



Universidad Abierta Interamericana
Sede Regional Rosario

Influencias del Estado Nacional hacia el sector cunicultor exportador

Carrera: Lic. en Comercio Internacional
Localización: Sede Regional Rosario
Campus: Pellegrini 1957
Autor: Pinchetti, Fernando G.
Domicilio: Dorrego 1635
Teléfono: 0341-4480315
E-mail Address: fernandopinchetti@ciudad.com.ar
Tutora: Lic. Elsa Marinuci

A mis queridos padres — Víctor y Susana — que siempre apoyaron mis emprendimientos con una presencia constante.

A Marisa, por su constancia, aportes, colaboración y por siempre fomentar la perseverancia positiva hacia este nuevo mundo que compartimos.

A Santiago, mi compañero y amigo de durante toda la carrera , interna y externamente a la institución...

A la paciencia sin fin de mi Hermano —Ariel, mi compañero de camino durante mi estadía en la ciudad de Rosario.

A la Lic. Elsa Marinuci como así también a la colaboración del Dr. Daniel Coria, por sus aportes, por la riqueza de sus comentarios y correcciones...

A todos los que siempre están presentes en mis procesos creadores...

Muchas Gracias!!!

Índice.

Título, Resumen, palabras clave.....	6
Objetivos e Hipótesis.....	10
1. Introducción.....	11
Reseña Histórica del Sector Cunicultor del contexto internacional.....	14
1.1 Estado de Cuestión.....	17
1.2 Marco Teórico	
Producto.....	18
Trazabilidad del sector Cunicultor Exportador.....	20
Productos sustitutos del sector cunicultor.....	25
La participación del sector cunicultor exportador en el mercado mundial.....	34
El rol del Sector Publico y Privado.....	38
Lectura de las competencias del sector cunicultor exportador.....	43
1.3 Diseño Metodológico.....	45

2. Metodología Operativa	
2.1 Caso de Estudio Encuesta a Frigoríficos de Exportación de conejos a CEE.....	46
2.1.1 Análisis de Resultado.....	47
3. Conclusiones.....	49
Bibliografía consultada.....	53
Anexos.....	55

***Influencias del Estado Nacional hacia el sector
cunicultor exportador***

RESUMEN

En la presente investigación queremos dejar reflejado los distintos factores referentes a la comercialización de los conejos.

Nuestro análisis se focaliza en ellos. Decidimos tomar como parámetro la venta de carne de conejos desde los frigoríficos cunicultores exportadores, hacia los mercados internacionales, planteando, los puntos críticos que nos imposibilitan utilizar los mecanismos necesarios para insertar otros productos –de uso no convencional- como pieles, el subproducto del estiércol (como humos, derivado de la lombricultura o fertilizantes) y vísceras en mercados no tradicionales a la CEE.

Ante esto vemos la inquietud de conocer dónde se consuma la problemática, si en el estado nacional, como institución Pública por excelencia para el fomento de las economías regionales que desarrolla políticas para conseguir nuevos mercados de exportación o son los frigoríficos, que ante la falta de profesionales idóneos, se encuentran en forma aislada y sin orientación alguna, para la comercialización de sus productos hacia nuevos mercados externos

Los invitamos a que comprendamos que el fracaso es parte del éxito y que no tiene que desanimarnos, sino que debe estimularnos a transformar esta experiencia en positiva y construir sobre las ruinas.

Por esto, debemos hacer hincapié en el desarrollo de la posibilidad de mejorar la salida comercial de nuestra producción hacia nuevos mercados externos no tradicionales.

Palabras Claves Utilizadas

En el desarrollo del siguiente trabajo utilizamos como palabras claves: "conejos", "sector cunicultor exportador" y "frigoríficos de exportación".

Los mismos aparecerán en el transcurso de la investigación, y serán claves para el desarrollo y formulación de la misma.

Objetivos

- Verificar si el excedente del mercado interno cunicultor es sustentable para cumplir con los requerimientos de los mercados externos no tradicionales.
- Evaluar el fomento del Estado Nacional sobre políticas claras para el desarrollo del sector cunicultor exportador
- Analizar si el sector cunicultor exportador dispone de personal idóneo calificado y están profesionalmente preparados para solventar su crecimiento en el comercio internacional
- Evaluar la eficacia de la trazabilidad interna del sector cunicultor exportador.
- Investigar que participación logra el sector Cunicultor Exportador a través de instituciones públicas y/o privadas en el comercio internacional.

Hipótesis

- Como el empresario del frigorífico cunicultor Exportador no posee conciencia exportadora, no evalúa nuevas oportunidades comerciales Internacional.
- Las políticas públicas de apoyo al sector cunicultor exportador no son uniformes.
- Es posible elaborar productos sustitutos para formar un abanico de oportunidades comerciales en el sector cunicultor exportador en los mercados internacionales

1. Introducción:

Introducción

En la siguiente investigación hacemos referencia a las producciones agroalimentarias no tradicionales en la Argentina. Esta denominación no es totalmente abarcativa del tipo de producciones que se intenta reflejar en el estudio. En efecto, el propósito más amplio es comenzar a conocer la importancia económica de un grupo de productos que, además de no ser los tradicionalmente producidos, son “diferenciados”, por distintos atributos naturales o debido a modificaciones incorporadas en el proceso productivo o comercial. Se trata de productos que no son *commodities*, porque no se negocian en grandes mercados internacionales, tienen características que los diferencian y su valor unitario es generalmente mayor que el de las *commodities* tradicionales. Incluye productos sin elaboración² y elaborados.

Por otra parte, la denominación adoptada contribuye a discriminar el universo de bienes a considerar. Quedan excluidos los productos que sustentan actualmente la parte más importante de la producción y de las exportaciones agroalimentarias argentinas: los cereales y oleaginosas y sus derivados industriales; la carne vacuna, los pescados y moluscos de pesca marítima de captura, los productos lácteos (de bovino), las frutas

² Habitualmente las estadísticas distinguen a la producción agroalimentaria en “productos primarios” y MOA (manufacturas de origen agropecuario). La denominación “productos primarios” es, sin embargo, engañosa, en

de pepita y las frutas cítricas. Los mencionados son efectivamente productos con tradición en la producción y exportación Argentina

Se pretende demostrar también los distintos usos y costumbres respecto a la comercialización de carnes, piles, estiércol, vísceras pertenecientes a productos no tradicionales, enfocándonos especialmente en lo que respecta al conejo, su situación actual, y vísceras para el largo plazo.

Se pretende demostrar la labor de los distintos actores, tanto públicos como privados para el fomento de estas economías regionales, y el destino que eligen los Frigoríficos Cunicultores nacionales, de sus producciones, como alternativa viable del sector, que a nuestro criterio, y según fundamentaremos, es deficiente.

La falta de políticas claras, el asesoramiento del capital humano no calificado idóneamente respecto al sector, un marco jurídico representativo, obstaculiza y materializa aun más la competitividad de un negocio viable...trasformándolo, en conocido y probable, a fin de solventar costos fijos que el sector cunicultor exportador desea cubrir.

Existen una variedad de factores que influyen en el comportamiento del empresario potencial, desde la motivación hacia la inserción de mercados externos hasta los contactos que le ayuden a resolver los problemas que se van encontrando en el proceso de creación y crecimiento del sector.

tanto incluye tanto materias primas *commodities* como alimentos de consumo final de alto valor final y agregado, como las frutas. . www.cci.gov.ar – 24-04-2006.

Nuestro objetivo en la presente investigación ha sido identificar los factores claves que estimulan o limitan la utilización de las capacidades empresariales en cada etapa del proceso de comercialización de los conejos. Del análisis de dichos factores claves se deducen una serie de consecuencias y recomendaciones de políticas para la promoción del sector cunicultor exportador en distintos contextos socioeconómicos.

Frente a la situación descrita, se siguió una metodología formal, incluyendo las hipótesis de trabajo, el cuestionario para recoger la información en planta de los frigoríficos seleccionados en muestrario total de 8 establecimientos autorizados para la exportación a mercados externos no tradicionales y aptos según resolución que certifica y habilita el destino de sus productos a la CCE, se ha elaborado a partir de una extensa revisión de la literatura sobre el sector, escasa según nuestros criterios, como consecuencia de la información recabada de la correspondiente temática.

Reseña Histórica del Sector Cunicultor del contexto internacional

Antes de comenzar el desarrollo de nuestra investigación, creemos necesario hacer un paréntesis en las características particulares del conejo, fijando sus cualidades y características principales de la carne, pieles y especialmente los valores proteicos de este animal tan dócil y apropiado para el consumo vital humano.

El conejo es de domesticación relativamente reciente, si lo comparamos con otros animales de granja, como la gallina, el cerdo y los caballos.

Los romanos fueron los primeros en adoptarlo en sus platos de comida y lo llamaron cuniculus. Recién en el año 476 se disperso el conejo llevado por el hombre por Europa hacia Alemania, Francia y Bélgica. Pero el legítimo lugar de origen es España, que justamente quiere decir "País del conejo". Hacia el 1500, tiempo de conquistas y descubrimientos, se dispersó el conejo por todo el mundo. Esto causó en algunos lugares, graves plagas de conejos incontrolables, especialmente en zonas donde carecía de predadores, enemigos naturales, como el zorro.

El más famoso fue el caso de Australia. Hacia el año 1859 se liberaron allí unos cuantos animales. Luego de 35 años, todo Australia parecía un gigantesco corral de conejos, causando un gravísimo desequilibrio ecológico, se comían todas las pasturas, inclusive llegaron a formar verdaderos desiertos en algunas regiones. Muchas haciendas de ganado

vacuno y bovino se vieron imposibilitadas a proseguir, debido a la competencia que le hacía el conejo silvestre, introducido. Se hicieron todos los intentos posibles para exterminar a estos animales, desde envenenamientos en masa y hasta invertir 150.000 Km. de alambrados finos alrededor de las granjas.

Unas de las formas más efectivas para combatirlo, fue introducir y dispersar artificialmente el virus de la mixomatosis. En 1938 Australia llegó a exportar 10.000.000 de pieles de conejo y aún hoy se invierten importantes sumas para combatirlo. En otras regiones, como Sudamérica, jamás se convirtió en un problema, por la cantidad de predadores que encuentra en la fauna local: zorros, pumas, hurones, comadrejas, etc.

El hecho de que el conejo haya podido conquistar todo el mundo se debe a su increíble capacidad de adaptación, especialmente respecto a su alimentación.

Hacia el siglo XIV el conejo era un animal muy poco difundido y muy apreciado en Inglaterra. En esa época se lo truqueaba por un cerdo. Recién en el siglo XIX se multiplicó muchísimo en la isla británica, principalmente porque los campesinos no tenían el derecho a la caza.

Las primeras noticias de domesticación, se conocen en la época de Julio César. Se los criaba en grandes corrales de piedra.

En la época medieval aparecen los primeros intentos de jaulas en los monasterios y se consumían los gazapos recién nacidos como una

delicadeza. Con este nuevo tipo de crianza en jaulas, comienza en realidad la verdadera domesticación y el contacto mas estrecho con el hombre.

Francia fue en cierta forma, pionera en la domesticación y en el desarrollo de importantes razas como el Plateado de Champagne (desde 1733), el Castor Rex (principios del 1900), el Angora. Todas estas razas son mutaciones que aparecieron espontáneamente, un producto de la casualidad y que se fueron seleccionando hasta fijar los caracteres de la nueva raza.

Los conejos domésticos están distribuidos en todo el mundo. En todas las ciudades y pueblos del planeta existe algún criador de conejos. Sin embargo, el tipo de animal y la forma de crianza varía muchísimo de un lugar a otro. El conejo es un animal que convierte una gran variedad de forrajes en carne y pieles. Forrajes que de otra manera se desperdiciarían. Estos forrajes son: hojas de árboles (que se caen y pierden en el otoño), pastizales al borde de rutas y caminos (que generalmente son quemados y desperdiciados); el conejo puede alimentarse de prácticamente toda la vegetación que nos rodea. Haciendo un provechoso uso de las ventajas de este animal, se podría solucionar en parte la leve desnutrición o falta de proteínas en Argentina y el mundo.

1.1. Estado de la Cuestión

Después de una búsqueda exhaustiva de información, no se registra dato alguno hasta la fecha de investigaciones similares y/o referentes a la temática seleccionada.

Los datos registrados son referentes a la explotación del sector cunicultor, que data desde principios de SXX, al conejo como animal dócil y sus facultades nutricionales, pero nada dice en relación a la participación del Estado Nacional en la exportación de conejos y su influencia en la comercialización del mismo.

1.2. Marco Teórico

Producto

La carne de conejo es un producto cuyas características resultan benéficas para el consumo humano, ya que es rica en proteínas, vitaminas y minerales, de fácil digestibilidad, reducida en calorías y con bajos porcentajes de materia grasa y colesterol.

Pero no sólo es importante la cantidad de grasa, sino también la relación ácidos grasos saturados (malos), ácidos grasos poliinsaturados (buenos). El estudio realizado por Dr. Jaume Camps Rabada⁴, desarrolla un listado ordenado de mayor a menor según la relación de ácidos grasos:

- Manteca
- Grasa de Carne ovina
- Grasa de Carne vacuna
- Grasa de Carne Porcina
- Grasa de Carne Aviar
- Grasa de Carne de Conejo y de Pescado
- Aceites Vegetales

⁴ Secretario Gral. de la Academia de Ciencias Veterinarias de Cataluña – España.-Escala exhaustiva de ácidos grasos del conejo. Revista “ El Federal” – Pág. 12-23 Abril 2005. -

La grasa de la carne de conejo tiene una relación (ácidos grasos saturados /ácidos grasos poliinsaturados) igual a 1, en tanto es de 12 en la grasa de los vacunos.

La carne de conejo tiene unas seis veces menos cantidad de ácidos grasos saturados que la carne vacuna (calculando redes enteras). Solo comiendo seis kilogramos de carne de conejo se llegaría a ingerir la misma cantidad de grasa saturada que con un kilogramo de carne vacuna.

En cuanto al principal motivo de la ingesta de carnes, las proteínas, la carne de conejo presenta 4,4 veces mas proteína por cada parte de grasa que los vacunos. (*Ver Anexo I*).

Estas características convierten a la carne de conejo, en un alimento requerido a nivel mundial por consumidores de altos ingresos, siendo así mismo adecuado a regímenes alimentarios orientados a prevenir o atenuar enfermedades cardiovasculares, así como también es recomendado en la alimentación de niños y ancianos.

Trazabilidad del Sector Cunicultor

Uno de los principales motivos de nuestro interés es el de remarcar, el uso adecuado según resolución SENASA en la norma Comunitaria 91/495/CEE⁵, que informa detalladamente la Trazabilidad de la carne de conejo para exportación y sus derivados.

Creemos necesario, a priori informar el concepto y/o denominación del vocablo "*Trazabilidad*", motivo que ante el *no* cumplimiento de este requisito fundamental de sanidad, la comercialización del producto alimenticio, tanto para mercado interno como externo, resultaría ser un fracaso.

El Dr. Gustavo de Loof⁶, define a la Trazabilidad, como el registro de todos los elementos referidos a la historia de un lote / animal, desde su nacimiento hasta la góndola, es decir hasta el final de la cadena de comercialización de sus cortes. También se la denomina "Rastreabilidad", y se aplica a todos los productos, subproductos, y derivados de origen animal y vegetal destinados al consumo humano y a piensos (*porción de alimento seco que se da al conejo*) para animales de consumo, pero indudablemente adquiere mayor importancia en el tema animal.

⁵ ver Anexo II.

⁶ Medico Veterinario, Senasa – Titular Encargado Frigorífico Ezquel – Chubut, Patagonia – Argentina. Fecha 16/12/2005

Consideramos a la trazabilidad animal como fundamental, razón que surge como consecuencia del cambio de hábitos en los consumidores, quienes exigen cada vez mas seguridad alimentaria, otorgando así la trazabilidad, el recupero de confianza de los consumidores, el respaldando y la credibilidad en el consumo de las carnes.

Otro motivo de interés de la trazabilidad, es que los desarrollos no obedecen a una sola causa⁷, sino por el contrario, funcionan como factores de protección ante la aparición de síndromes que afectan la conducta del consumo humano.

En nuestro país, el interés se centra en recuperar credibilidad en los compradores externos, viabilidad que en determinados momentos se encuentra polarizada y a su vez, se distorsiona ante la ausencia de organismos responsables de la calidad de las carnes de exportación y certificadores de los buenos usos y prácticas de producción, comercialización y distribución a nivel interno y externos. Citamos el caso de aparición de aftosa⁸ (*destacando una vez mas la ausencia de los Organismos Públicos que deberían estar obligados al control sanitario*) en la provincia de Corrientes, tras la zozobra y, -en algunos casos- licencia del personal (caso Swift y Finexcor) luego del inexplicado foco de aftosa

⁷ En la CEE, el objetivo principal esta referido a la seguridad alimentaría, a raíz de los problemas causados del síndrome de la Vaca Loca y en su efecto la reciente aparición de la Gripe Aviar. Ing Agr. A. Julian Pomphile. Granja Cunicola. Revista: Donde están los Conejos" - Segunda Parte. Bs. As. Argentina. 2006 – (pag.12-24).

⁸ Ing. Agr. Andrea Bolleta. Revista "el Gazapo" fecha. – Entre Ríos. – Argentina. Fecha. 25/06/2006.

detectado en Corrientes resultando el cierre inmediato de los mercados internacionales.

Ahora bien - citamos el ejemplo, en el campo correntino, propiedad de la familia Romero Feris, donde notamos que la pulseada que venía sosteniendo el gobierno con los ganaderos para acordar un congelamiento en el precio de la carne inclinara el brazo a favor de la administración Kirchner. ¿Qué pasó en Corrientes?; “el brote de aftosa es funcional a los intereses del Gobierno y de algún sector de la industria frigorífica”, además de pensar que “fue muy sospechosa la aparición de la enfermedad”, creemos que el gobierno provincial no estuvo a la altura de las circunstancias: “el Gobierno provincial no acreditó una gestión para defender los intereses de la provincia de Santa Fe en serio, por su tremenda dificultad para enfrentar al Gobierno nacional”

En torno de las responsabilidades políticas, no por el foco de aftosa, sino por la falta de una política ganadera en Argentina; obstaculizando así, a sectores con gran potencial productivo, para justificar la disminución del precio de la carne en el consumo interno, sabiendo que la carne Argentina es la mas barata del mundo, que si bien históricamente, es en épocas invernales donde los precios tienden a bajar a causa del comienzo de las bajas temperaturas (entre +2°C a -1°C) y las vacas salen del campo natural -no feedlot-, lo cual produce sobreofertas y generas las bajas en los precios.

Otro aspecto fundamental que destacamos es que los consumidores de mayor poder adquisitivo⁹, priorizan cada vez mas los factores no económicos al momento de adquirir un alimento.

Los factores que priorizan son:

- Que el producto sea identificable desde su origen
- Que sea destacable respecto a productos alternativos
- Seguro en términos de salud.
- Saludable para la dieta.
- Que sea conveniente en términos de comodidad y simplicidad de cocción.

Ahora vemos que la trazabilidad como política de estado esta muy lejos de la realidad, dejando como resultado, en principio la falta de promoción de la carne de conejo para incremento del consumo interno, la falta de hábitos de consumo, en carnes tradicionales mas baratas¹⁰, escasez de conocimientos culinarios y sumado al poco desarrollo en los eslabones de la comercialización que derivan en un bajo acceso a esta especie en el mercado interno; motivan como víspera de esperanza, la salida de la producción a través de los frigoríficos habilitados hacia los mercados

⁹ Nicho que genero un incremento del 80%, según cifra INDEC – SENASA – MERCOSUR-
www.proargentina.com 11-03-04

¹⁰ (\$ 6.15 Kg. carne de conejo en góndola mayorista), Ing. Agr. Raul Rossi – Entrevista. Exposición Rural.- Pergamino, Pcia, de Bs. As. Fecha 10/10/2006.

externos, sin el previo análisis y conocimiento de la coyuntura internacional.

Afirmamos, *sin conocimiento* de la actividad, porque poco se sabe sobre la necesidad de incrementar la calidad sanitaria de los animales, la necesidad de contar con la historia de cada animal, la necesidad de incrementar la vigilancia epidemiológica y el seguro control de las epidemias emergentes, según dicta el registro de trazabilidad internacional SENASA / CEE¹¹.

Pero sí es una realidad, que mucho ruido hacen los obstáculos que padecen los frigoríficos cunicultor exportadores, a la hora de la internacionalización de su producción. El reingreso de China¹² (hecho consumado al 20/11/2006) en el mercado de conejo – medida que surgió a partir de la detección de serias deficiencias en el sistema de control de residuos en el año 2002 para el ingreso de conejos a la CEE -, deja reducido el mercado potencial al que se dirija la producción nacional destinada a la exportación.

Queda claro que el horizonte del frigorífico cunicultor exportador ante esta situación deberá encender una luz de precaución si pretende mantener la competitividad en el mercado externo; los productores pasan

¹¹ Que las Directivas 91/495 y 71/118 del Consejo de la CEE, establecen para aquellos países que quieran exportar carnes frescas o subproductos de conejo a la CEE, normas claras referentes a la certificación sanitaria de los conejos que se destinan a faena, desde su origen, resaltando el criterio de ejercer un control sobre la trazabilidad de todos los productos. www.afip.gov.ar 13/06/2006.

¹² País exportador del 60% de la producción mundial de conejo hacia la CEE. www.ergonomix.com – 06/08/2006

por alto que, la culpa es de los frigoríficos exportadores que les endilgan los criadores de conejo. Esto, simplifica la situación, el precio de la carne deja de ser competitivo en la CEE, porque el mismo a disminuido y la consecuencia de ello es que a los frigoríficos cunicultores exportadores la venta les resulta de menor valor, por ende, se ven obligados sin remedio a comprar a los productores a menor valor, formando precios en planta; lo que conlleva a un efecto dominó, cuando se requieren fijar precios, desde los distintos eslabones que componen la comercialización del conejo con destino a la demanda internacional. Este proceso comprende desde la etapa de la producción, pasando por los fijadores de precios, "frigoríficos exportadores" hasta llegar a la góndola en los mercados internacionales, con el fin de facilitar su consumo final.

Productos sustitutos del sector cunicultor

Las "PREGUNTAS" que no realizan los futuros emprendedores pero que, son FUNDAMENTALES en el sector cunicultor exportador, refieren a la necesidad de información sobre las razas de conejos que se están criando en relación con las demandadas y, cual sería el objetivo final para su comercialización, si hablamos de piel, carne o pelo.

El consumidor actual muestra mayor interés por las características de calidad y valor dietético de los alimentos, originando una demanda cada

vez más selectiva y una necesidad creciente de diferenciación de los mismos (López Bote, 2002).

En la actualidad existe una nueva categorización de los alimentos, conocida como "Alimentos Funcionales" que son aquellos capaces de aportar sustancias con funciones fisiológicas definidas, brindando beneficios para la salud de quienes los consumen.

Existen distintas alternativas que pueden seguirse para introducir factores de diferenciación en la producción de animales de carne, entre ellas, se destaca la alimentación por su impacto directo sobre las características cualitativas de la carne.

Asimismo, los sistemas de producción tienen una influencia directa sobre los alimentos ingeridos por el animal, las condiciones de bienestar, actividad física y medio ambiente (Dal Bosco et al., 2002). Durante las últimas décadas se observó un abandono de los modos tradicionales en la producción de carne, utilizándose casi exclusivamente alimentos industrializados, desarrollados para modelos altamente intensificados, lo que contribuyó negativamente a la imagen de los productos cárnicos en general.

No obstante, a efectos de dimensionar la importancia de la oferta argentina, cabe destacar que: la actividad cunícola requiere poca superficie para su implementación, se adapta a ámbitos suburbanos, es

una actividad realizada por pequeños productores, con una fuerte utilización de mano de obra familiar.

En nuestro país el sistema de explotación más difundido es el semi-intensivo; de igual manera la producción industrial ha comenzado a fortificarse.

Sincrónicamente con el aumento de la producción desde el año 2001, se amplificó la cadena en el eslabón industrial; plantas elaboradoras de alimento balanceado, fábricas de jaulas; laboratorios de medicamentos etc.

El principal insumo de la actividad es el alimento balanceado (con un IVA DEL 21%, mientras que las aves cargan con el 10.5% con el 5% de retención), representando un 70% de los costos de producción.

De las plantas faenadoras, con certificación para exportar a la Unión Europea que originariamente faenaban solamente liebres, solo 10 son las que comenzaron a ocuparse de los conejos; existía una capacidad ociosa anterior a la faena del conejo.¹³ Esta especie da lugar a la manutención de las plantas abiertas durante todo el año.

Desde el 2005 quedan solo ocho, no obstante, incrementaron de esta manera la capacidad de faena y exportación. Estas plantas faenan el 95% de la producción local.

¹³ Ver anexo III – Tabla Frigoríficos habilitados Res. SENASA 2006 – faena y exportación de conejos CEE.

La producción de carne de conejo en Argentina se ha orientando hacia el canal exportador, tal es así que el porcentaje del comercio interno es menor del 26% del total de exportación (25gr/ hab. /año y un consumo aproximadamente de 94^o toneladas) concentrándose en los países europeos el excedente restante.

La forma de comercialización de la carne de conejo es en cortes congelados, los mismos se presentan envasados individualmente en envases primarios de polietileno y el conjunto en unidades de cartón. En dichos envases debe figurar la intervención del SENASA y el cumplimiento de los requisitos exigidos por la UE.

Estos requisitos se enmarcan en la norma comunitaria CEE, que estipulan los países importadores del bloque para la importación de estas carnes.

Los cortes mas difundidos para la venta son cuarto trasero y delantero, carne con y sin hueso, lomo, paleta (corte), vacío, carcaza y recorte de troceo.- (*Ver anexo III*)

En el 2002, después de cinco años de suspender las exportaciones, al retomar la venta al exterior, las realizadas a la Unión Europea, sumaron 124 TON. por un valor de 491 mil dólares.

En el año 2005 las ventas externas aumentaron un 181% con respecto al 2004, con un precio promedio FOB de 4.300 dólares la tonelada. El corte con mayor salida fue el conejo congelado en trozos; 991 toneladas. (*Ver anexo IV*)

Sin embargo, este proceso de incremento, durante los primeros tres meses del año 2006, comenzó a contra restarse, con una disminución del precio promedio FOB de solo a U\$S 3.580 la TON, con respecto al mismo año anterior. Esa panacea política, comienza a dar sus signos de poca credibilidad.

Sabiendo que los frigoríficos cunicultores exportadores se limitan solo a la exportación de carne a los países de Europa, resulta que no hay un análisis profundo, de venta de productos sustitutos del conejo, como la piel, dejando de lado la alternativa de producir conejos de doble propósito¹⁴ (carne y piel) obteniendo con ello el doble o triple de rentabilidad que con respecto al conejo de carne.

Por cuestiones similares, consideramos que es necesario conocer y tener en claro los volúmenes que se comercializan en el mundo de los productos que nos ocupan, incluyendo sus respectivos precios. En este punto es posible introducir la idea de inteligencia de Mercado, concepto que requiere llevar a cabo numerosas tareas, citamos como ejemplo fundamental, pensar qué se nos ofrece como país y compararnos con estándares internacionales, tal es la cita con países europeos como

¹⁴ Este sistema ya se esta comercializando con el siguiente procedimiento: se vende el conejo en pie por kilo vivo al frigorífico de exportación. Este le reintegra la piel fresca o congelada. Así se entrega al curtidor y finalmente se comercializa la piel a importadores del exterior (vienen a comprarlos localmente, ídem pieles de chinchilla). Pagan de 5 a 30 U\$S c/u”

Cabe destacar que la demanda internacional de pieles de conejo ha tenido un notable incremento, tanto en volumen como en precio, estimándose que continuará en éstos niveles durante los próximos 5 años. Ing. Zoot. Alejandra Asa. Dirección de Industria Alimentaria. SAGPyA. Entre Ríos. Argentina. 2006. (p.38)

Francia, Países Bajos, Alemania y países provenientes del medio oriente como China donde se observa que los empresarios cunicultores exportadores se enfrentan a un ambiente de negocios menos favorable que los asiáticos.

Los países del Este de Asia cuentan con sociedades más integradas, tienen niveles de ingresos más elevados, estructuras productivas, sistemas de innovación más articulados y sofisticados.

En cambio vemos que los frigoríficos cunicultores exportadores también señalan la falta de disponibilidad del financiamiento necesario como una de las barreras que obstaculizan el desarrollo y crecimiento de nuevas unidades de negocios. Esto, los induce a buscar alternativas para reducir el monto de inversión inicial, tales como comprar maquinaria de segunda mano, obtener crédito de proveedores o, comenzar con un tamaño menor de estructura. Los empresarios asiáticos, por el contrario, gozan de un mejor acceso al financiamiento externo, especialmente en la etapa de lanzamiento y desarrollo inicial de sus empresas, y las fuentes son más variada, provenientes del complemento entre los sectores públicos y privados, que aun se los sigue denominando con la China comunista, ideología que solo corresponde a un 12% de la población total.

Definir qué exportar, adonde y cómo, lleva a tratar de conocer y medir los riesgos de la falta de adecuación entre la oferta que se realiza y la demanda de los países de destinos. Es amplio el campo que se abre en este punto, hace falta investigar como es la cadena comercial del país de

destino, ante el intento de comercializar carne congelada sin sustituir por pieles u otro producto con similares características frutos del conejo. Esta situación conduce tanto al productor como al frigorífico exportador a evitar intermediarios y recibir mas dinero por su producto y por ende el importador pueda comprar a menos valor.

También consideramos necesario conocer el manejo de los medios de pagos y las condiciones de financiamiento que ofrecen las bancas publicas y/o privadas en nuestro país, - tanto nacionales (PRE-financiación y financiación) como extranjera - (trasferencias directas a través de bancos corresponsales del país del comprador, cartas de créditos, cobranzas simples y documentadas). Estas condiciones operan como limitantes para el sector cunicultor exportador hacia el comprador (considerando la evaluación crediticia que no se realiza en relación al comprador, sumando los altos costos que se pagan en demoras, la falta de control sobre los plazos de ingresos de divisas y su correspondiente análisis en el ingreso de los reintegro de exportación).

Hay que investigar los mecanismos de elaboración que deben cumplir los productos (el packaging en detalle) y trabajar en conjunto con la Dirección Nacional de Alimentos¹⁶ por los temas específicos de calidad, trazabilidad - mencionada en el transcurso del presente trabajo de investigación - y las normas de calidad internacional sobre las exigencias de la producción¹⁷.

¹⁶ Programa de calidad – PROCAL – www.todoagro.com – 02/24/2006

¹⁷ La COLECTIVA N° 7 91/04 SAGPyA.

Dice: Por la presente colectiva se reitera que la habilitación de criaderos de conejos es

Estas, deben ser promocionadas por los organismos dependientes del Estados para que el sector cunicultor exportador se someta a las buenas prácticas de manufacturas, en toda la producción de productos sustitutos del sector.

Consideramos en referencia al costeo de producción sustituta, que el punto esencial es asesorarse sobre los posibles beneficios impositivos alcanzables (recupero de IVA) y no solamente esperar la época conveniente de su comercialización, ya que desde el momento de su sanción por parte del estado, estos perdurarán hasta nueva reforma y/o finalmente su derogación

En el caso de la apertura de un mercado, una serie de costos del mercado interno deben formar parte del precio de exportación, debe realizarse un análisis de la situación actual de la empresa y estudiar la viabilidad del proyecto, son considerados 3 aspectos básicos: empresa, logística y mercado, determinando las necesidades del consumidor, la fortaleza empresarial y las debilidades del comprador, determinado la oportunidad.

Al precio de exportación, se lo considera, como el precio de venta que permite al productor / exportador recuperar los costo de producción (materias primas nacionales directas / indirectas, insumos importados temporales y definitivos, mano de obra y cargas sociales directas e indirectas, envases y embalajes, gastos imprevistos previstos, roturas y

obligatoria para todos los establecimientos productores, de acuerdo a lo establecido en la Resolución SENASA N° 618/2002. -

faltantes), costos de comercialización (mercado interno y comisiones a intermediarios en el país), costos financieros y administrativos, todos reales y estimados; vinculados con la exportación mas la utilidad (razonable beneficio) que incluye un retorno relacionado con el esfuerzo empresarial realizado y el riesgo en función del capital comprometido.

Toda empresa debe realizar sus costos sobre la base al precio FOB (modalidad general, tener en cuenta cláusulas de venta INCOTEM 2000- según las reglas adoptadas por el comité de términos comerciales de la Cámara Internacional de Comercio en 1936 y aprobadas por las Comisiones Nacionales de 25 Países -.

Además debemos incluir directamente los gastos de seguros, flete internacional, derechos de exportación, tasas de estadísticas, IVA , percepción ganancia, ingresos brutos, honorarios del despachante de aduana, bancarios y generales de la practica habitual; sumado lo que consideramos necesario sobre los productos sustitutos cuando salen al mercado externo y surgen a los efectos de cubrir una necesidad demandada.

La estrategia a seguir -por las mentalidades empresariales del sector- corresponde a la apertura de nuevos mercados y se profundiza en el sostenimiento de los mismos en el tiempo.

La participación del sector cunicultor exportador en el mercado mundial

Los conejos domésticos están distribuidos en todo el mundo. En todas las ciudades y pueblos del planeta existe algún criador y/o exportador de conejos. Sin embargo, el tipo de animal y la forma de crianza varía muchísimo de un lugar a otro. Esto se debe principalmente a la cultura predominante en cada país en particular.

Por eso, para conquistar mercados no alcanza con tener un buen producto, de gran calidad y a un precio competitivo. Tan importante como eso es conocer las costumbres, creencias e idiosincrasia de las circunstanciales contrapartes. Esa manera de conducirse -la etiqueta del negocio-, es clave para el éxito de las ventas. Más aún en los países con gran reverencia por el protocolo y los rituales, como Japón y China, entre otros.

La concepción del tiempo, el valor de la relación personal, la vestimenta, las distancias personales, las presentaciones y los saludos, el intercambio de tarjetas, las comidas y hasta la forma en la que se toman las decisiones cambian apenas se cruzan las fronteras. Y no hay que irse a los extremos para encontrar las diferencias.

En nuestro continente y en Europa ya se perciben. Y si uno piensa llegar más lejos, se acentúan. A continuación comentamos los lugares que

consideramos más importantes a modo de ejemplificación del sector cunicultor exportador. Liderados por España, Francia e Italia son los países con una gran producción de carne. Tienen verdaderos criaderos industriales e implementan tecnología avanzada para rentabilizar la producción masiva.

En Alemania, en cambio, hay criadores pequeños por "hobby", que desarrollan la cría de razas puras, perfeccionándolas constantemente. En todas las localidades hay clubes de criadores y se celebran varias exposiciones al año.

En los EE.UU. la situación es muy similar a la de Alemania, y han desarrollado numerosas razas nuevas que rápidamente se expandieron a nivel mundial, como el conejo Neozelandés y el conejo Californiano. Esta última, se ha desarrollado a gran escala, distribuyéndose de forma masiva en toda Latinoamérica, principalmente en lo que respecta a nuestro país

Respecto al medio Oriente, China exporta el 80% de la producción mundial. Por los bajos costos de producción tienen monopolizada la comercialización internacional del pelo angora y sus derivados compuestos.

En la Argentina: La mayoría de los criaderos están ubicados en Buenos Aires, Córdoba y Entre Ríos. En estas localidades predominan las razas neozelandesas, californianas, Leonado, Gigante de Flandes y en menor

escala el Angora y el conejo Chinchilla. En otras provincias es muy raro encontrar animales de pura raza.

Las razas Mariposa del Rhin, Plateado de Champagne, Arlequín, Thuringo y Liebre Belga son exclusivas de Cabaña Lagunita de la Provincia de Jujuy y por su alta calidad han causado sensación en las exposiciones nacionales.

A nivel nacional la producción de carne esta concentrada principalmente en Bs. As y Córdoba. Sin embargo la falta de implementación de ciencia y tecnología y la falta de mejoramiento genético no permite llegar a rentabilizar satisfactoriamente la producción. La producción de pelo de conejo "lana Angora" estaba concentrada en Entre Ríos con un alto margen de rentabilidad comercializándose a \$40 el Kilo de lana. Sin embargo la importación directa desde China de este producto arrojaba \$18 el Kilo. Esto, hizo desaparecer todos los criaderos en un breve lapso. El sector cunicultor estableció como responsables a los Frigoríficos cunicultores exportadores; a la modalidad de venta directa en planta y no en las plazas de los productores de acuerdo con la modalidad real que se empleaba hasta el momento.

Consideramos el deber de realizar un paréntesis ya que, el retorno al campo competitivo internacional de este gigante dormido, se debe principalmente -mencionado durante el desarrollo de esta investigación- a que las oportunidades no deben ser pensada ni proyectadas para un corto plazo, como se lo ve en este proceso de *Boom* donde, la demanda a nivel

mundial hizo que el sector pudiera involucrarse con una interesante y creciente participación en el comercio internacional de carnes desde el año 2002. Se muestra en las estadísticas de crecimiento, que la participación a nivel mundial es mínima con respecto a otros países, el 1,2% del total de las exportaciones mundiales¹⁹ hasta 2005, sin pensar estratégicamente el negocio como rentable.

Esto, conlleva la necesidad de acondicionar nuevas ideas a fin de minimizando el riesgo coyuntural que se presenta en todo negocio cuando se asoman "los jugadores de las grandes ligas" sumado a la notable presencia del estado incrementando los derechos de exportación de un 2.4% a 6.9%, lo que da como resultado el retroceso considerable de la oferta exportable en lo que respecta al mercado de la CEE. Consideramos a la producción de pieles de conejo como una empresa todavía virgen, pero muy prometedora. Existe una cierta demanda de los países asiáticos.

En la Cabaña Lagunita – de la provincia de Jujuy - se está investigando como rentabilizar esta producción. Tenemos la ventaja de contar con las razas antes mencionadas que son productoras de pieles por excelencia. En el interior de las provincias del NOA se crían conejos pero a menor escala, principalmente para el consumo familiar o en escuelas rurales. Generalmente están alojados en jaulas improvisadas o sueltos en corrales, donde prevalece principalmente el conejo criollo.

¹⁹ Ver Anexo V / Cuadro de estadística Exportación cortes de conejos.

EL Rol del sector Publico y Privado

Vemos en el transcurso de este trabajo de investigación que muchos son los esfuerzos a mediano y largo plazo a los cuales debe enfrentarse el sector cunicultor exportador, para no llegar a cometer el error de casi un 40% de los productores que se vieron en la imposibilidad de seguir en subsistencia. Dicho error generó el cierre y posteriormente la venta definitiva de estos oferentes del negocio a principios del año 2006.

Reconociendo que como todo producto de consumo humano, la comercialización del conejo tiene un ciclo vital y que, la ganancia sea equitativa en nuestro país, sería una cuestión sin sentido. Nuestro planteo refiere a la adecuada implementación de los recaudos necesarios por parte de los organismos responsables en el fomento y la promoción de estas economías regionales, para que no se vean perjudicadas ante la ausencia de las subsecretarías dependientes del Ministerio de Producción -como el caso de SAGPyA y el Ministerio de Asuntos Agrarios, instituciones responsables para el desarrollo de la producción nacional.

Vemos que desde lo público, frente a este tiempo de incertidumbre y angustia la Cámara Argentina de Cunicultura, realizo actividades tendientes a buscar los mecanismos que nos posibilitaran destrabar el engranaje que frenaba la gran cadena de la producción Cunícola de base,

realizando cerca de 30 gestiones desde septiembre del 2005 hasta agostos del 2006, destacando entre otras:

- Asamblea Emergencia Cunicola de Junín
- Asamblea Emergencia de Chabas
- Reunión Cámara de Diputados de la Nación
- Reunión Cámara de Senadores de la Nación
- Reunión Representante Presidencia de la Nación
- Reunión con Diferentes Ministerios Nacionales y provinciales
- Reuniones con representantes de SAGPyA
- Documento de análisis económico de la situación
- Reunión con fábricas de Alimentos Balanceados
- Contactos en el extranjero
- Reunión con frigoríficos
- Reunión con productores a nivel nacional
- Mesa de Concertación Río Cuarto

En la provincia de Bs. As el Plan Cunicultor Provincial 2004-2007²⁰, distorsionado por conflictos e intereses particulares de los disertantes en virtud de acaparar mejor porción, ya que el ingreso y/o capacitación tenía por fin la inscripción de los productores, empresarios y personal idóneo

²⁰ PLAN CUNICULTOR PROVINCIAL 2004-2007 – distorsionado por conflicto e intereses particulares de los disertantes en virtud de acaparar mejor porción, ya que el ingreso y/o capacitación tenía por fines la inscripción de los productores, empresarios y personal idóneo mediante un cuota fija anticipada de unos \$300, para un curso intensivo de 6 meses y una inversión desde lo privado que rondaba de un 50% al inicio si el proyecto era viable. Resultado el cierre del programa Oficial. 06/18/2006

mediante una cuota fija anticipada de unos \$300. Este era el monto asignado a un curso intensivo de 6 meses, acompañado por la promesa de una inversión -desde lo privado- de un 50% si el proyecto presentado era viable²¹. Desde el centro-norte de Santa Fe, similar fue el programa PRE- que lanzo la subsecretaria de Comercio exterior, sumándose al mismo la ADEER (Agencia de Desarrollo regional Rosario) para el asesoramiento y formación de coordinadores de exportación, financiado por el BID (Banco Interamericano de Desarrollo) y el Banco Mundial. De esta manera, una vez mas nos encontramos frente a un plan completo y convincente que, sin embargo, no ofrece resultados ni registro alguno hasta la fecha de su concreción.

En las provincias de Entre Ríos, Córdoba y San Juan se fomentan las cifras de exportación, pero no hay registro de colaboración, asesoramiento y búsqueda de mercados no tradicionales a los efectos de evaluar nuevas oportunidades de mercado.

Desde lo privado, encontramos un complemento con el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria en conjunto con entidades privadas provenientes de España, desde la Chacra Experimental de la ciudad Zaragoza, programas de selección y genética de reproducción de conejos. Pero esto solo abarca la perspectiva del productor europeo, arrojando como resultado los límites y dificultades a los que se enfrenta el sector local en primer término; en segundo termino, el hecho de utilizar

²¹ Fomento Cunicultor – Fundación GAS NATURAL BAN resultando el cierre del curso /

tecnologías de avanzada no garantiza la oferta exportable, viable para los frigoríficos y, en tercer término la práctica se desarrolla bajo distintos tipos de alojamiento, requiriendo el uso de mano de obra especializada y conducción técnica para los aspectos productivos y reproductivos.

En principio, nos resulta destacar, como factor primordial para el crecimiento y/o sostén del sector cunicultor exportador, al complemento que debe existir entre productores y frigoríficos. Si bien la brecha entre sectores públicos y privados, cada vez es más grande dentro del sector, el error que detectamos radica en la carencia del trabajo en grupo. El futuro de esta actividad –creemos- consiste en promover y fortalecer el trabajo en equipo como vía posible para la consolidación de diferentes formas de organización e intensificación de alternativas de acción en el modelo basado en la asociatividad²².

Estas, deben permitir superar la tradicional forma de trabajo y cambiar el modelo de pensamiento; promoviendo el desarrollo de redes emprendedoras y la formación de equipos de productores-frigoríficos exportadores.

Las redes de empresarios pueden impulsarse con diferentes mecanismos, como por ejemplo, foros especiales o clubes de empresarios donde éstos puedan conocerse e intercambiar realidades con colegas de mayor

ayuda financiera nunca apareció. Junín, 05-03-2006 -

²² Modelo de solución que encontraron en Italia, porque 10 productores de 100 madres en forma individual no tienen capacidad para negociar la venta o comprar insumos, pero juntos sí porque es como si se tratara de un productor de 1.000 madres – Sr.Dumas secretario de CA.DE.CUN – ERGONOMIX – 08/03/06 – Pág. 34

experiencia; consultores, inversionistas y responsables de las políticas que afectan al sector empresarial. Para promover el trabajo en equipo pueden realizarse programas de formación que requieran que tanto los productores como los frigoríficos cunicultores exportadores trabajen en conjunto, motivo que a \$4.10 es muy buen negocio, hoy cada conejo de 2.5kg se paga \$10.25 y los costos por animal, en concepto de alimentación y sanidad, equivalen a 10k de alimento balanceado, que actualmente se consigue a \$0.50 por kilo. De tal manera, la diferencia por cada conejo terminado rondaría los \$5.25, número al cual todavía se le debe restar los costos de instalación, que en la actividad no representan grandes sumas ya que, por ejemplo, con sólo 1 persona se puede manejar un criadero de 400 hembras.

Por otro lado, se deberían incorporar concursos para premiar planes de negocios preparados por grupos de especialistas

En síntesis, nos estamos creando nuestra propia oferta y demanda sin escuchar a las necesidades de nuevos mercados externos a los cuales nos debemos dirigir.

Lectura de las competencias del sector cunicultor exportador

Debemos reconocer que para el éxito de todo emprendimiento -y su viabilidad en el mediano y largo plazo- depende de la responsabilidad social empresaria de aquellos que se comprometen a comenzar con nuevos desafíos en el mercado. Es así, el caso de las competencias que organizan, seleccionan y dirigen el sector cunicultor exportador. Todo proyecto debe comenzar con su respectiva planificación seguido de su implementación, evaluando diariamente la coyuntura internacional a la cual se aspira afrontar. Sabemos la complejidad del contexto internacional y, la diversidad de variables que hay que analizar.

Los frigoríficos exportadores se ven en la obligación de aplicar políticas de stock en sus plantas, a los efectos de responder a sus pedidos internacionales, lo que conlleva a frenar pedidos hacia los productores y formando precios en planta (el precio competitivo a nivel mundial oscila entre usd 1.5 y usd 2, el precio en mercado interno cae de \$3,65 a \$3,30, con la producción puesta en las industrias, sumado el incremento del flete hasta las plantas de los frigorífico) , mas aun en caer en extra costos por ociosidad y salir a la venta masiva al mercado externo sin una planificación adecuada.

Esto, inevitablemente arroja el llamado "efecto dominó ", que implica el traslado de las pérdidas de costos desde los inicios de la producción del conejo hasta las góndolas del consumidor final del país de exportación.

Como estrategia de apoyo al sector cunicultor exportador resulta necesario el deber de incluir múltiples organizaciones con competencias diversas y especializadas -(Argentina, ubicada en el grupo de naciones de "desarrollo humano alto", ocupó el puesto 36 sobre 177 países, con un índice de 0,863, a la cabeza de América Latina, seguida por Chile (puesto 38), Uruguay (43), Costa Rica (48), México (53), Panamá (58) y Brasil (69))- que trabajen con altos niveles de eficiencia y coordinación. Esto incluye a organismos gubernamentales de distintos niveles (nacional, regional y local), a las universidades y a otras instituciones tales como institutos técnicos de formación, fundaciones privadas; las cámaras empresariales; otras entidades de la sociedad civil y, fundamentalmente la articulación de las universidades con los productores, en materia de criado, genética y manejo del conejo con especialistas en el campo de la profesión de ingenieros agrónomos y/o médicos veterinarios provenientes de facultades públicas y privadas.

En lo que respecta a la comercialización, estudio de mercado, análisis coyuntural y la correcta evaluación de proyectos de exportación, corresponde a los profesionales idóneos en comercio exterior, provenientes en nuestro país desde el ámbito de las universidades privadas, en comparativa con el resto de países exportadores de conejo de América Latina. (*Ver anexo V*).

1.3. Diseño Metodológico

El tipo de diseño que hemos elegido para el desarrollo de este trabajo es la *metodología cualitativa*, dado que a través de la búsqueda de información en planta de los frigoríficos habilitados para exportación de conejos, es posible analizar las variables que afectan al sector y el rumbo comercial que escogen para su producción en los mercados internacionales.

Dicha metodología se complementará con *técnicas cuantitativas* como por ejemplo las estadísticas descriptivas, para el análisis de participación y consumos de los productos por la demanda mundial, y la utilización de cuestionario guía, para corroborar y complementar el desarrollo de la presente investigación. (*Ver anexo VI*).

2. Metodología Operativa

2.1 Caso de Estudio Encuesta a Frigoríficos de Exportación de conejos a CEE.

La metodología que empleamos para la recopilación de datos sobre los frigoríficos, fue a través de cuestionario guía. El mismo se llevo a cabo mediante encuesta telefónica, con el profesionalismo que merece, y realizando preguntas en forma abierta, a los efectos de poder obtener abundante información.

Una vez obtenidos los resultado de la encuesta, se elaboró una planilla, en la cual se volcaron los resultado en forma sistemática, en acuerdo a los resultados percibidos. Además respecto a las competencias que vemos en los frigoríficos de exportacion de conejos nos sirven para hacer comparativas con los distintos profesionales del sector en América Latina, sus competencias y formas que utilizan en la exportación. (Ver anexo VI).

Cuestionario Guía – Fecha 10/08/2006

- 1)- Es un frigorífico que cuenta con la resolución según las directivas 91/495 y 71/118 del Consejo de la CEE, para la exportación de carnes y pieles de conejo.
- 2)- Recibe apoyo y/o subsidio por parte del Estado Nacional para el fomento de la exportaciones.
- 3)- Profesional Responsables del departamento de Comercio Exterior
- 4)- Producto y/o selección que utiliza para exportación.
- 5)- País de destino de exportación.
- 6)- Ubicación del establecimiento dentro del distrito Nacional.

2.1.1 Análisis de los resultados

El 100% del los Frigoríficos exportadores de conejos encuestados, cuentan con habilitación para exportar a la CEE. – Resta una Habilitación para Frigorífico de Chubut – Desde el 2005 esta en Proceso y no es habilitado por el SENASA.

Como vemos a través de las encuestas realizadas, no hay registro de apoyo por parte del Estado Nacional hacia los Frigoríficos seleccionados.

En el caso particular del Frigorífico Coronel Vidal, recibieron a principios del año 2001, un subsidio de aproximadamente \$500000, que les garantizaba una deuda tributaria con el Fisco, la misma les produjo un

déficit por interés anual 15% del total., deuda que en cierto grado aun padecen.

En el caso del Frigorífico Un-Ar, aun están en la espera de recibir un préstamo, para ampliar planta, solicitado a principios del 2006.

Restan

Cuatro CPN – Prof. De Cs. Económica

Dos Productores Cunicultores. – Sin titulo Profesional

Un Ing. Agrónomo – Prof. Cs. Agrarias

Un Despachante de Aduana – Prof. Gestor ante la Aduana.

Un 90% corresponde a la Exportación de carne de Conejo / Liebres

El destino de la exportación de conejos de Argentina se destina en 100% a la CEE

Siete de los ochos frigoríficos encuestados se ubican dentro de la Pcia. de Bs. As., a un radio de aprox. De 400km. De la Capital del País. Solo uno se encuentra en la localidad de Las Varillas – Pcia de Córdoba – a 760 Km. de la Capital de Bs. As.

3. CONCLUSIONES

Hemos arribado – luego de este análisis- al espacio de las respuestas donde el investigador, su elección y las vinculaciones que ha establecido, quedan al descubierto.

Podemos afirmar entonces que, el futuro del sector cunicultor exportador –*viable a nuestro criterio-*, dependerá de los distintos sujetos que seleccione para la comercialización de sus productos tanto desde lo público como en lo privado. Sugerimos en la presente investigación, la adaptación del trabajo en equipo, lo que en forma separada no pueden solventar tanto productores como los frigoríficos exportadores del sector. Sugerimos además que los criaderos se adapten a los cambios tecnológicos de alta productividad, teniendo en cuenta las condiciones cada vez más estrictas de trazabilidad exigidas por nuestros clientes del exterior.

Que los nuevos criaderos al instalarse consideren que es conveniente radicarse a no más de 400 Km. de los lugares de faena; que para exigir calidad y precio del alimento balanceado, es necesario tener poder de compra; por lo tanto es necesario asociarse o efectuar compras en conjunto en cada zona; el mismo concepto se establece a la comercialización de los conejos producidos.

Que los pequeños criaderos (menos de 300 hembras en producción) deben efectuar etapas de producción en forma asociativa (reposición de

reproductores, inseminación, engorde, etc.) para competir en costos y rentabilidad con los criaderos de 1000 o 2000 hembras en producción

Como inicio podríamos decir que hace falta disponer de una empresa frigorífica, estratégicamente ubicada, con las autorizaciones correspondientes de SENASA, habilitaciones de Tránsito Federal y de la Comunidad Europea.

También haría falta contar con una logística adecuada, para organizar el recibo de los animales en tiempo y forma, al mejor estilo de "just in time".

Deberían participar especialistas en exportación que cuenten con los conocimientos en la materia, relaciones y posibilidades materiales para afrontar los gastos imprescindibles fijos y variables que deben pagarse y recuperarse en el futuro.

Por otra parte, es menester romper la alta desconfianza que existe en el exterior con respecto al país y a los exportadores del mismo. La inseguridad jurídica producto de los últimos acontecimientos, sumado a la performance de empresas que han salido a mercados del exterior en forma improvisada y no comprometidas con la actividad, juegan un rol negativo sobre nuestras buenas intenciones. Son elementos que tenemos que poder revertir con una conducta profesional y ética, que se anteponga a la necesidad económica existente,

y en el hipotético hecho de que todas estas exigencias puedan ser satisfechas y el grupo de productores pueda conectarse con una empresa frigorífica, que se capaciten y respalden en asesores en exportación y que obtengan por último los contratos comerciales de empresas importadoras europeas, debiendo contar con los requisitos básicos y primordiales de todo grupo productor-exportador, que es disponer de la materia prima en cantidad y calidad permanente durante el periodo pactado en el negocio.

Es aquí, donde se puede romper el eslabón de la cadena. Para completar un contrato de exportación en conejos de carne, seguramente haría falta una cifra importante a entregar mensualmente y permanente durante varios meses que difícilmente puedan lograr individualmente los productores cunicultores.

Para concretarlo se deberían construir alianzas estratégicas con productores de otras provincias que tengan los mismos intereses y expectativas.

Deben participar productores que tengan permanencia en el sector y que no dependan de subsidios, que organicen sus producciones en base a planificaciones de sus propios recursos. Esto posibilitaría que se puedan tomar compromisos ciertos, que se puedan cumplir los contratos de entrega y que no ocurra que de un día para otro, desaparezcan del mercado

Es fundamental saber que, la ausencia de los responsables es inevitable, para ello es necesario la formación de grupos, clubes y equipos, con competencias idóneas comprometidas del sector.

Adaptemos entonces nuestros productos a los requerimientos de la demanda internacional, y posicionemos en el mercado interno y externos al conejo; sus valores proteicos garantizan el consumo de una nueva gama de clientes, que privilegian productos con su respectiva trazabilidad certificada y con altos valores proteicos.

Sabiendo que los nuevos hábitos de consumo en la CEE *-mercado que tiene cada vez mas dificultades en la contaminación de sus conejos-*, en Latinoamérica, y en especial China, están cambiando, incrementando sus restricciones al ingreso de los productos de consumo humano que no certifiquen calidad y su estricto control de buenas prácticas de manufacturas. Consideramos que es necesario a los efectos de captar nuevas oportunidad para el conejo, implementar promociones como marca país.

Esta alternativa haría viable destinar el consumo de conejo al segmento de celíacos y diabéticos; mercado potencial de consumo que se esta incrementando desde los inicios del año 2000.

Pretendemos que este trabajo de investigación pueda ser ampliado con otras visiones que busquen su cierre *-el trazado final-* de su hacer a partir de su experiencia y, por lo tanto...de su elección.

Bibliografía Consultada

Miltiades Chacholiades. *Economía Internacional*. Editorial Solteca. México DF. 1995.

Paul R. Krugman – Mauricé Obstfeld. *Teoría y Política*. Economía Internacional. Cuarta Edición. España. 1999

Ramón García-Pelayo y Gross. *Pequeño Larousse Ilustrado*. Editorial Librerie Larousse. 1995

Michael E. Porter. *Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia. Estrategia Competitiva*. Trigésima Cuarta Reimpresión. Compañía Editorial Continental. México. 2004

Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia. BID. Hugo Kantis. Editorial “La Española”. España. 2005

Susana Darin – Susana Duran Saenz. *Negocios Globales. Nuevos Escenarios para la Comercialización*. 1º ed. – Buenos Aires 2005. Editorial: “El Autor” . Buenos Aires, 14 de marzo de 2005.

Ing. Zoot. Alejandra Asa. Revista: Dirección de Industria Alimentaria. SAGPyA. Argentina. 07/2006

Ing Agr. A. Julian Pomphile. Granja Cunicola. Revista: Donde están los Conejos" - Segunda Parte. Bs. As. Argentina. 2006

Miguel Ruberto. Revista: *Campo en Acción*. Santa Fe. – Argentina. 20/04/2006 00:25 hs.

Ing. Agr. Andrea Bolleta. Revista “el Gazapo” fecha. – Entre Ríos. – Argentina. Fecha. 25/06/2006.

Ing. Agr. Carlos Roble. Revista Suplemento RURAL. Editorial IVC. Argentina. Fecha 08/06/2006.

Conejo. FORO de Cabaña La Lagunita para Argentina. 23/09/2006

Ing. Agr. Raul Rossi – Entrevista. Exposición Rural.- Pergamino, Pcia, de Bs.

As. Fecha 10/10/2006.

www.infocampo.com Fecha: 05/04/2006

www.lanacion.com Fecha: 17/04/2006

www.cci.gov.ar – 24-04-2006.

www.infobaeprofesional.com.ar Fecha 30/04/2006

www.afip.gov.ar Fecha 13/06/2006

www.ergonomix.com Fecha 24/09/2006

www.SAGPyA.com.ar Fecha 03/10/2006

Anexos

Anexo I – *Valor proteico de la Carne de Conejo -*

100 gr. De producto	Colesterol
Huevo	500 mg
Grasa de Bovino	400 mg
Mariscos	200 mg
Carne de bovino	100 mg
Carne de pollo barrillero	75 mg
Carne de Conejo	50 mg
Carne de Pescado	50 mg

Anexo II.

Resolución SENASA 91/495 y 71/118 del Consejo de la CEE

Que por el mencionado expediente, la Dirección Nacional de Sanidad Animal, propone dictar normas para la habilitación de establecimientos de producción de conejos.

Que es necesario adecuar las condiciones de higiene y seguridad sanitaria a los requerimientos exigidos por la actividad cunícola.

Que a fin de alcanzar el mercado internacional, es necesario asegurar la calidad sanitaria de los productos cunicolas desde su origen obedeciendo al concepto de calidad total.

Que no es factible desarrollar políticas sanitarias correctas si no se establecen normas mínimas de bioseguridad e higiene, a las que deben adecuarse los establecimientos de producción.

Que las Directivas 91/495 y 71/118 del Consejo de la CEE, establecen para aquellos países que quieran exportar carnes frescas o subproductos de conejo a la Unión Europea, normas claras referentes a la certificación sanitaria de los conejos que se destinan a faena, desde su origen, resaltando el criterio de ejercer un control sobre la trazabilidad de todos los productos.

Que la ausencia de instalaciones adecuadas y controles sanitarios, así como el mal manejo de los desperdicios de la producción (animales muertos, guano, etc.) se contraponen a los conceptos básicos de higiene y de preservación de la salud pública.

Que es responsabilidad del SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD Y CALIDAD AGROALIMENTARIA actuar en salvaguarda de la salud humana y animal, especialmente para aquellas enfermedades de los animales que puedan tener consecuencias para las personas.

Que la Dirección de Asuntos Jurídicos ha tomado la intervención que le compete, no encontrando reparos de orden legal alguno.

Que el suscripto es competente para resolver en esta instancia en virtud de las facultades conferidas por el artículo 8º, inciso e) del Decreto Nº 1585 de fecha 19 de diciembre de 1996 modificado por su similar Nº 394 de fecha 1º de abril de 2001.

Por ello, El PRESIDENTE DEL SENASA AGROALIMENTARIA Resuelve:

Art. 1 Todos los establecimientos de producción cunícola, destinados a la reproducción y/o al engorde de conejos para el consumo humano, o a la producción de pelo de conejo, deberán ajustarse e implementar las medidas de bioseguridad e higiene que se establecen en la presente resolución.

Anexo III

<i>Firma</i>	<i>Localidad</i>	<i>Domicilio /Telef.</i>	<i>Selección</i>
Infriba SA	Batan – Bs. As.	0223-4642190/4642402 infriba@ecolan.com.ar	Conejos UE / Liebres
Frigorífico EuroTapalqué	Tapalqué – Bs. As.	Ruta 51-Paidon 72 y 192 Victorio Bruni Fcio Varela - Bs. As. 011-4216-7627 - 4256-1345	Conejos UE / Liebres
Conecar SA (ex Frigorífico La Estrella de Conecar SA)	Las Varilla – Córdoba	03533-420685/420952 conecar@lasvarinet.com.ar	Conejos UE
Frigorífico Costanzo SA	San Andrés de Giles – Bs. As.	02325-440300/443424/442376 Frigorifico_costanzo@srcom.com.ar	Conejos UE
Industria Alimentaria Coronel Vidal SA	Coronel Vidal	011-4394-6405 indvidalsa@infovia.com.ar	Conejos UE / Liebres
Granja El Orejano	Exaltación de La Cruz -Bs. As.	011-4785-0255 nprocopio@ciudad.com.ar	Conejos UE
Los Abuelos	Remallo – Pcia. Bs. As.	03407-421914 / 0341154686171 estlosabuelos@hotmail.com	Conejos UE
UN-AR SA	Gral. Arenales – Pcia. Bs. As.	011-4632-6624 – 4958-2884-1541630192 administrativo@conejoargentino.com.ar info@conejoargentino.com.ar	Conejos UE / Liebres

Anexo IV

Enteros:

Presentación: refrigerado o congelado, en cajas de 12 unidades / venta al peso

Características: envasado en bandejas recubiertas con PVC con etiqueta impresa

Conservación: congelado >> -15°C -plazo máximo 180 días

Refrigerado >> 1°C - plazo máximo 10 días

Trozado:

Presentación: refrigerado o congelado / venta al peso

Características: en bandeja, envasado al vacío con marca impresa

Conservación: congelado>> -15°C -plazo máximo 180 días
refrigerado>> 1°C -plazo máximo 12 días

Deshuesado:

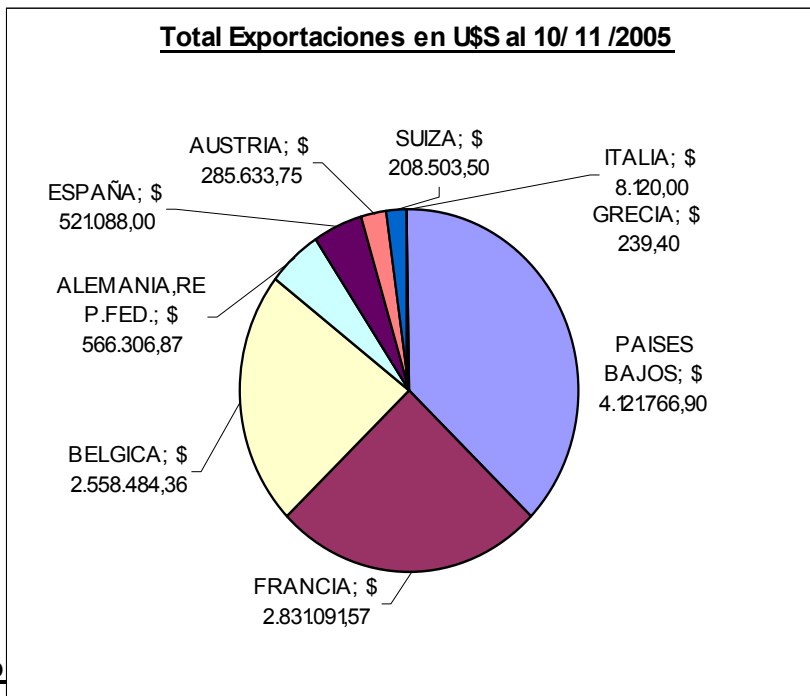
Presentación: refrigerado o congelado / venta al peso

Características: envasado al vacío con marca impresa



ANEXO V

País Destino	Kgr	Fr % Kgr	Fr. % Ac.
PAISES BAJOS	855.187,70	62%	37,62%
FRANCIA	597.119,00	26%	63,89%
BELGICA	504455,00	22,19%	86,09%
ALEMANIA, REP.FED.	126047,5	5,55%	91,63%
ESPAÑA	88320	3,89%	95,52%
AUSTRIA	60465	2,66%	98,18%
SUIZA	39940	1,76%	99,94%
ITALIA	1400	0,06%	100%
GRECIA	42	0,00%	100%



Año

- ✓ **Carne de Conejo Congelada en Trozos. FOB/kg. US\$ 3,80 / 4.**
- ✓ **Cuartos traseros de conejo congelados FOB/kg. US\$ 5,80 / 5,98**

- ✓ Filetes de carne de conejo Congelados FOB/kg. U\$S 7 / 6,50
- ✓ Carne de Posteriores de conejo Congelados FOB/kg. U\$S 9,80 / 9

Detalle de Utilidad / Rentabilidad de la Exportación

Tipo de Corte	Containers reefers por 20'			Containers reefers por 40'		
	Cant de Kilos de Carne p/Container.	Mg s/Costo	Mg s/FOB	Cant de Kilos de Carne p/Container.	Mg s/Costo	Mg s/FOB
Conejo congelado en Trozos.	Utilidad Estimada	26,95%	13,21%	Utilidad Estimada	30,29%	14,85%
Cuartos traseros de Conejo cong.	Utilidad Estimada	123,60%	39,69%	Utilidad Estimada	126,94%	40,76%
Filetes de carne de conejo cong.	Utilidad Estimada	181,59%	48,31%	Utilidad Estimada	184,93%	49,20%
Posteriores de Conejo cong.	Utilidad Estimada	316,90%	60,22%	Utilidad Estimada	320,24%	60,86%

Nota:

Las utilidades citadas estan calculadas sin incluir el 6 % del reintegro de Exportación que estas Posición Arancelaria continua percibiendo

Anexo V

Análisis de los Resultados: - Cuestionario Guía.

Establecimiento Frigorifico	Localidad	Resol. 91/495 y 71/118 CEE	Profesional responsable Comercio Exterior	Producto y/o selección	Destino exportación.	de	Apoyo Estado Nacional	del
-----------------------------	-----------	----------------------------	---	------------------------	----------------------	----	-----------------------	-----

Infriba SA	Batan – Bs. As.	SI	Contador Nacional Publico	Conejos / Liebres	Unión Europea	NO
Frigorífico EuroTapalqué	Tapalqué – Bs. As	SI	Contador Nacional Publico	Conejos / Liebres	Unión Europea	NO
Conecar SA (ex Frigorífico La Estrella de Conecar SA)	Las Varilla – Córdoba	SI	Director / productor Cunicultor	Conejos	Unión Europea	NO necesita
Frigorífico Costanzo SA	San Andrés de Giles – Bs. As	SI	Contador Nacional Publico	Conejos	Unión Europea	NUNCA
Industria Alimentaria Coronel Vidal S.A.	Coronel Vidal	SI	Productor Cunicultor / ing. Agrónomo	Conejos / Liebres	Unión Europea	Solo una vez
Granja “El Orejano”	Exaltación de La Cruz - Bs. As.	SI	Productor Cunicultor	Conejos	Unión Europea	NO
Los Abuelos	Remallo – Pcia. Bs. As.	SI	Contador Nacional Publico	Conejos	Unión Europea	Nunca
UN-Ar S.A.	Gral. Arenales – Pcia. Bs. As.	SI	Despachante de Aduana	Conejos / Liebres	Unión Europea	Esperan Noticias

Comparativas de Competencias con América Latina

Alfredo delgado

Doy servicio de asesoramiento integral a explotaciones lecheras formadas y en formación. De otro lado estoy en capacidad de asesorar exportaciones de carne de conejos extensiva e intensiva

DATOS PERSONALES

Título Profesional: Médico Veterinario – Lic. Comercio Exterior / Sociedad Peruana de Buiatría

Edad: 56

Teléfono: 511 4253918

Ciudad: Lima

Provincia: Lima

País: Perú

EXPERIENCIA LABORAL

Experiencia profesional en la exportación carne de conejos, experiencia de 30 años en el rubro.

Oscar Arroyave

Asesoría en producción porcina, avícola, Cunicola, caprina, ovinos de pelo, ganado lechero, cebas en confinamiento, cuyicola, formulación de raciones para toda especie.

DATOS PERSONALES

Titulo Profesional: Especialista en Comercio Exterior y Zootecnista Msc en Desarrollo sistemas sostenibles

Edad: 48

Teléfono: 225-20-15 Celular 310-502-36-37

Ciudad: Tulúa

Provincia: Valle del Cauca

País: Colombia

EXPERIENCIA LABORAL

18 años de experiencia en formulación de raciones, administración de la producción antes mencionadas, manejo programas Mixit-win, Mixit2,Qsb, Solver para la formulación de raciones, diseño de modelos de finca auto sostenibles,

Manejo de programa Pig champ, cunitec etc.

Juan C. Boggio Devincenzi

Reproducción Ovina, Cunícola y Bovina. Aplicación de programas de multiovulación y transferencia de embriones (MOET). Crió preservación de semen y embriones. Inseminación artificial intrauterina con semen congelado. Asesoramiento reproductivo y mejora de los procreo

DATOS PERSONALES

Titulo Profesional: Médico Veterinario

Edad: 41

Teléfono: +56 63 221528

Ciudad: Valdivia

Provincia: Xma. Región

País: Chile

EXPERIENCIA LABORAL

Primeros trabajos a escala comercial en Uruguay sobre colecta y transferencia de embriones Ovinos. Miembro del primer equipo en Uruguay en aplicar nivel comercial la inseminación artificial intrauterina. Primeras publicaciones sobre crió preservación de embriones Ovinos. Docente en varios cursos de reproducción ovina y bovina. Docente honorario del Area Biotecnología de la Reproducción Animal en la Facultad de Veterinaria de la Universidad de la República Oriental del Uruguay. Docente del Curso de Evaluación Reproductiva del Toto y Capacidad de Servicio de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad de la Empresa de Uruguay. Docente del curso TAPRA de inseminación artificial en ovinos en México.

Omar Bellenda

Asesoramiento Reproductivo en especies domesticas (bovinos, ovinos, caprinos, conejos, equinos, suinos, caninos y felinos) con especial aplicación de la ecografía como tecnología de apoyo. Dictado de conferencias, cursos, capacitaciones y además, asesoramiento y servicios técnicos en todas estas disciplinas.

DATOS PERSONALES

Título Profesional: Dr. en Ciencias Veterinarias / Lic en comercio exterior y Cs. Económicas

Edad: 49

Teléfono: 6003505

Ciudad: Ciudad de Montevideo

Provincia: Montevideo

País: Uruguay

EXPERIENCIA LABORAL

Doctor en Medicina y Tecnología Veterinaria - 1982

Ex - Docente del Departamento de Reproducción Animal de la Facultad de Veterinaria de Montevideo, Uruguay

Asesor Privado en Manejo Sanitario Integral de Establecimientos Agropecuarios (Ganaderos y Lecheros)

Especializado en Reproducción Animal y Biotecnología

Especialista en Ultrasonografía o Ecografía en Animales de Carne y en Reproducción

Asesor y Técnico Referente Latinoamericano de la Empresa Pie Medical (Holanda), líder mundial en Ecografía Veterinaria.

Dictado de Cursos, Seminarios, Conferencias y Demostraciones de Campo en países latinoamericanos (Argentina, Brasil, Costa Rica, Cuba, Chile, España, Guatemala, Honduras, Nicaragua, México y Uruguay)

Joaquín A. Paulino

Asesoría en nutrición y balance de raciones para todas las especies animal, control de calidad en fabrica de alimento, diseño de raciones totales para ganado lechero, raciones de bajo costo para ganado de engorde, ovino y caprino en feed LOT a base de subproducto (gallinaza, porquinasa, harina de matadero Cunícola h. de carne y hueso.

DATOS PERSONALES

Título Profesional: Ing. Agrónomo Zootecnista - Comercio Exterior - Médico Veterinario

Edad: 46

Teléfono: 666 7726

Ciudad: Santiago de los Caballeros
Provincia: Santiago
País: República Dominicana

EXPERIENCIA LABORAL

EDUCATION

BS IN AGRICULTURE (AGRONOMITS ENGINEER) EDUCATION MAYOR IN ANIMAL PRODUCTION, 1987 DEPARMENT OF ANIMAL SCIENCE, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA MADRE Y MAESTRA (PUCMM), AND INSTITUTO SUPERIOR DE AGRICULTURA (ISA), DOMINICAN REPUBLIC.

SKILL/QUALIFICATION:

- Domestic Animal Management: Poultry, Pig, Dairy Cattle, Beef Cattle, Sheep, Goats, Rabbits, Warm Water Fishes and Shellfishes and Shrimp.
- Artificial Insemination of Pig and Cow.
- Animal Nutrition for All Species.
- Animal of Scientific Research.
- Windows Program, Excel, Etc.

WORKING EXPERIENCE:

2003-2006 TO PRESENT: Manager en the Pollos Veganos, Poutry Industry. La Vega, Dominican Republic.

2002-2003: Nutrition Manager of Regional Extension and Science Training North Subdirectory.