla y asar ligeramente de ambos lados. Retirar del fuego, desmenuzar y dejar enfriar (en todos los casos de platos fríos).

### TOMATES AL CONEJO

#### Ingredientes:

5 tomates.

1/2 delantero de conejo cocido (desmenuzado).

100 gr de ricotta.

Mayonesa.

Sal y pimienta.

2 huevos duros.

#### Preparación:

Lavar los tomates, sacarles la pulpa y salar. Colocarlos hacia abajo para que despidan el jugo; condimentar.

Desmenuzar la carne bien cocida, agregar ricotta y mayonesa, y condimentar.

Rellenar los tomates, cubrir con mayonesa.

Decorar con una rebanada de huevo duro y aceitunas.

### ENSALADA RÁPIDA

#### Ingredientes:

2 tazas de carne de conejo cocido y en trocitos.

1/2 taza de apio finamente cortado.

1/2 cucharada de sal.

1/4 cucharada de paprika.

Mayonesa o aderezo para ensalada.

Hojas de lechuga grandes y perejil.

#### Preparación:

Mezclar los ingredientes y depositar sobre hojas de lechuga. Agregar el perejil.

Servir con mayonesa o queso crema aderezado con pimienta, ajo y *ciboulette* picadita.