

Presente y futuro de la coturnicultura de puesta

J.R. CABALLERO DE CALLE*

Escuela de Ingenieros Agrónomos de Ciudad Real. Departamento de Ciencia y Tecnología Agroforestal y Genética. Universidad de Castilla-La Mancha. Rda. de Calatrava 5. Ciudad Real 13071. España. *e-mail: JoseRamon.Caballero@uclm.es

El diagnóstico de la situación actual de la coturnicultura de puesta en España es muy complicado debido principalmente a la falta de datos oficiales fidedignos en cuanto a censos y producciones.

La problemática del sector de la gallina de puesta tanto en la modalidad de selectas como en la de camperas y otras, además de la inclusión en el apartado de otras aves a las Pavas, Patas y Ocas, dificulta aún más, afrontar con claridad la realidad del sector de la codorniz de puesta.

Es evidente que el mercado acepta la presencia del huevo de codorniz en consumo directo, pero también es necesario destacar que esta circunstancia es aprovechada por la industria de producción de huevos de gallina en todas sus modalidades, para incorporar este producto entre su oferta a los consumidores.

Por todo lo anterior, es muy difícil trazar una frontera clara entre los productores de huevo de codorniz (coturnicultores) y los distribuidores y comercializadores del producto.

Se estima que el censo actual de codorniz de puesta (*coturnix japonica*) para consumo directo puede estar en torno al medio millón de ejemplares y que su producción anual puede estar entre nueve y once millones de docenas de huevos. Estas cifras son muy significativas, comparadas con la producción oficial de huevos de “Gallina Campera y Otras” y de las denominadas oficialmente de “Otras Aves”, ya que podrían suponer casi el treinta por ciento de estas producciones.

La producción se realiza bajo sistema de integración, situándose geográficamente en su mayor parte en Cataluña (provincia de Lleida) y la franja limítrofe de Aragón (comarca de los Monegros) y en la provincia de Castellón. Un sólo grupo en este área concentra más del 50% de la producción nacional.

Generalmente, el modelo de explotación utilizado es el de la integración vertical. Aunque el denominado sistema de integración horizontal también existe mediante el régimen de sociedad agraria de transformación (S.A.T.) y alcanza gran importancia en el sector.

La aplicación tecnológica y el sistema de producción de las granjas de codorniz de puesta son muy avanzados sobre todo en genética, alimentación y sanidad. En muchas ocasiones frenadas por las limitaciones de la comercialización del producto.

La comercialización del huevo de codorniz está generalizada en toda España e incluso podemos afirmar que un porcentaje importante de esta, se dedica a la exportación. Sin embargo en este capítulo no solo encontramos a los productores directos, sino también a empresas tradicionalmente muy influyentes en la producción y distribución de huevo de gallina.

Podemos afirmar que la principal vía de oferta al consumidor de este producto está en los mercados denominados “grandes superficies”, ya que se alcanzan los mejores precios y es donde estas empresas pueden competir.

Existe un porcentaje de distribución del producto en tiendas “delicatesen” o de “productos tradicionales”, pero no son demasiado significativos tanto en cantidad como a la hora de obtener precios competitivos.

En la visión de Futuro de la Coturnicultura de Puesta, se hace necesario realizar al sector un Análisis DAFO o Análisis FODA, estudiando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades).

El análisis interno del sector nos permite determinar las Debilidades de la Producción y Comercialización de huevo y así tenemos el aspecto relacionado con el precio al consumidor. Se trata de un producto relativamente caro desde el punto de vista de volumen aunque no lo sea desde el punto de vista del número de unidades. Este aspecto puede resultar engañoso para el comprador. Además puede resultar más caro si se trata de utilizarlo como alimento principal.

La dificultad de encontrar el producto es otro de los problemas importantes, ya que es relativamente sencillo adquirirlo en los hipermercados o grandes superficies, pero es complicado a nivel de tiendas minoristas. En el caso de distribuidores de “productos delicatessen”, los precios pueden ser prohibitivos.

La dificultad de preparación del producto es también una tara para el mismo. Hay empresas que incorporan recetas y formas de preparación en el estuche de venta de los huevos, sin embargo esto no aplaca el desconocimiento general del producto por parte del consumidor.

Pero en el análisis interno del sector también detectamos Fortalezas. Así la calidad del producto en sí mismo y en la comparación con el huevo de otras aviculturas complementarias y alternativas, además de con el huevo de gallina selecta, es muy positiva.

También la facilidad de la producción y manejo de este tipo de ave es un aspecto importante a considerar en su implantación y continuidad.

Finalmente la posibilidad de presentar al consumidor este tipo de oferta alternativa es una vía de negocio para los productores y comercializadores del huevo de gallina.

El análisis externo de la situación de la coturnicultura de puesta nos determina la existencia de algunas Amenazas relacionadas con la competencia del huevo de gallina selecta sobre todo en precio y capacidad de manejo del producto por parte del consumidor y la competencia del huevo de gallina campera y otras, como alternativa diferente de calidad.

También la problemática sanitaria general del huevo y su “mala fama tradicional” en determinados componentes nutritivos, tampoco ayuda a mejorar la situación.

Finalmente, la problemática sanitaria de la especie codorniz y su relación con determinadas zoonosis aviares no es un elemento que permita mejorar su imagen frente al consumidor.

Aunque la visión externa del sector también tiene sus aspectos positivos. El análisis de las Oportunidades del producto, determinan de que se trata de un alimento diferente con un buen posicionamiento estratégico, que tiene una gran capacidad de adaptación a las nuevas tecnologías avícolas y que debe aprovecharse del debilitamiento de sus competidores naturales y ajenos.

El mercado exterior debería ser un objetivo de nuestros productores, tanto a nivel de la UE como de los países iberoamericanos, donde este producto tiene una gran aceptación.

Análisis DAFO de la Coturnicultura de Puesta en España

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad del producto • Facilidad de producción, • Tipo de oferta al consumidor 	<ul style="list-style-type: none"> • Precio • Dificultad de compra • Dificultad culinaria • Desconocimiento del consumidor
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externos	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas tecnologías • Debilitamiento de competidores • Posicionamiento estratégico: Producto diferente • Mercado exterior 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia del huevo de gallina selecta, campera, ecológica y otras aves • Problemática sanitaria general del huevo • Problemática nutricional del huevo • Problemática sanitaria de la especie <i>coturnix</i>