



MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN

# Estudio de mercado Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

Monográfico Conejo

Informe Primer Trimestre 2008

# Instituto Cerdá

- ESTA INVESTIGACIÓN HA SIDO REALIZADA POR EL **INSTITUT CERDÁ** PARA EL **MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN**.

***DERECHO DE USO:*** *TODOS LOS DERECHOS QUEDAN RESERVADOS. LAS FOTOGRAFÍAS, DISEÑOS, TEXTOS Y DEMÁS MEDIOS QUE COMPONEN EL PRESENTE DOCUMENTO SON PROPIEDAD DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN Y NO PODRÁN SER OBJETO DE REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL, TRATAMIENTO INFORMÁTICO NI TRANSMISIÓN DE NINGUNA FORMA O POR CUALQUIER MEDIO, YA SEA ELECTRÓNICO, MECÁNICO, POR FOTOCOPIA, REGISTRO O CUALQUIER OTRO. ASIMISMO TAMPOCO PODRÁ SER OBJETO DE CUALQUIER FORMA DE CESIÓN DE USO SIN EL PERMISO PREVIO Y POR ESCRITO DEL TITULAR DEL COPYRIGHT.*

<b>1. OBJETIVOS GENERALES</b> .....	4		
1.1.- Objetivos Observatorio de Consumo .....	6		
1.2.- Objetivos Observatorio de Distribución .....	7		
<b>2.- FICHA TÉCNICA</b> .....	8		
2.1 Investigación Cualitativa .....			
a. Reuniones de grupo entre Consumidores .....	10		
2.2. Investigación Cuantitativa .....			
b. Entrevistas telefónicas a Consumidores en origen .....	11		
<b>3.- CONCLUSIONES</b> .....	13		
3.1- Conclusiones consumidores .....	14		
<b>4.- RESULTADOS OBSERVATORIO DEL CONSUMO Y LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA</b> .....	18		
<b>4.1.- CONSUMIDORES</b> .....	19		
<b>4.1.A.- FASE CUALITATIVA (Reuniones de grupo)</b> .....	20		
4.1.A1.- Establecimientos y motivos de compra .....	21		
4.1.A2.- Hábitos de compra y consumo de carne de conejo .....	23		
4.1.A3.- Etiquetado de los productos.....	29		
4.1.A4.- Percepción de precios.....	32		
4.1.A5.- Otros Temas: El conejo como alimento saludable .....	34		
4.1.A6.- Normativa .....	38		
<b>4.1.B.- FASE CUANTITATIVA – ENTREVISTAS TELEFÓNICAS</b> .....	40		
<b>4.1.B1- Consumo de carne de conejo</b> .....	41		
- Consumo de carne de conejo.....	42		
- Motivos de consumo/No consumo .....	45		
- Frecuencia de consumo .....	46		
- Estación en la que se consume.....	48		
<b>4.1.B2- Establecimientos, Formatos, Preparación etc de la carne de conejo</b> .....	49		
- Establecimientos de compra de carne de conejo .....	50		
- Factores que determinan la elección de la carne de conejo .....	51		
- Forma en que adquiere la carne de conejo .....	52		
- Utilización del hígado de la carne de conejo .....	56		
- Compra de productos elaborados con carne de conejo .....	57		
- Formas de preparar la carne de conejo .....	58		
- Conocimiento de la zona de producción de la carne de conejo .....	59		
- Grado de acuerdo con diferentes frases .....	60		
<b>4.1.B3- Precios</b> .....	61		
- Precio medio al que paga la carne de conejo.....	62		
- Percepción del precio de la carne de conejo.....	64		
<b>4.1.B4- Sellos de calidad</b> .....	66		
- Garantía de los sellos de calidad .....	67		
- Disposición a pagar más por los sellos de calidad .....	68		
<b>4.1.B5- Bienestar de los conejos</b> .....	69		
- Disponibilidad a pagar más a cambio de un mayor bienestar de los conejos.....	70		
- Bienestar de los conejos .....	73		
<b>4.1.B6- Etiquetados</b> .....	74		
- Información en los etiquetados.....	75		
<b>4.1.B7- Otros temas</b> .....	76		
- Controles en la industria agroalimentaria .....	77		
- Dieta y carne de conejo.....	78		
- Consumo de carne de conejo en restaurantes.....	79		
<b>5.- ANEXO. Cuestionario y Guión</b> .....	80		

# 1.- OBJETIVOS

- **OBTENER VARIABLES CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LA POBLACIÓN Y LAS TENDENCIAS DE LA DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS ALIMENTARIOS, POTENCIANDO LA DISTRIBUCIÓN Y LOS TEMAS MONOGRÁFICOS.**

- **DISPONER PERIÓDICAMENTE DE DATOS SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE TODOS LOS PRODUCTOS ALIMENTARIOS.**
- **COMPLETAR LOS DATOS DEL PANEL DE CONSUMO DEL MAPA.**

- **DISPONER PERIÓDICAMENTE DE DATOS SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO Y TENDENCIAS DE LA DISTRIBUCIÓN DE TODOS LOS PRODUCTOS ALIMENTARIOS.**
- **COMPLETAR LOS DATOS DEL PANEL DE CONSUMO DEL MAPA.**

## 2.- FICHA TÉCNICA



- El informe que a continuación se presenta recoge los resultados de una **investigación cualitativa y cuantitativa** estructurada de la siguiente manera:

INVESTIGACIÓN  
CUALITATIVA



**A. REUNIONES DE GRUPO** ENTRE CONSUMIDORES

INVESTIGACIÓN  
CUANTITATIVA



**B. ENTREVISTAS TELEFÓNICAS** A CONSUMIDORES

## A. REUNIONES DE GRUPO ENTRE CONSUMIDORES

- ◆ Se han realizado **2 Reuniones de Grupo** compuestas íntegramente por **mujeres**. La temática a tratar fue **hábitos de compra y hábitos de consumo del conejo**.
- ◆ Las 2 reuniones se celebraron en Madrid el día 6 de febrero de 2.008 en horario de mañana (10:30 horas) y tarde (16:00). Las reuniones han tenido una duración media de 2 horas.
- ◆ Todas las participantes se caracterizaban por "*ser las responsables de realizar la compra en el hogar*".
- ◆ Las 2 reuniones estuvieron compuestas por **8 participantes**.
- ◆ Para la selección de componentes se han tenido en cuenta **cuotas de edad y clase social**.

## B. ENTREVISTAS TELEFÓNICAS A CONSUMIDORES

- ◆ Se han realizado **801** entrevistas telefónicas a **CONSUMIDORES**.
- ◆ La persona finalmente entrevistada ha sido seleccionada por su condición de *responsable de realizar la compra de productos alimenticios en el hogar*.
- ◆ El **margen de error** máximo, para datos globales, para las 801 entrevistas, en las condiciones estadísticas convencionales  $p=q=50$  y un nivel de confianza del 95,5% es de  $\pm$  **3,5%**.
- ◆ El trabajo de campo se realizó entre los días 4 y 15 de febrero de 2.008.
- ◆ La revisión, depuración, supervisión y tabulación de los cuestionarios se efectuó entre los días 5 y 18 de febrero de 2.008.
- ◆ La distribución final de las entrevistas ha tenido en cuenta los criterios de representatividad: Comunidad Autónoma y hábitat.
- ◆ Las entrevistas se han realizado por entrevistadores especializados en la técnica de entrevista telefónica a hogares.

**DISTRIBUCIÓN  
FINAL DE LAS  
ENTREVISTAS**

	0-10000	10001-50000	50001-100000	+100000	TOTAL	
<b>ANDALUCÍA</b>	Albox Bornos Bujalance Montefrío Ogijares Aracena Marmolejo Cazorla Archidona Constantina Gines	4 3 5 2 2 5 3 2 2 2 2	Roquetas de Mar Tarifa Montilla Pinos Puente Ayamonte Andujar Bensalmadena Fuengirola Marchena Osuna Coria del Rio	2 5 4 4 1 4 4 4 4 4 2	Ejido Chiclana de la Frontera San Fernando Motril Linares Velez Malaga Dos Hermanas Almeria Cadiz Cordoba Granada Huelva Jaen Malaga Sevilla	3 7 5 4 2 2 13 17 58
<b>TOTAL</b>	31	40	19	58	148	
<b>ARAGON</b>	Binefar Andorra Caspé Alagon	2 1 2 2	Huesca Teruel Tarazona		Zaragoza	12
<b>TOTAL</b>	7	4	0	12	23	
<b>ASTURIAS</b>	Salas	3	Tineo Castrillon	3 3	Aviles Gijon	9 9
<b>TOTAL</b>	3	6	2	9	20	
<b>BALEARES</b>	Formentera	3	Alcudia Manacor	4 4	Palma de Mallorca	7
<b>TOTAL</b>	3	8	0	7	18	
<b>NAVARRA</b>	Ansoain	3	Estella	2	Pamplona	4
<b>TOTAL</b>	3	2	0	4	11	
<b>VALENCIANA</b>	Benissa Castalla Alcora Tavernes Blanques Picanya	0 3 3 4 4	Petrer San Vicente del Raspeig Villarreal Cullera Moncada Paterna Requena	6 6 4 4 3 3 6	Orihuela Gandia Alicante Castellón Valencia	10 1 15 15
<b>TOTAL</b>	14	32	11	26	83	
<b>CANARIAS</b>	Moya San Miquel Tegueste Arona	2 1 1 3	Arrecife Galdar Adeje	4 3 3 3	Teide Las Palmas Sta Cruz de Tenerife	9 7 7
<b>TOTAL</b>	4	3	5	13	35	
<b>CANTABRIA</b>	Cabezón de la sal	3	Camargo	3	Torrelavega	3
<b>TOTAL</b>	3	3	1	3	10	
<b>CASTILLA LA MANCHA</b>	Caudete Herencia San Clemente Sigüenza Illescas Fuensalida	2 3 3 1 3 3	Almansa Manzanares Cuenca Azuqueca de Henares Madridejos	2 3 1 3 1	Ciudad Real Guadalajara Toledo	3 4 4 6 5
<b>TOTAL</b>	17	8	6	3	34	
<b>CASTILLA LEON</b>	Arevalo Medina de Pomar Fabero Aguilar de Campo Guijuelo Cuellar Almazán Iscar Toro	4 1 4 1 3 1 4 4 2	Aranda de Duero Villablino Bejar Soria Medina del Campo Benavente	1 1 1 1 0 0	Ponferrada León Segovia Zamora Valladolid	3 1 3 7 7
<b>TOTAL</b>	20	5	6	14	45	
<b>CATALUNA</b>	Albera Centelles Montgat Calonge Mollerussa Alicanar	4 4 2 6 4 5	Castelldefells Martorell Sant Adria de Besos Vic Manlleu Banyoles Tarrega Valls	5 5 5 5 4 4 1 2	Cerdanyola Rubí Viladecans Girona Reus Sant Joan de Vilatorrada Barcelona	5 11 13 12 23 23
<b>TOTAL</b>	25	31	17	54	127	
<b>EXTREMADURA</b>	Castuera P. De la Calzada Jaraiz de la Vera	3 3 3	Montijo Plasencia	2 2	Merida Caceres Badajoz	3 3 3
<b>TOTAL</b>	10	4	3	3	20	
<b>GALICIA</b>	Arzua Camariñas Foz Celanova Silleda	3 3 5 3 3	Betanzos Cambre Monforte de Lemos Carballiño Lalin Nigran	3 2 2 1 3 3	Santiago d Compostela Lugo Pontevedra	4 2 5 5
<b>TOTAL</b>	17	16	6	13	52	
<b>LA RIOJA</b>	Haro	2	Calahorra	1	Logroño	3
<b>TOTAL</b>	2	1	0	3	6	
<b>MADRID</b>	Humanes de Madrid Cercedilla	3 4	Tres Cantos Aranjuez Ciempozuelos	4 4 4	Alcobendas Parla Ss de los reyes	41 13 16 11
<b>TOTAL</b>	7	12	9	81	109	
<b>MURCIA</b>	Beniel	2	Aguilas Cieza Yecla	3 3 3	Lorca Murcia	11
<b>TOTAL</b>	2	9	3	11	25	
<b>PAIS VASCO</b>	Amurrio Legazpi Balmaseda	1 3 4	Llodio Renteria Tolesana Basauri Ondarroa	2 2 2 4 4	Irún Getxo Vitoria S. Sebastián Bilbao	4 2 8 2 8
<b>TOTAL</b>	8	14	4	14	40	
<b>TOTAL MUESTRA</b>	178	208	92	323	801	

## 3.- CONCLUSIONES

## 3.1- CONCLUSIONES CONSUMIDORES

## CONSUMIDORES

- Algo más de la mitad de los entrevistados (55,4%) manifiestan **consumir carne de conejo**. Por sexo, las mujeres consumen más que los hombres. Por edad, los mayores de 46 años son los que más consumen alcanzándose el porcentaje más alto (72,5%) en el caso de los mayores de 66 años. Por hábitat, las poblaciones más pequeñas, con menos de 10.000 habitantes son las que presentan el consumo más elevado y las más grandes, con más de 100.000 habitantes las que menos. El principal **motivo para consumir** este tipo de carne es el **sabor**.
- Los entrevistados que no consumen carne de conejo lo justifican, también, en el sabor y en preferir otros tipos de carne.
- En cuanto a la frecuencia de consumo, **6 de cada 10** consumidores de carne de conejo la toma como **mínimo 2 veces al mes**. Por sexo, los hombres la toman con más frecuencia que las mujeres. Por edad, los más mayores son los que lo consumen más a menudo.
- La carne de conejo se consume a lo largo de todo el año, no hay una estación específica donde se dispare su consumo.
- Las tiendas de barrio, carnicerías y/o pollerías son los establecimientos principales para adquirirla, seguidos del supermercado y el mercado.
- El **aspecto de la pieza** y el **precio** son los principales factores que influyen en la elección de este producto. Los formatos preferidos en que se adquiere son el conejo entero y el conejo entero troceado. Por edad, a medida que aumenta ésta, aumenta la preferencia por adquirir el conejo entero.
- Casi **7 de cada 10** consumidores de carne de conejo **la adquiere al corte**, en establecimientos con mostrador y atención del carnicero. Los resultados son homogéneos por edad, aunque el mayor consumo de embarquetado lo encontramos entre los consumidores con edades entre 36 y 45 años.

**CONSUMIDORES**

- La **mayoría** de consumidores de carne de conejo **utiliza el hígado para preparar recetas**. Según aumenta la edad aumenta la utilización de esta parte del conejo.
- Sólo un 1,5% del total de entrevistados compra productos elaborados con carne de conejo.
- A la hora de cocinar este producto, lo hacen de múltiples formas. Las más extendidas son: al ajillo, en paella, asado y con tomate.
- Respecto a la **procedencia**, algo más de la mitad de los consumidores de carne de conejo **(52,3%) manifiesta que las piezas que adquiere proceden de su comunidad autónoma**. Un 41,2% lo desconoce.
- Los consumidores de carne de conejo se muestran especialmente de acuerdo con que es un **alimento muy saludable, bajo en calorías, fácil de digerir y que tiene un bajo contenido en colesterol**.
- El **precio medio** al que los consumidores de carne de conejo pagan el kilo de este producto es de **5,16 €**. Un 10,4% manifiesta que se lo regalan. Por comunidad autónoma, el precio más caro lo pagan los navarros y el más barato los riojanos. En cuanto a la satisfacción con el precio un 35% considera que es algo caro, pero la mayoría (45,3%) le otorga una puntuación de 5 sobre 10 donde el 0 significa que lo encuentra muy barato y el 10 que lo encuentra muy caro.
- **7 de cada 10** entrevistados **manifiesta** que los **sellos de calidad aportarían más garantías** a la carne de conejo.



## CONSUMIDORES

- Al preguntar a los entrevistados si estarían **dispuestos a pagar más por los sellos de calidad**, un **57,4%** afirma que sí.
- A los consumidores de carne de conejo, les preguntamos si estarían dispuestos a pagar más por este tipo de carne a cambio de un mayor bienestar de estos animales, el 66% manifiesta que sí. La predisposición a pagar más es mayor entre los más jóvenes y en las poblaciones más pequeñas (menos de 10.000 habitantes).
- A la hora de comprar conejo, los consumidores de este tipo de carne encuentran con relativa facilidad la información sobre el precio y el aspecto de la pieza, pero les **cuesta encontrar información sobre la trazabilidad, sistema de cría, producción ecológica, denominaciones de calidad y país de origen.**
- El 66,8% de los entrevistados tomaría carne de conejo si estuviera a dieta.
- Un 17,0% de los consumidores acostumbra a consumirla cuando come/cena fuera de casa en restaurantes y hoteles.
- **7 de cada 10 entrevistados considera que la industria alimentaria realiza los controles sanitarios para garantizar la calidad de la carne de conejo.**

# Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

## 4.1.- CONSUMIDORES

## 4.1.-A Fase Cualitativa

### Reuniones de Grupo

## 4.1.A1.- Establecimientos y Motivos de Compra

- La inmensa mayoría de las participantes afirman que para realizar la **“compra grande”** prefieren desplazarse a las **grandes superficies** (grandes supermercados e hipermercados). La variedad de productos y las ofertas son los atractivos más importantes para los consumidores.

*“Me resulta muy cómodo ir a por todo”.*

- Para la compra de **alimentos frescos** la mayoría de las participantes prefieren acudir al **mercado tradicional**. Suele ser un establecimiento al que llevan acudiendo bastante tiempo, les conocen, se fían de la profesionalidad y el consejo del dependiente.

*“Hasta te dice cuándo está más*

*fresco... eso en el hiper nunca”.*

- En las dos reuniones realizadas las participantes realizan una compra grande **1 vez por semana** y en días esporádicos, según la necesidad, compran en establecimientos cercanos, especialmente en pequeños supermercados.

*“Una compra grande una vez*

*a la semana y luego picoteo”.*

- La inmensa mayoría de las participantes prefiere realizar las compras de alimentación los **días laborables**.

*“El fin de semana es una pasada,*

*es una invasión de carros”.*

## 4.1.A2.- Hábitos de compra y consumo de carne de conejo

- La totalidad de las participantes afirma incluir carne de conejo en la cesta de la compra de forma habitual. Espontáneamente enumeran los aspectos positivos de la carne de conejo. Los motivos más repetidos son:
  - Tiene muy buen sabor.
  - Es una carne con poca grasa.
  - Existe una gran variedad de platos para cocinarlo.
  - Es una carne muy jugosa.
- La mayoría compra el conejo **entero troceado**. Alegan que es mucho más cómodo para cocinar y se conserva mejor. Es importante señalar que en las dos reuniones se afirma que el dependiente de la pollería tradicional suele atender con mayor profesionalidad que el del hipermercado. Una mayor rotación del personal o un dependiente que no es de esa sección, ponen en tela juicio la profesionalidad del servicio en los hipermercados.

*“De mi pollero me fío, pero en el hipermercado no sé de dónde viene el que corta”.*
- Al preguntar qué tipos de carne de conejo conocen, pocas son las participantes que manifiestan conocer más de una. Sin embargo, en las dos reuniones, una vez que una participante diferenció 2 tipos el resto se sumó y manifestó conocerlos.
  - *“El de monte y el casero”.*
  - *“El grande y el pequeño”.*



- Así, a cada tipo de conejo se le atribuyen unas características que condicionan los posibles usos que se le pueda dar en la cocina.

## **DE MONTE**

- Tiene un sabor muy fuerte.

*“El de monte sale muy bravío”.*

- Su carne es más dura.

*“Es mucho más fibroso”.*

- Se suele utilizar para guisos y al horno principalmente.

- Es más complicado encontrarlo en los establecimientos.

*“Cuando vas a los pueblos que te venden ese conejo”.*

## **CASERO**

- Tiene un sabor característico al que nos hemos acostumbrado.

- La textura es más agradable al paladar.

- Es más versátil a la hora de cocinar porque gusta a todo el mundo.

- De forma unánime el que más se compra es el casero o pequeño, entre 2 y 3 veces al mes. El de monte o grande se adquiere en contadas ocasiones a pesar de tener un precio más reducido. Ninguna de las participantes señala alguna época del año en la que consuma más carne de conejo.

*“Si alguna vez lo veo y me da morriña del pueblo compro el grande”.*

- La carne de conejo **no es un producto del que los consumidores exijan gran variedad**. Acostumbrados a comprar del tipo casero, sólo buscan variantes en el formato de presentación. Algunas de las participantes afirman que compran partes del conejo embarquetadas (muslos, costillas, etc.) pero no con mucha frecuencia porque consideran el sobreprecio excesivo.

*“12€ si quieres sólo patas”.*

*“Hay hasta chuletitas de conejo”.*

- Durante el último año las participantes consideran que han mantenido un consumo estable, es más, la inmensa mayoría considera que su **consumo ha sido constante** *“desde siempre”*. En este punto surge el tema de que el consumo de carne de conejo es prácticamente tradición en muchos hogares.

*“En mi casa, una vez a la semana es el día del conejo al ajillo”.*

- El consumo de **carne de conejo** se considera diferente del de otro tipo de carne. Cuando preguntamos a las participantes si consideran la carne de conejo un alimento complementario o sustitutivo de otro, prácticamente la totalidad de las participantes afirma que es **complementario a otros alimentos**.

*“El conejo, el pollo, la ternera tienen su público, uno no pone la zancadilla al otro”.*

*“Cada cosa tiene su receta y su momento”.*

- Como el resto de alimentos frescos, las participantes prefieren comprar la carne de conejo en la pollería. Una mayor **calidad del producto** y la **confianza en el dependiente** son los atractivos principales por los que eligen este establecimiento.

*“La pollería te da más sensación de fresco, como más confianza”.*

- Hemos comentado anteriormente que una de las características de la carne de conejo es que es un alimento “muy socorrido para cocinar”. A lo largo de ambas reuniones las participantes retoman una y otra vez el tema de cómo preparan la carne de conejo, en qué platos la utilizan como complemento y en cuáles son el principal, etc. Es unánime la opinión de que el conejo es un **alimento de fácil preparación** y que **mantiene su sabor** días después de haberlo preparado.

*“La ventaja que le veo es que lo dejas hecho y al día siguiente está más bueno que el día que lo has hecho”.*

- Las **recetas** que con mayor frecuencia utilizan las participantes son:
  - Al ajillo.
  - Con arroz.
  - Complemento de la paella.
  - Al horno.
  - Guisado con tomate.
  - Guisado con patatas.
  
- La carne de conejo **suele gustar a todos los miembros del hogar**. Sólo dos de las participantes afirman que un miembro de su hogar (la hija menor en ambos casos), debido a que los huesos son pequeños y les “da grima”. Como ya hemos comentado, para la inmensa mayoría es un alimento plenamente asimilado en la dieta y en el gusto de los consumidores.

## 4.1.A3.- Etiquetado de los productos

- Entre los diferentes **formatos de presentación** de la carne de conejo no todos están etiquetados. Cuando lo llevan sí suelen consultarlo, especialmente las bolsas. No hay diferencias en la información que el consumidor busca en el etiquetado de la carne de conejo y el resto de productos.
  - Fecha de caducidad.
  - Peso.
- De todas formas es importante señalar que en el conejo el **etiquetado se considera secundario**, la mayoría de las participantes afirman que aunque todos los formatos llevaran etiquetado, confían más en la calidad del establecimiento habitual y el consejo del dependiente (especialmente en mercados).

*“Si es un establecimiento de confianza yo ya ni miro, sé que lo van a dar fresquísimo”.*

- En función del establecimiento, las participantes que compran en grandes superficies (grandes supermercados e hipermercados) y en mercado tradicional, afirman que **en los mercados no suelen mirar el etiquetado** y sólo un poco en supermercados y grandes superficies.
- El formato que más asocian las participantes a la carne de conejo son las bolsas y el que menos gusta es el embarquetado. Esta poca confianza en las bandejas de presentación fomenta que se mire más el etiquetado que en otros formatos.

- Aunque la inmensa mayoría de las participantes mantiene que no se fija en el etiquetado, sí suelen demandar información sobre el origen del producto. Las zonas rurales o de caza son las que más confianza suscitan en la calidad del producto. Es importante señalar que durante las reuniones, los atributos de calidad del conejo se relacionan con zonas, hábitos y estilos de vida rural.

*“Si es de pueblo sabes que va a ser bueno”.*

*“Yo lo cocino como me enseñó mi abuela cuando íbamos a la siega”.*

## 4.1.A4.- Percepción de precios



- La carne de conejo es uno de los pocos alimentos que las participantes consideran que tiene un **precio adecuado**. Rápidamente lo comparan y critican el precio del resto de productos. Al reconducirles al precio del conejo mejoran la valoración de su precio.

*“Si cuesta menos mejor, pero ahora está bien”.*

*“Le vemos un precio asequible”.*

- El formato más caro es el producto embarquetado, para el resto de formatos no identifican diferencias significativas en el precio.

*“En la pollería tú le pides, dame ese conejo entero, te lo pesa y si lo quieres troceado el precio va a ser el mismo”.*

- La evolución del **precio** durante el último año se ve más o menos **estable**, con una pequeña subida a finales de 2007. A la hora de señalar los motivos de la subida, los justifican en los intermediarios y la subida de los piensos de los animales. En este punto, la mayoría de las participantes creen que la venta directa es el canal más económico y el favorito si tuvieran mayor acceso a él.

*“Ahí sí que tienes garantizada la calidad al 100% y a un precio que ni omparas”.*

4.1.A5.- Otros temas: El conejo  
como alimento saludable

- En este apartado se profundizó en el tema de la carne de conejo relacionándolo principalmente con:
  - La salud.
  - Ventajas e Inconvenientes.
  - Evolución de su calidad.
  - Preocupación por el consumo
  - Etc.
- La constante en las dinámicas de grupo realizadas es considerar la **carne de conejo** como un **alimento** esencialmente **saludable**. La mayoría de las propiedades que las participantes consideran más características de la carne de conejo se centran en sus aspectos beneficiosos.

*“No tiene grasa, menos ácido úrico, no engorda”.*

*“Las diferentes formas de hacerlo”.*

*“Hombre, no nos engañemos, el precio también ayuda”.*

- En particular, comparando la carne de conejo con otros tipos, las **ventajas que se asocian al conejo** coinciden en gran medida con las características que se identifican con este tipo de carne:
  - Gran variedad a la hora de cocinarlo.
  - Fácil para cocinar.

*“Yo lo planto en el horno y te olvidas”*

- Precio.
- Los **inconvenientes** se centran en el tamaño del animal. En las dos reuniones realizadas las participantes comentan la cantidad de carne de una pieza es algo escasa. En relación a esto también comentan que las partes más sabrosas no dan para saborearlo como les gustaría. La opción es comprar más piezas, no hay inconvenientes que hagan disminuir el consumo.

*“Tenían que ser como los ciempiés y venir todo patas que es que así hay verdaderas luchas en mi casa”.*

- La mayoría de las participantes no aprecian un cambio en la calidad de la carne de conejo en los últimos años, consideran que la calidad es igual de buena porque no la asocian con tratamientos o sustancias químicas. Es decir, su consumo se considera natural, sin tratamientos ni alteraciones. Podemos afirmar que en cuanto a seguridad alimentaria la **carne de conejo cuenta con la confianza absoluta de los consumidores.**

*“Yo en este sentido estoy tranquila”.*

- Ligada a esta idea, a las participantes les cuesta identificar alguna alerta alimentaria en la que haya estado involucrada la carne de conejo. Una de las participantes nombró la mixomatosis como una enfermedad propia de los conejos, y el resto de participantes respondió que ya estaba controlado.

*“Lo de las vacas locas y los pollos constipados sí, pero del conejo yo no recuerdo nada”.*

- Cuando los consumidores salen a comer **fuera de casa**, no acostumbran a pedir conejo en el establecimiento de restauración, a no ser que sea una especialidad del establecimiento y se haya acudido especialmente a probarlo.

*“Si vas a un sitio que sea especialidad sí lo comes”.*

*“Pero en un restaurante normalmente no pides conejo”.*

## 4.1.A6.- Normativa

- **La confianza en la labor de control del Ministerio es unánime.** Las participantes creen que el producto que llega al establecimiento tiene todas las garantías para el consumo, que ha pasado los controles de calidad pertinentes y el trazado de elaboración es el adecuado.

*“Yo en ese sentido estoy muy segura”.*

- La creación de un **sello que garantice la calidad** de los alimentos contribuiría a aumentar la **confianza** y la **seguridad alimentaria**, especialmente en los alimentos frescos. Las participantes mantienen que **Sanidad** debería ser la institución encargada de conceder este sello y que incrementara el rigor en el baremo de calidad durante todo el proceso.

*“Si tú ves el sello de Sanidad, registrado en Sanidad, entonces eso ya es otra cosa”.*

## 4.1.-B Fase Cuantitativa

### Entrevistas Telefónicas



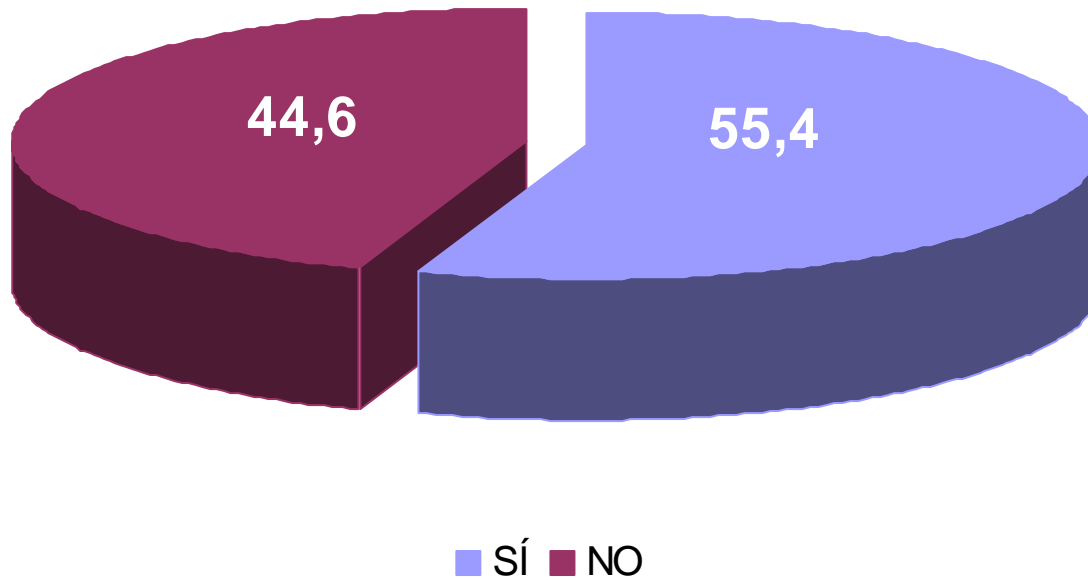
## 4.1.B1.- Consumo de carne de conejo

¿En su hogar se consume carne de conejo?

Consumidores

Base: 801

%



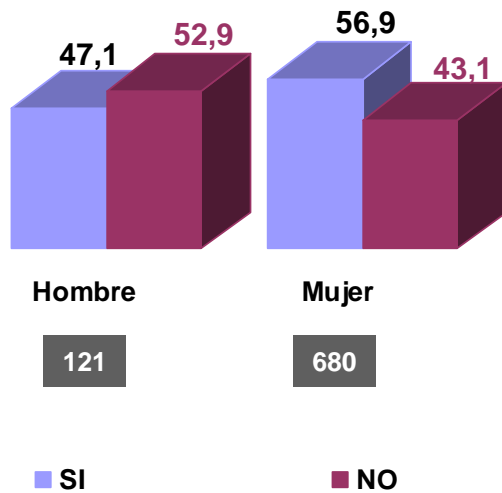
¿En su hogar se consume carne de conejo?

Consumidores

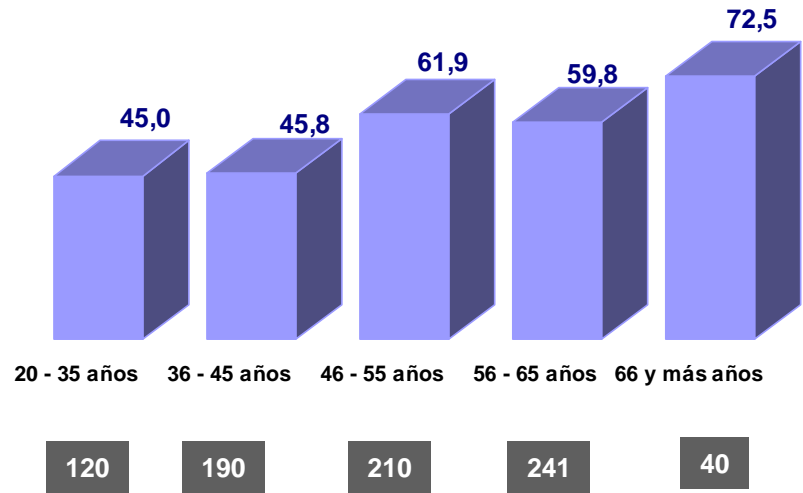
Base: 801

%

Resultados según sexo



Resultados según edad



(\*) Los resultados por edad reflejan las respuestas afirmativas

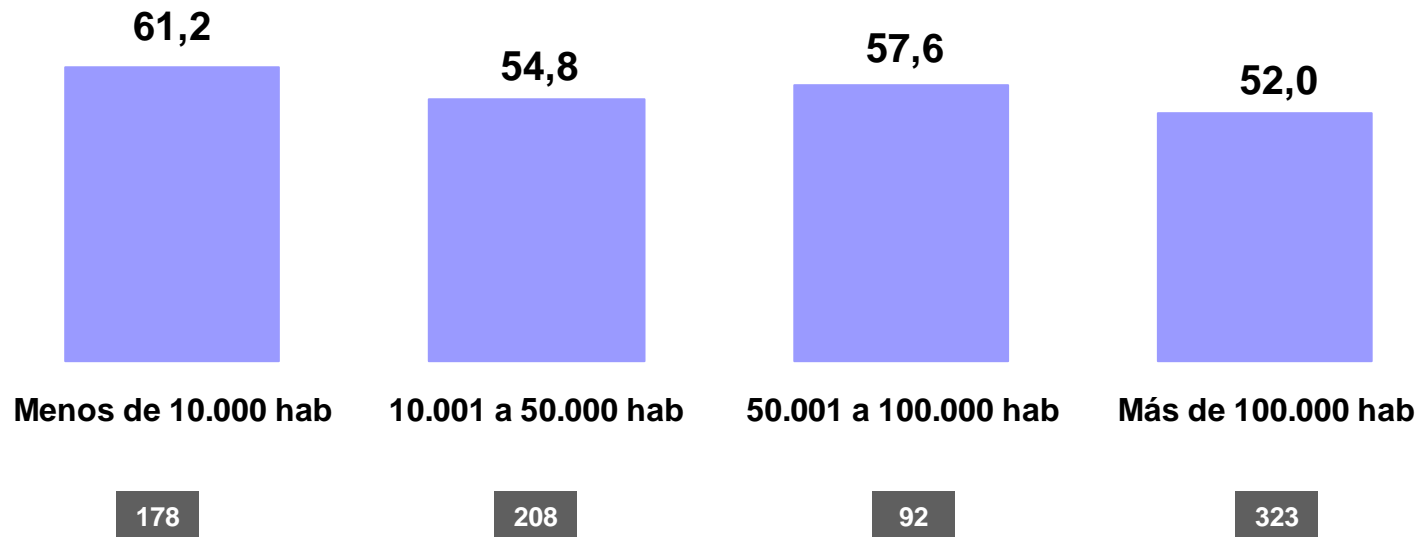
¿En su hogar se consume carne de conejo?

Consumidores

Base: 801

%

Resultados según hábitat

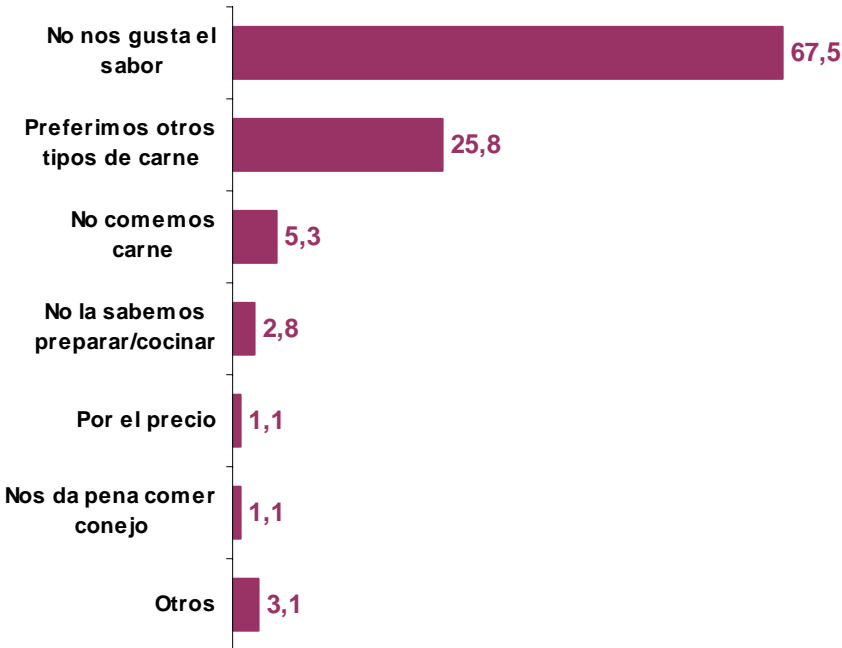


(\*) Se reflejan las respuestas afirmativas

## ¿Por qué motivos NO consume carne de conejo?

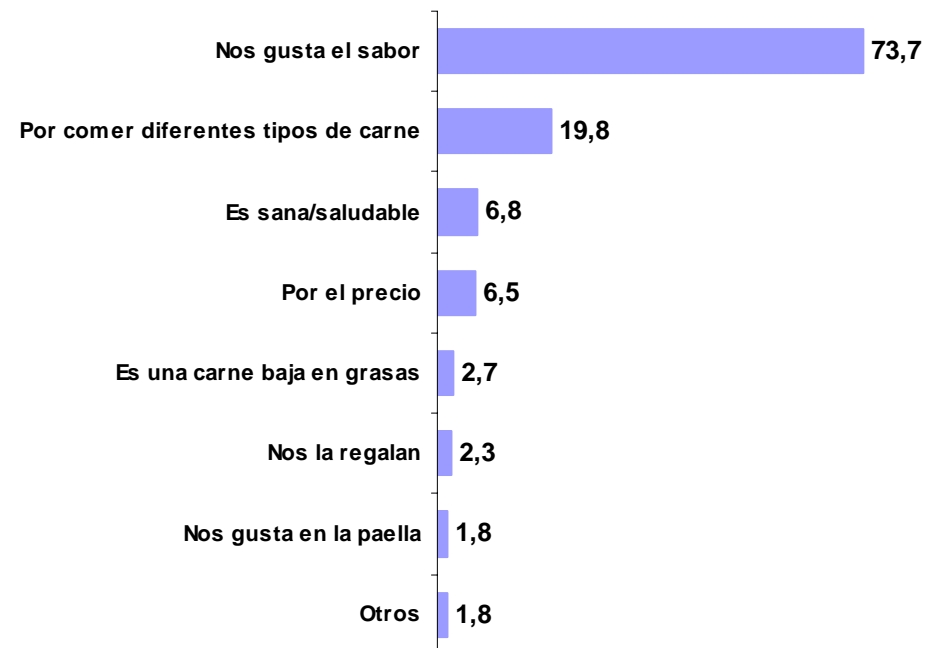
%

## ¿Por qué motivos consume carne de conejo?



Base: 357

Consumidores



Base: 444

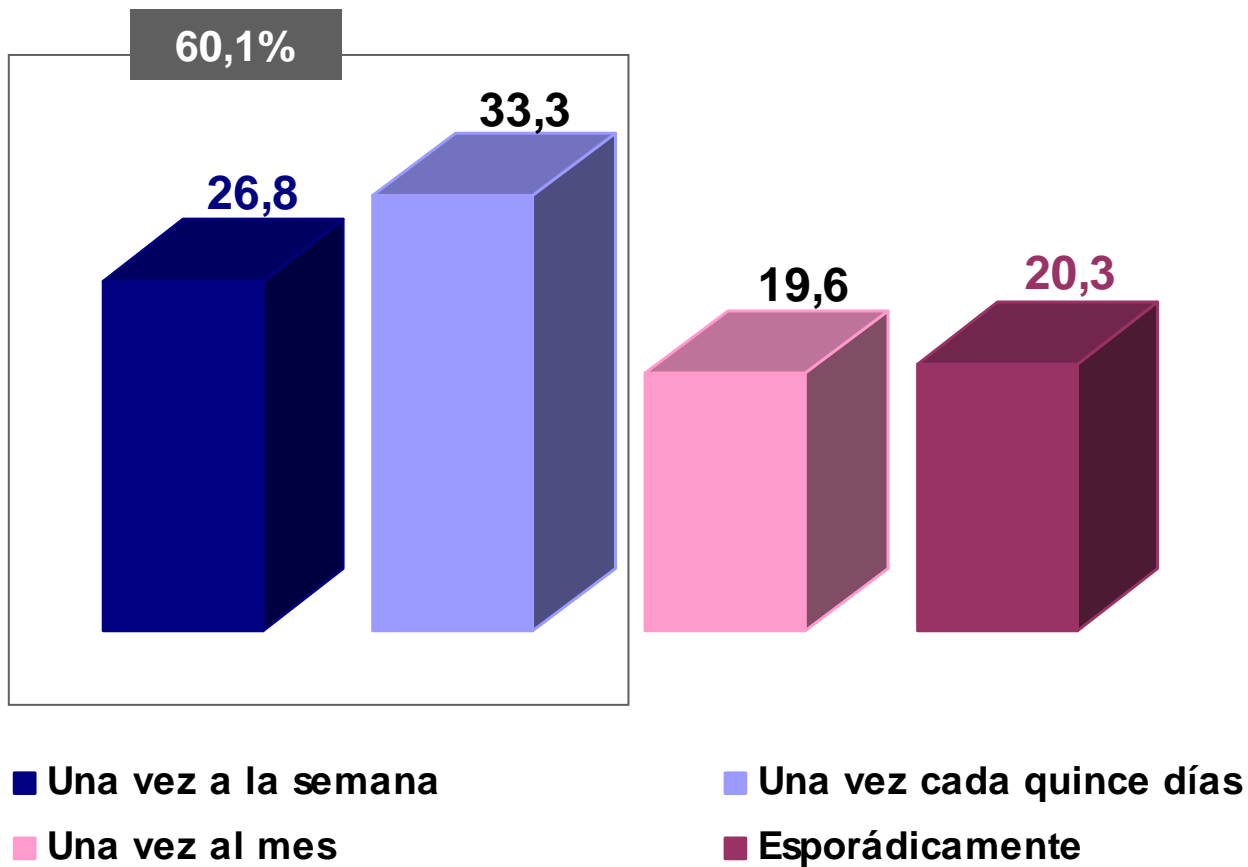
Consumidores

¿Con qué frecuencia se consumen carne de conejo en su hogar?

%

Consumidores

Base: 444



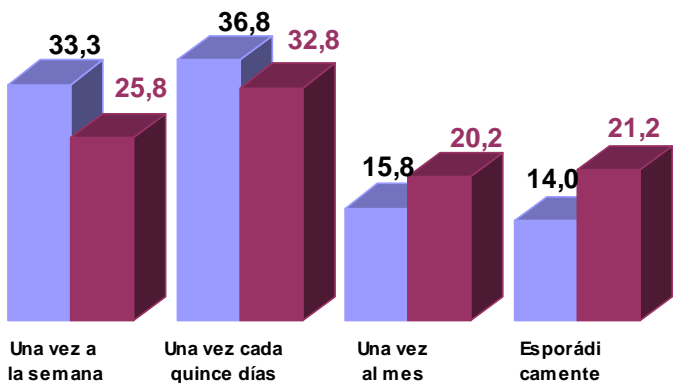
¿Con qué frecuencia se consumen carne de conejo en su hogar?

%

Consumidores

Base: 444

## Resultados según sexo

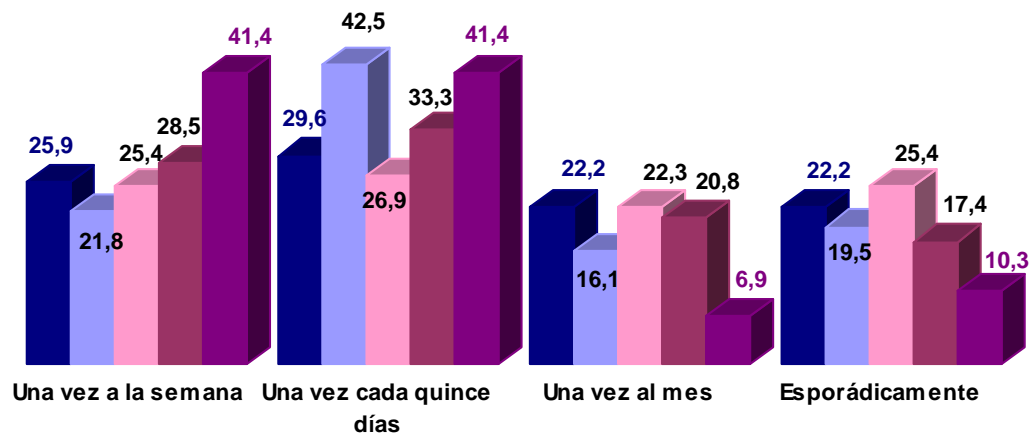


■ Hombre ■ Mujer

57

387

## Resultados según edad



■ 20 - 35 años ■ 36 - 45 años ■ 46 - 55 años ■ 56 - 65 años ■ 66 y más años

54

87

130

144

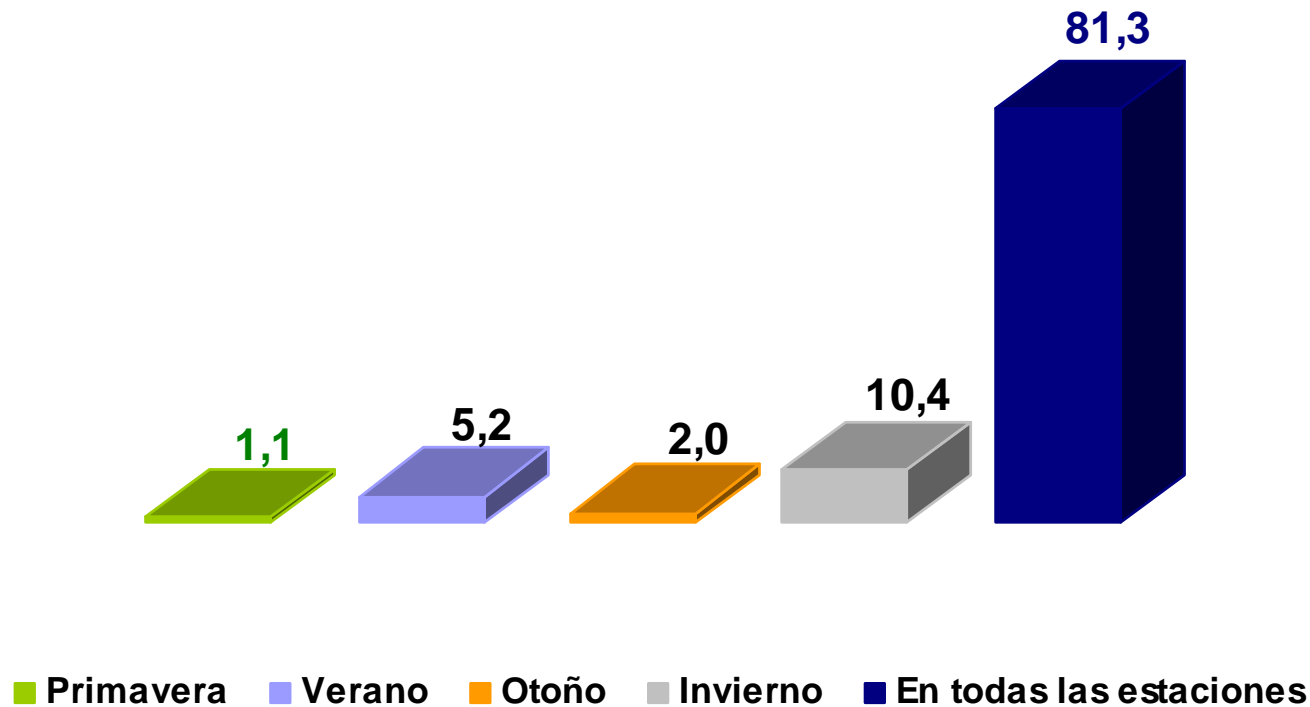
29

¿En qué estación se consume más carne de conejo en su hogar?

%

Consumidores

Base: 444





4.1.B2.- Establecimientos,  
formatos, preparación, etc. de la  
carne de conejo

## ¿Dónde compra la carne de conejo?

%

Consumidores

Base: 444



## ¿Qué factores influyen en la elección de este producto?

%

**Consumidores**

**Base: 444**

Aspecto de la pieza	24,5
Precio	23,6
Nos gusta ese tipo de carne	15,5
Tamaño	10,8
Variación de comidas	7,0
Sistema de cría	5,0
Conservación en el establecimiento	4,5
Tiene poca grasa	4,3
Denominaciones de calidad: D.O., Indicación Geográfica Protegida	3,6
Producción ecológica	2,0
Otros	10,0

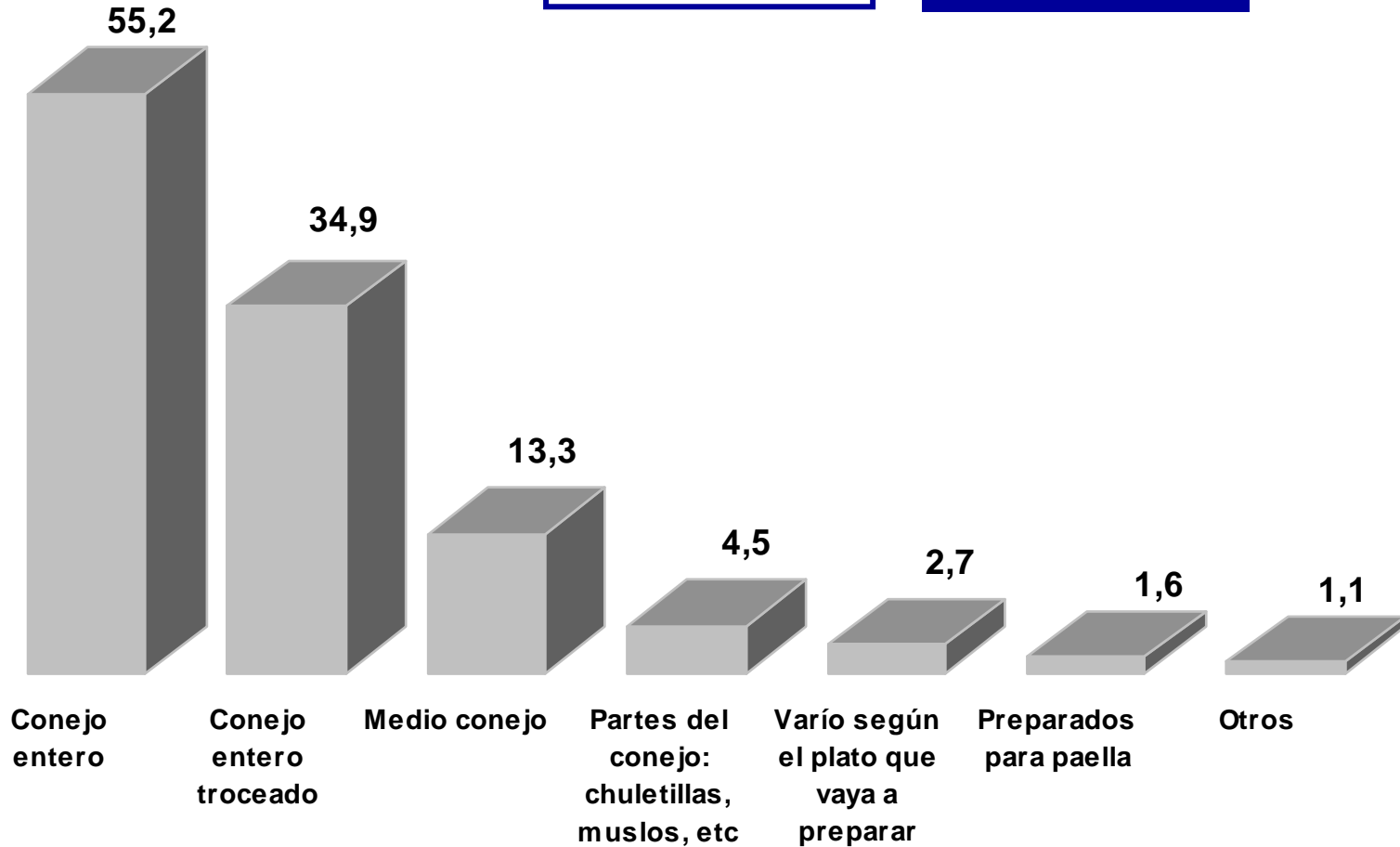
(\*) Otros: confianza en el establecimiento, los crían ellos, costumbre, etiquetado, es una carne más sana, es una carne tierna, tiene seguridad en su consumo, puede comprar partes por separado, lo trae mi marido, es mejor que la carne blanca, lo utiliza en la paella, da buen sabor al arroz.

¿En qué forma adquiere la carne de conejo?

%

Consumidores

Base: 444



¿En qué forma adquiere la carne de conejo?

%

Consumidores

Base: 444

Resultados según edad

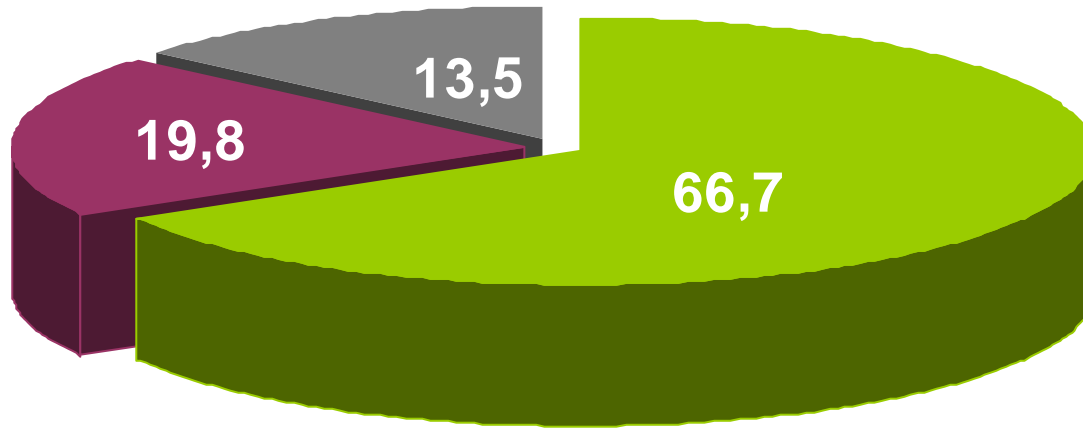
	Total	20 - 35 años	36 - 45 años	46 - 55 años	56 - 65 años	66 y más años
Conejo entero	55,2	46,3	42,5	55,4	63,2	69,0
Conejo entero troceado	34,9	50,0	43,7	31,5	29,9	20,7
Medio conejo	13,3	9,3	12,6	13,8	14,6	13,8
Partes del conejo: chuletillas, muslos, etc	4,5	3,7	8,0	2,3	4,2	6,9
Varío según el plato que vaya a preparar	2,7	0,0	4,6	4,6	1,4	0,0
Preparados para paella	1,6	0,0	3,4	0,8	1,4	3,4
Otros	1,1	0,0	1,1	1,5	0,0	6,9
<b>Bases</b>	<b>444</b>	<b>54</b>	<b>87</b>	<b>130</b>	<b>144</b>	<b>29</b>

Acostumbra a comprarlo al corte, en mostrador o embarquetado?

%

Consumidores

Base: 444



- Al corte, en mostrador
- Embarquetado
- Unas veces de una manera y otras de otra

Acostumbra a comprarlo al corte, en mostrador o embarquetado?

%

Consumidores

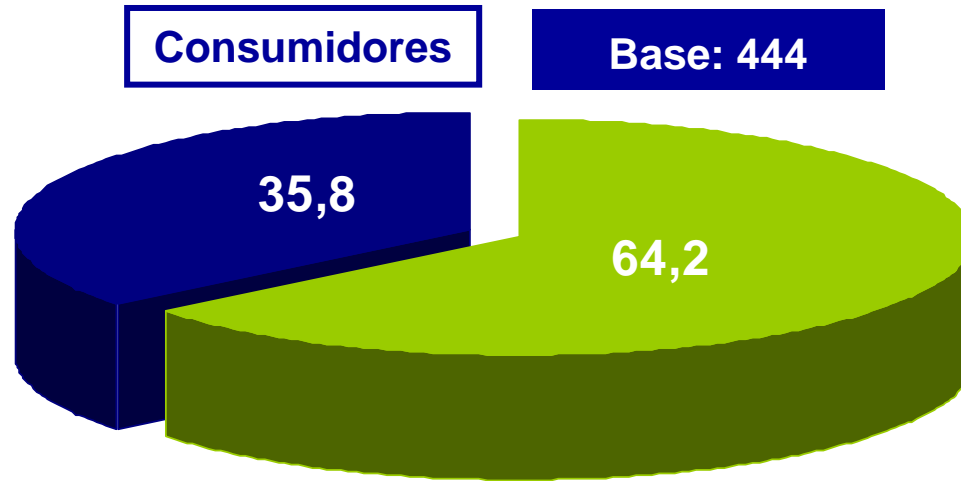
Base: 444

## Resultados según edad

	Total	20 - 35 años	36 - 45 años	46 - 55 años	56 - 65 años	66 y más años
Al corte, en mostrador	66,7	70,4	59,8	64,6	70,1	72,4
Embarquetado	19,8	18,5	27,6	19,2	16,7	17,2
Unas veces de una manera y otras de otra	13,5	11,1	12,6	16,2	13,2	10,3
Bases	444	54	87	130	144	29

De forma habitual el conejo se comercializa con el hígado ¿Ud. que hace con él?

%



■ Lo utilizo para preparar recetas ■ Lo desecho

## Resultados según edad

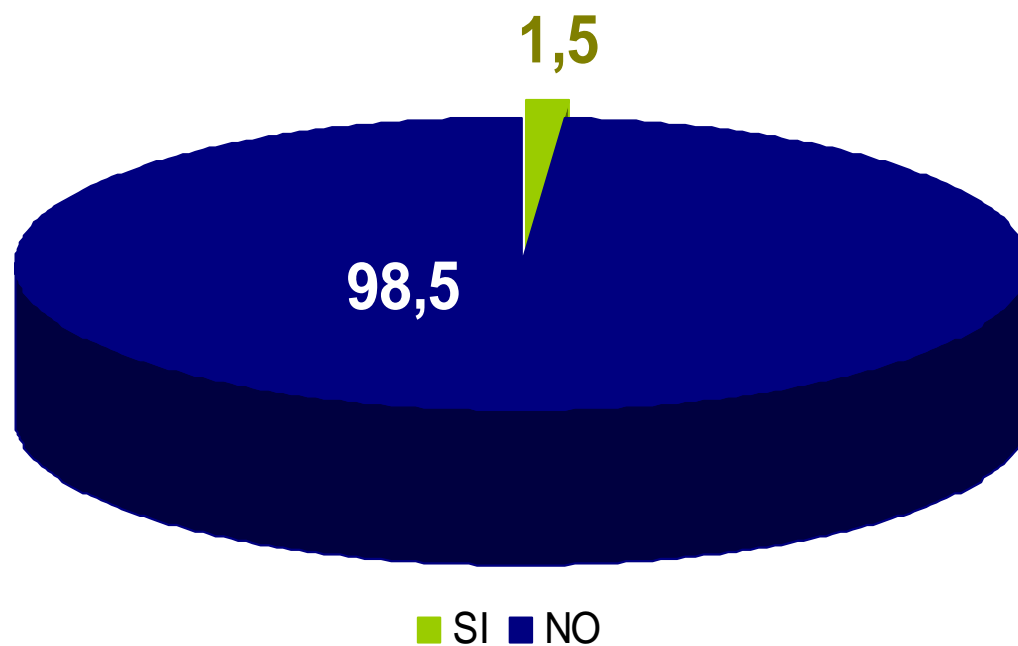
	20 - 35 años	36 - 45 años	46 - 55 años	56 - 65 años	66 y más años
Lo utilizo para preparar recetas	53,7	58,6	64,6	68,8	75,9
Lo desecho	46,3	41,4	35,4	31,3	24,1
Bases	54	87	130	144	29



¿Compra Ud. productos elaborados con carne de conejo?

Consumidores

Base: 801

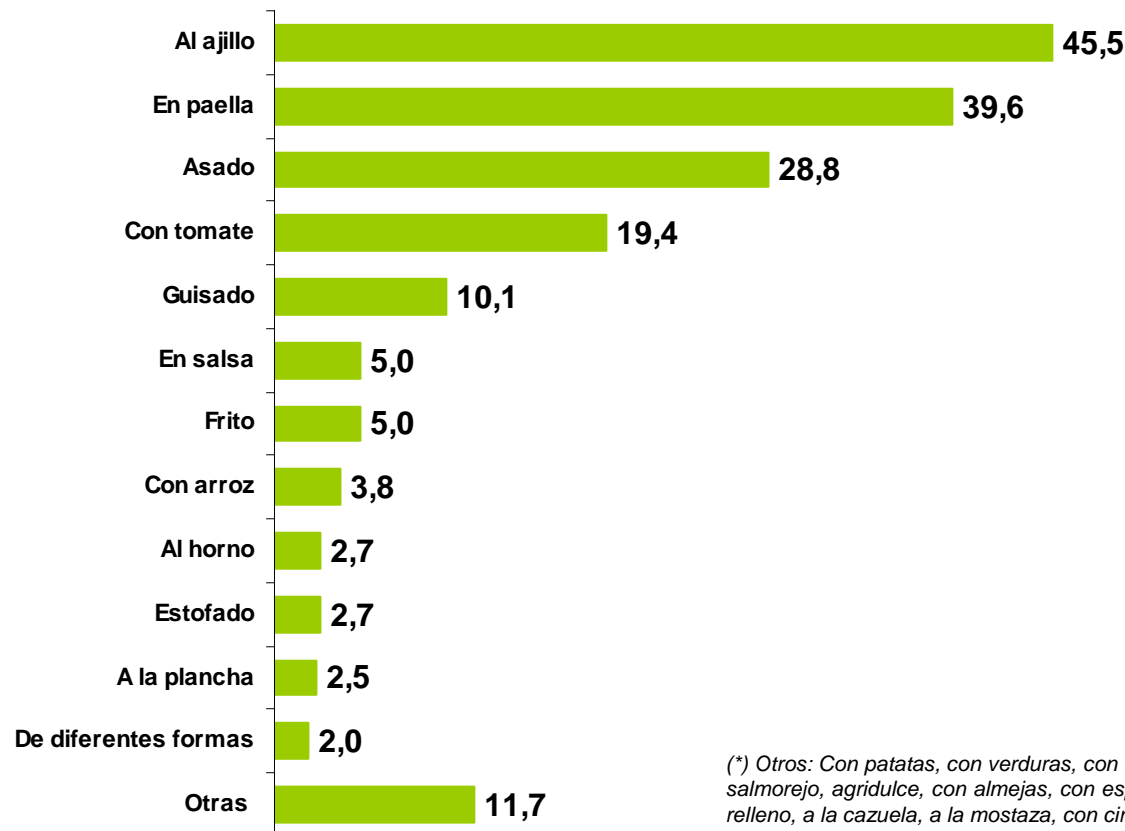


## ¿De qué manera prepara la carne de conejo?

%

Consumidores

Base: 444



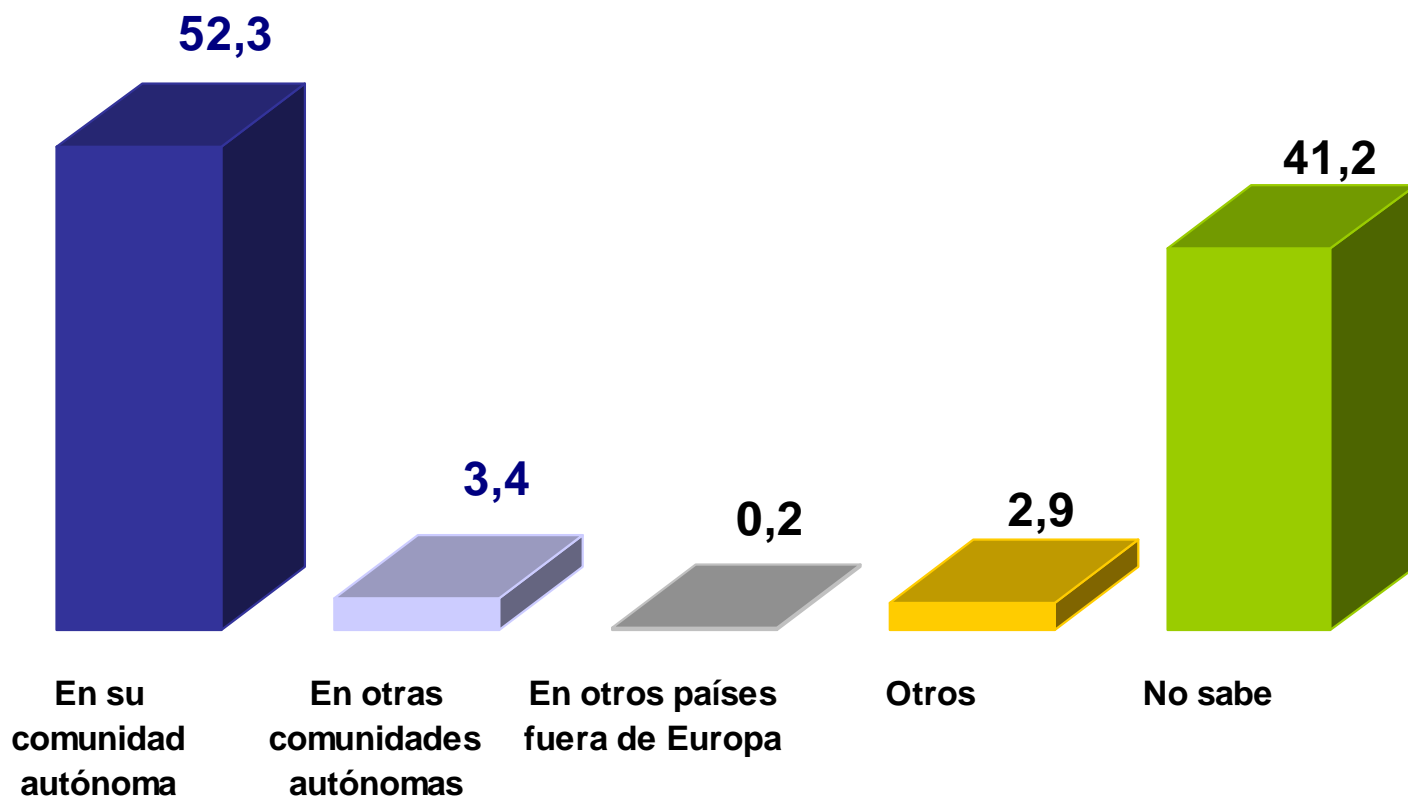
(\*) Otros: Con patatas, con verduras, con cebolla, escabechado, a la cazadora, en adobo y salmorejo, agridulce, con almejas, con especias, con judías blancas, con vino, empanado, relleno, a la cazuela, a la mostaza, con ciruelas, con macarrones, rehogado.

¿Conoce donde se produce la carne de conejo que adquiere?

%

Consumidores

Base: 444

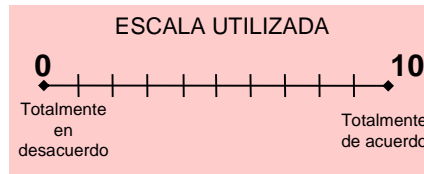


Utilizando una escala de 0 a 10 donde 0 significa que está totalmente en desacuerdo y 10 que está totalmente de acuerdo, dígame su grado de acuerdo con las siguientes frases

%

**Consumidores**

**Base: 444**



## Resultados según edad

	Total	20 - 35 años	36 - 45 años	46 - 55 años	56 - 65 años	66 y más años
El conejo es un alimento muy saludable	7,4	6,9	7,4	7,3	7,6	8,4
La carne de conejo es baja en calorías	7,2	6,5	7,2	7,3	7,5	8,0
La carne de conejo es fácil de digerir	7,1	6,5	6,9	7,2	7,5	8,2
La carne de conejo tiene un bajo contenido en colesterol	7,0	6,2	6,9	7,1	7,4	7,6
La carne de conejo es un alimento magro	6,6	5,3	6,4	6,9	7,1	7,2
El conejo es un alimento fundamental en la dieta	5,8	5,0	5,3	6,0	6,2	7,3
El conejo posee importantes minerales como el hierro	5,7	5,4	5,5	5,6	5,9	6,3
El conejo tiene un alto contenido en vitaminas del grupo B	5,4	5,0	5,3	5,4	5,6	6,1

## 4.1.B3.- Precios

¿Cuál es el precio medio al que paga la carne de conejo? (Kilo)

%

Consumidores

Base: 362

**5,16 €/kilo**

A un 10,4% se lo regalan, los cazan o los crían

Un 8,1% desconoce el precio del kilo

¿Cuál es el precio medio al que paga la carne de conejo? (Kilo)

%

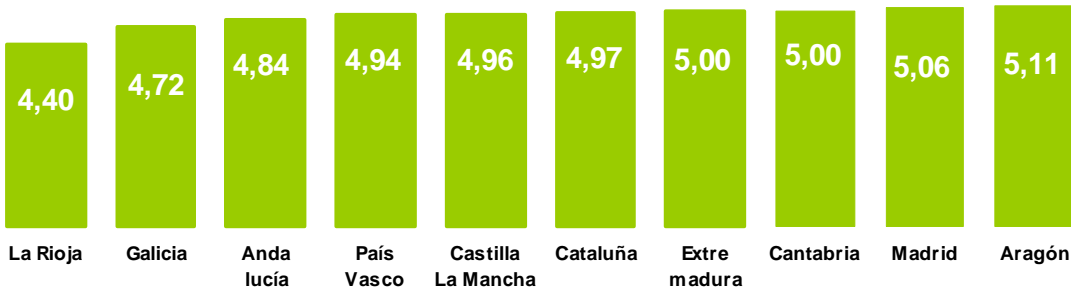
Consumidores

Base: 362

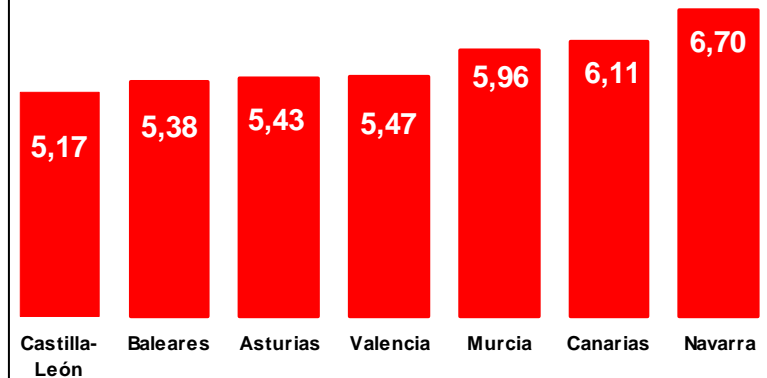
Media: 5,16 €/kilo

Resultados según comunidad autónoma

Por debajo de la media



Por encima de la media



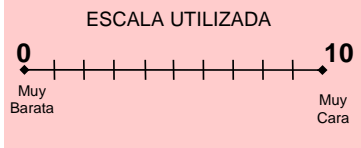
(\*) Los márgenes de error por CCAA son muy elevados.

Utilizando una escala de 0 a 10 donde 0 significa que la encuentra muy barata y 10 que los encuentra muy cara, dígame cómo ve, en general, los precios de la carne de conejo

**Consumidores**

**Base: 801**

**%**



**Valoración Media = 5,3**

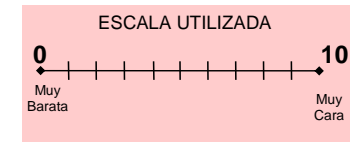
	(%)
Valoraciones de 0 a 4	19,6
Valoraciones de 5	45,3
Valoraciones de 6 a 10	35,0



Utilizando una escala de 0 a 10 donde 0 significa que la encuentra muy barata y 10 que los encuentra muy cara, dígame cómo ve, en general, los precios de la carne de conejo

Resultados según Comunidad Autónoma

Valoración Media = 5,3



Consumidores

Base: 801

Por debajo de la media

En la media

Por encima de la media



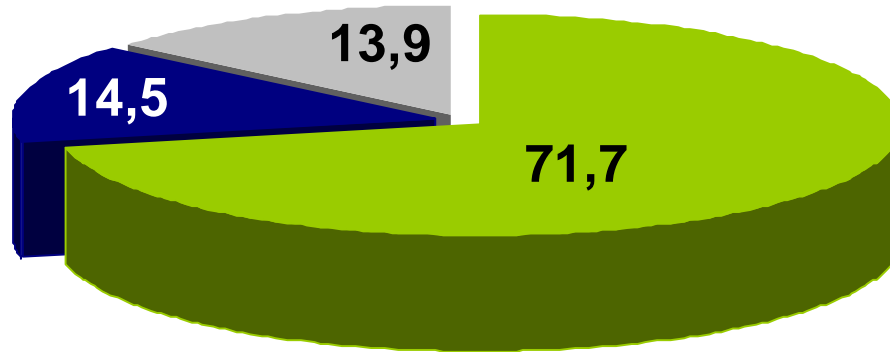
(\*) Los márgenes de error por CCAA son muy elevados.

## 4.1.B4.- Sellos de calidad

¿Cree que los sellos de calidad aportarían más garantías a la carne de conejo?

Consumidores

Base: 801



■ SI ■ NO ■ Ns/Nc

Resultados según edad

	20 - 35 años	36 - 45 años	46 - 55 años	56 - 65 años	66 y más años
SI	80,0	73,7	69,0	67,6	75,0
NO	15,8	14,2	14,8	14,9	7,5
NS/NC	4,2	12,1	16,2	17,4	17,5
Bases	120	190	210	241	40

¿Estaría dispuesto a pagar más por los sellos de calidad?

Consumidores

Base: 801



■ SI ■ NO

## Resultados según edad

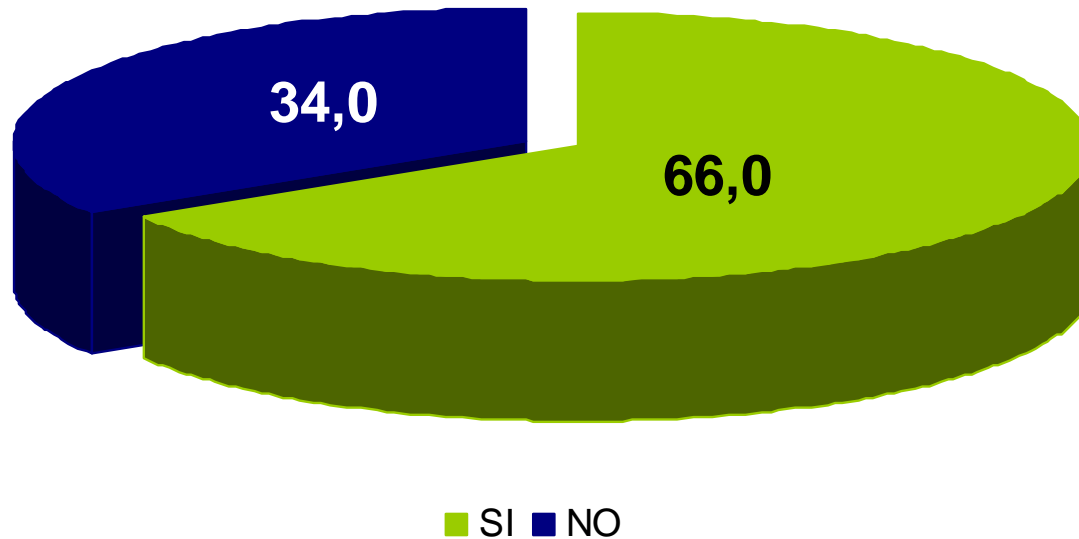
	20 - 35 años	36 - 45 años	46 - 55 años	56 - 65 años	66 y más años
SI	61,7	60,0	51,4	57,7	62,5
NO	38,3	40,0	48,6	42,3	37,5
Bases	120	190	210	241	40

## 4.1.B5.- Bienestar de los conejos

¿Estaría dispuesto a pagar más por los conejos a cambio de un mayor bienestar de estos animales?

Consumidores

Base: 444

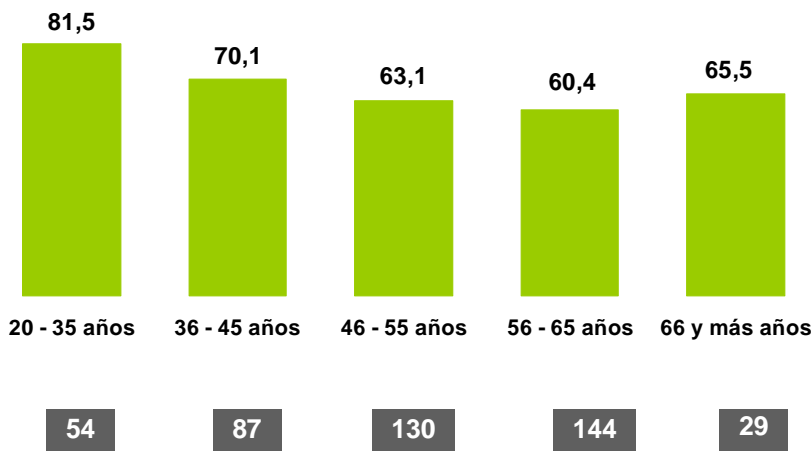


¿Estaría dispuesto a pagar más por los conejos a cambio de un mayor bienestar de estos animales?

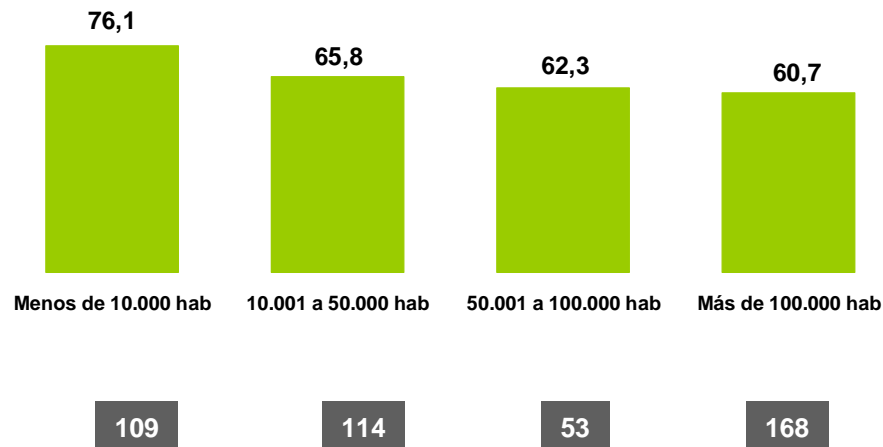
Consumidores

Base: 444

## Resultados según edad

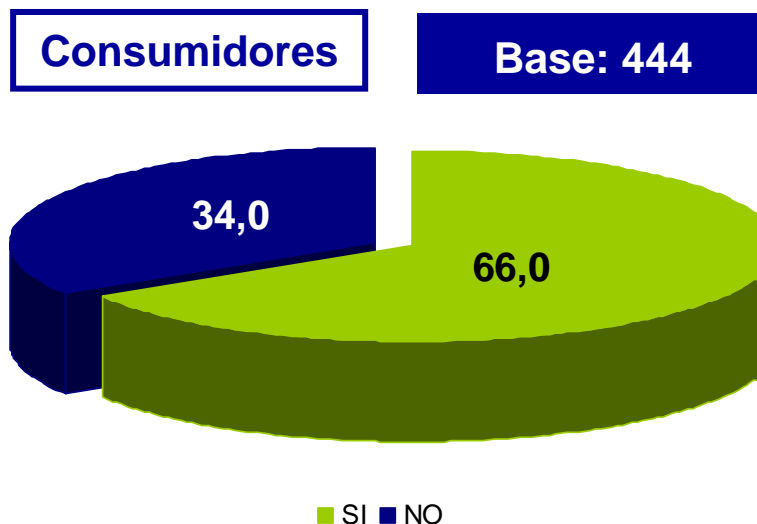


## Resultados según hábitat



(\*) Se reflejan las respuestas afirmativas

¿Estaría dispuesto a pagar más por los conejos a cambio de un bienestar de estos animales?



Estaría dispuesto a pagar más de 30 cms por pieza = 61,7%

Estaría dispuesto a pagar entre 15 y 30 cms por pieza = 1,8%

Estaría dispuesto a pagar entre 1 y 15 cms por pieza = 1,4%

64,9%

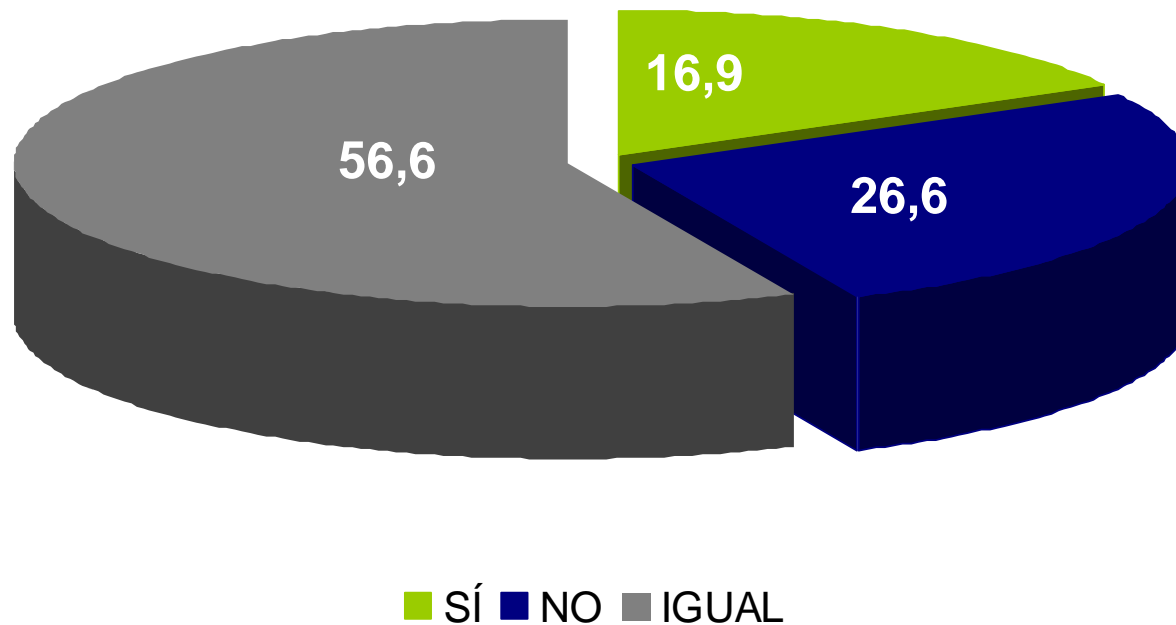
Un 1,1% **cambia de opinión** al hablar de precios concretos



¿Considera que conejos tienen un bienestar mayor (reciben un mejor trato) que el resto de las especies ganaderas?

Consumidores

Base: 801

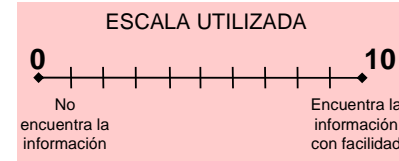


4.1.B6.- Etiquetados

A la hora de comprar conejo ¿Encuentra con facilidad información en los etiquetados sobre los siguientes factores?. Utilice una escala de 0 a 10 donde 0 significa que no encuentra esa información y 10 que la encuentra con facilidad

**Consumidores**

**Base: 444**



4,2

Trazabilidad

4,2

Sistema de cría

4,6

Producción ecológica

4,8

Denominaciones de calidad: D.O.  
Indicación Geográfica Protegida

5,1

País de origen

6,5

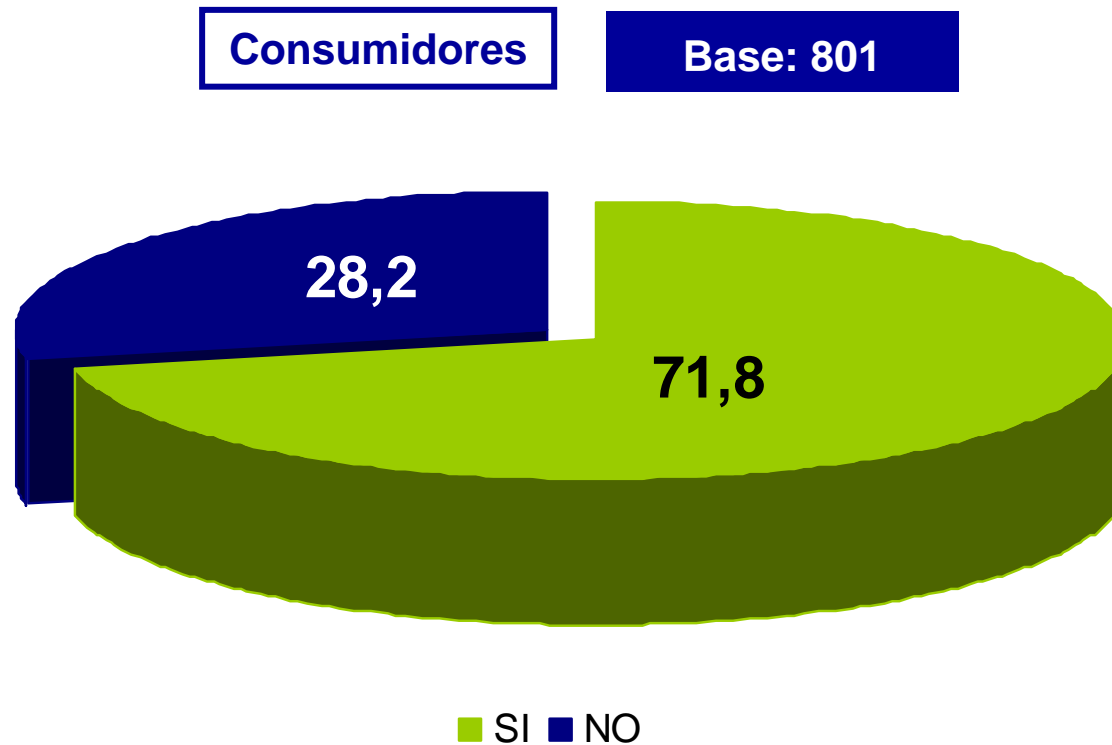
Aspecto de la pieza

6,6

Precio

## 4.1.B7.- Otros Temas

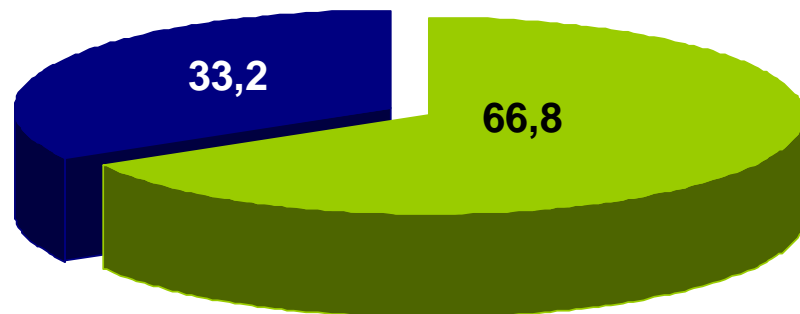
¿Considera que la industria alimentaria realiza los controles necesarios para garantizar la calidad de la carne de conejo?



Si estuviera a dieta para perder peso, ¿tomaría carne de conejo?

Consumidores

Base: 801



■ SI ■ NO

Resultados según sexo

	Hombre	Mujer
SI	62,0	67,6
NO	38,0	32,4
Bases	121	680

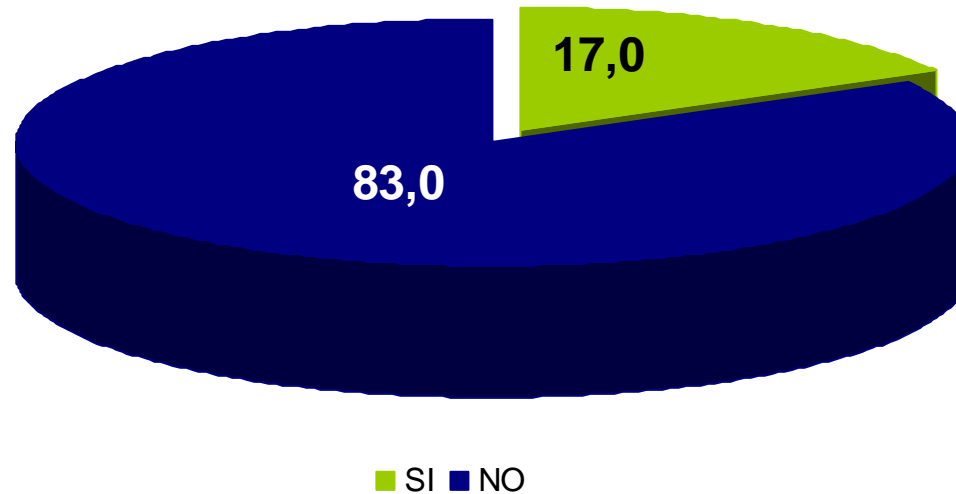
Resultados según edad

	20 - 35 años	36 - 45 años	46 - 55 años	56 - 65 años	66 y más años
SI	48,3	62,6	71,4	73,0	80,0
NO	51,7	37,4	28,6	27,0	20,0
Bases	120	190	210	241	40

Cuando come/cena fuera de casa (restaurantes, hoteles, etc.) ¿Acostumbra a consumir carne de conejo?

Consumidores

Base: 801



# Instituto Cerdá

Numància 185

08034 Barcelona

Tel 932802323

Fax 932801166

[Institut.cerda@icerda.es](mailto:Institut.cerda@icerda.es)

Diego de León 30

28006 Madrid

Tel 915 639 572

[www.icerda.es](http://www.icerda.es)