



**César Villalba**

Gerente de Granjas Jordán

PRUEBA DE IMPRESIÓN

## “Los cunicultores profesionales han seguido comprando genética a pesar de la crisis”

### **¿Qué balance hacen de la evolución de la genética en los últimos 20 años?**

En 20 años la evolución de las líneas maternas respecto al carácter seleccionado ha sido muy satisfactoria, como lo demuestran los estudios que realiza la UPV de implantación de embriones congelados de diferentes generaciones y viendo si realmente ha existido o no mejora genética o el aumento del número de gazapos destetados ha sido debido a otros factores externos.

### **¿Qué ventajas aporta el hecho de trabajar con animales híbridos?**

El aprovechamiento de la capacidad genética de dos líneas maternas que al cruzarse producen la heterosis, que es el aumento productivo sobre las líneas de las que proceden en un 10%.

### **¿Qué tendencias están observando en el mercado? ¿Qué demanda el consumidor?**

Nuestro cliente se ha profesionalizado, lo que significa que demanda unos servicios y una calidad de los productos cada vez mayores. Tienen programadas sus entradas de reposición a lo largo de todo el año.

### **¿Cómo ven el futuro de la cunicultura?**

Estamos seguros de que la cunicultura tiene futuro, a pesar de la dificultad del momento, y de la que no se escapa el sector. Pero precisamente tiene futuro porque está en proceso de profesionalización. A nosotros esto es lo que nos ha permitido crecer, porque lo cierto es que los cunicultores profesionales han seguido comprando genética a pesar de la crisis.

### **¿Se puede hacer algo para rentabilizar más la producción cunícola?**

Para rentabilizar la producción tanto de carne como la matanza en los mataderos, sería interesante aumentar el peso vivo de los conejos en el momento de su venta, esto permitiría que los productores obtuvieran un mayor beneficio, y también los mataderos. Con la crisis se paró la transformación de las canales; se ha dejado de precocinar y despiezar.

En cuanto a la presentación de la canal, creo que no deberíamos presentar el producto con cabeza, que a algunos consumidores les provoca rechazo. Estamos vendiendo animales muertos y eso es un error.

