



PERCEPCIÓN SOBRE EL CONSUMO, PRODUCCIÓN Y COMERCIO DE LA CARNE DE CONEJO EN MÉDICOS VETERINARIOS ZOOTECNISTAS

Ma. del Carmen Salazar Piñón¹, José Guadalupe Gómez Soto¹, Roxana Preciado Cortes¹, María Concepción Méndez Gómez Humarán¹, Juana Elizabeth Elton Puentes¹ y Elba Orozco Estrada¹

¹ Universidad Autónoma de Querétaro. sapino00@yahoo.com.mx

La cunicultura es una actividad pecuaria que no es del todo valorada, pero que dadas las características nutricionales de la carne de conejo y sus bondades zootécnicas, hay que impulsar. Este trabajo tiene como objetivo conocer cuál es la percepción que tienen los Médicos Veterinarios Zootecnistas (MVZ) sobre el consumo, la producción y el comercio de este tipo de carne, pues ellos forman parte clave en esta cadena productiva. La información se obtuvo al aplicar un cuestionario compuesto por 32 reactivos a 81 MVZ durante la Convención Nacional de la Federación de Colegios y Asociaciones de Médicos Veterinarios Zootecnistas de México, en la ciudad de Querétaro en enero del 2019, con una edad promedio de 46.6 ± 12.8 años, 45 hombres y 36 mujeres. De los encuestados sólo el 3% acostumbra a comer carne de conejo, la mayoría consume pollo y res (30.7% y 27.1% respectivamente). Las principales razones para comer esos tipos de carne fueron el sabor (37.7%), el contenido nutricional (16:3%) y la disponibilidad (12.2%). En general sólo el 23.5% no ha comido carne de conejo, el resto sí lo ha hecho al menos alguna vez en su hogar (36%), en un restaurante (31.3%), en una fiesta (26.8%) o en algún evento social (6.1%). Principalmente la han comido por su sabor (52%) y por ser saludable (27%). De quienes la han probado, sólo el 8% la produce, un 20% la compra en supermercado, el 29% con un conocido el resto en algún mercado cercano a casa, en un rancho, restaurantes o ferias. Mientras que las razones principales para no haber comido conejo es porque no saben cocinarlo (21%), o no saben en dónde lo venden (17%), sin embargo la mayoría (49%) indica que la consumiría si estuviera más disponible y por lo saludable que es. Sumado a esto, el 12% de los encuestados indicó que no comería carne de conejo a pesar de saber que es una de las opciones proteicas más saludables debido a que no saben en donde conseguirla (36%), les da tristeza comerla (18%) o creen que sería cara (18%). Respecto a las cualidades nutricias, sólo el 49 % dice saber que es magra y que es fuente de proteínas. De los encuestados productores de conejo, el 65% considera que es una actividad rentable pero el 61% tiene dificultades para venderla, principalmente porque a la gente no le gusta (23%), la carne no es muy conocida (44%), o a las personas les da tristeza consumirla (15%). Siendo los MVZ parte importante en la difusión del consumo de conejo como una opción cárnica, rentable y saludable, es indispensable sensibilizarlos, pues entre ellos no existe la cultura de su producción ni de su consumo, principalmente porque la disponibilidad es limitada y les falta mucha información tanto acerca de sus propiedades como de la forma de preparación y producción, pues el 47% desconoce la NOM-033-SAG/ZOO-2014 sobre la forma de sacrificio del conejo.