

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CONEJO: RETOS Y OPORTUNIDADES

PRIMER FORO CONSULTIVO
RESCATANDO LA CUNICULTURA MEXIQUENSE
30 septiembre de 2025



PROBLEMÁTICA

01



PRODUCCIÓN CUNÍCOLA

El 95% de las granjas son de autoconsumo y pequeña escala, impactando negativamente y encareciendo la producción.

02



SALUD PÚBLICA

No existe un área de matanza apta para cumplir con la regulación de inocuidad, sanidad y bienestar animal que se apeguen a la normatividad.

03



COMERCIALIZACIÓN

No se puede cumplir la garantía de calidad e inocuidad, por ello, la comercialización es baja y los precios de los productos no son competitivos.

04



BAJOS INGRESOS

No hay ventas debido a que no hay valor agregado en la producción.

¡PENSAR FUERA DE LA CAJA!

Regresar a la Raíz

1. Rezago de la cunicultura en la producción primaria lo que impacta negativamente en el desarrollo socioeconómico de los productores,
2. Baja capacidad de gestión en la implementación de Buenas Prácticas de Producción de Cunicola (BPPC),
3. Riesgo de enfermedades virales derivadas de limitadas medidas de bioseguridad efectivas,
4. Acceso limitado al mercado y a la comercialización de sus productos,
5. Baja formalidad de las granjas para acceder a certificaciones,
6. Costos de producción altos relacionados con el precio del alimento,
7. Repoblamiento Genético de la especie,
8. Bajos ingresos generados por la actividad ganadera,
9. Limitado acceso al reconocimiento de su actividad ganadera (50% de estos son Mujeres, AZORU 2024).

PROCESO GLOBAL DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS

01

02

03

04



PRODUCCIÓN PRIMARIA

Son todas las actividades relacionadas con la producción de las **Unidades de Producción Cunicola**.



PRODUCCIÓN INDUSTRIAL

Son las actividades que empiezan desde la **recepción de la materia prima**, el área de matanza, transformación, almacenamiento, salida de productos a los mercados meta.



SISTEMA DE LOGÍSTICA

Son las actividades y equipos de transporte y refrigeración relacionadas con la distribución de insumos como de productos hacia los mercados meta de consumo.



VENTA DE PRODUCTO

Son las actividades relacionadas con la **venta del producto** conforme a los distintos perfiles de clientes.

PROCESO DE
PRODUCCIÓN PRIMARIO



CIRCUITO ECONÓMICO

ETAPAS DEL PGP



PROCESO DE PRODUCCIÓN



PROCESO DE CIRCULACIÓN



PROCESO DE CONSUMO

MERCADOS META
DE CONSUMO



**PROCESO GLOBAL
DE PRODUCCIÓN
(PGP)**



PROCESO DE PRODUCCIÓN
INDUSTRIAL



SISTEMA DE LÓGISTICA
/ DISTRIBUCIÓN

PILAR 1. GESTIÓN DE LA INOCUIDAD Y CALIDAD DE UN ALIMENTO.

PILAR 2. CICLO BIOLÓGICO DE LA ESPECIE COMO LÍMITE PRODUCTIVO.

PILAR 3. FOMENTO A LA PRODUCCIÓN CON ENFOQUE DE INDUSTRIA RURAL.



PRODUCCIÓN PRIMARIA

- 01 **Altos Costos de Producción de la** Carne de Conejo debido al precio del Alimento y ausencia de investigación de genética.
- 02 **Formalización de la Actividad** relacionada con el registro de la UPC, mecanismos de Bioseguridad y BPPC.
- 03 **Ausencia de Información confiable** para la planeación y toma de decisiones

MARGEN DE MANIOBRA

Está en función de la Regulación aplicable respecto de las condiciones Socioeconómicas, Zootécnicas, y Zoosanitarias de las UPC y Mercados.



PRODUCCIÓN INDUSTRIAL

- 04 **No existe un área de matanza y** transformación de carne de conejo Certificada.
- 05 **Las UPC de autoconsumo y pequeña escala** no propician economías de escala si trabajan separadas.
- 06 **La Rentabilidad Marginal por kg de canal** no hace financieramente viable la inversión para la Planta TIF.
- 07 **La regulación en Gestión de la Innocuidad y Garantía de Calidad** son factores para la viabilidad de la certificación, sin embargo, no se cuenta con normas para la especie.



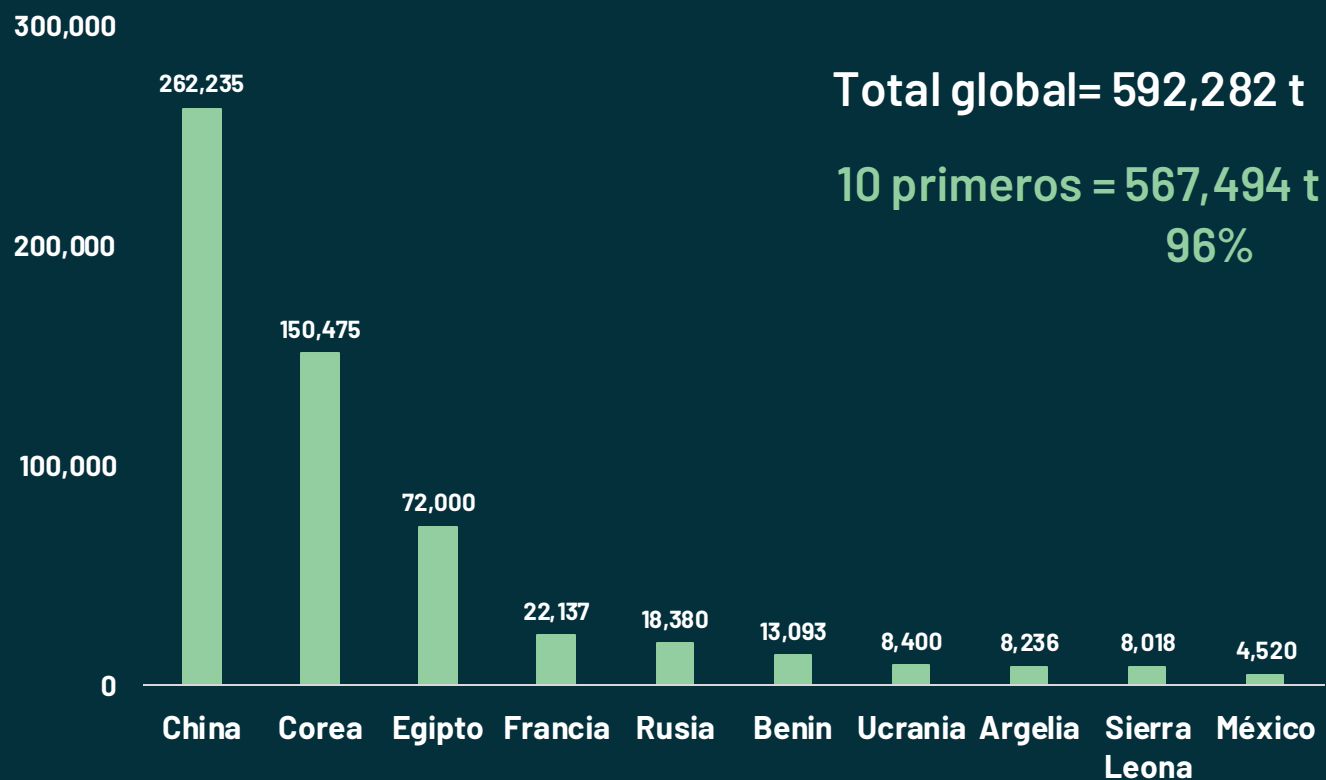
SISTEMA DE LOGÍSTICA & ACCESO AL MERCADO

- 08 **Identificar el perfil del consumidor** para establecer el medio de traslado de las mercancías.
- 09 **Los consumidores están buscando un producto saludable** y rico en proteínas no encuentra el producto en el mercado.
- 10 **No existe difusión ni campaña de mercado** para que los compradores institucionales vean a la proteína como un producto apto para su consumo.

RETOS DE LA CUNICULTURA

MERCADO DE CARNE DE CONEJO

Producción de Carne de Conejo a nivel Mundial en 2023 (toneladas)



- En 2023, México ocupó el lugar 10º en producción de carne de conejo, con 4,520 toneladas (t) anuales, el 1.7% con respecto de China (262,235 t), y el 3.0% con Corea (150,475 t) 🐰

- La carne de conejo se presenta en formatos cada vez más innovadores: guisos, embutidos, enlatada, curada y papillas; ampliando su presencia en los mercados internacionales.

- El consumo per cápita es de 128 gr (SADER, 2017).
- El 2015 el Estado de México produjo 54,600t (Agricultura Estado de México)
- En 2016 la SADER estimó que se producían nacional superaba las 15,000t.
- Los principales estados productores son:
Estado de México, Hidalgo, Ciudad de México, Puebla, Querétaro, Michoacán, Jalisco y Guanajuato.

OPORTUNIDADES DE LA CUNICULTURA

Existe una demanda calidad 30 toneladas semanales y una potencial de 80 toneladas semanales por cubrir en productos transformados. Para estar en condiciones de atender se quiere infraestructura productiva, investigación y desarrollo en genética y alimentación. Finalmente, una campaña de marketing para visibilizar las fortalezas de la carne de conejo.

UPC

01

Al organizar las UPC se puede atender la demanda bajo un modelo de producción consolidada, a partir de una integración productiva con base a las BPPC.

02

Se puede elevar los ingresos de los cunicultores si se integran a un esquema organizado por criterios de inocuidad y gestión de la calidad.

PLANTA TIF

03

Es la pieza clave para vender productos en todos los mercados formales del país y del mundo.

04

El Modelo de Negocio es la transformación de productos procesados: guisos, embutidos y alimento para mascotas.

COMERCIALIZACIÓN

05

Se requiere mejorar la normatividad y regulación aplicable para el fomento de la comercialización: **esquemas de trazabilidad y registros digitales.**

06

Hay que reducir al intermediario mediante aplicaciones digitales que acerquen al productor con el consumidor.

VENTA / CONSUMO

07

Difusión de las propiedades de la carne entre las **personas enfermas, físicamente activas** infantes y adultos mayores.

08

Hay un mercado potencial gourmet y secundario para otras industrias a desarrollar si se fomenta la industrialización rural.

MERCADO TOTAL DISPONIBLE

Mercado Total Disponible (TAM) = Es la demanda total anual de un producto o servicio a nivel global. Representa el volumen máximo de ingresos que podrías generar si alcanzaras el 100% de cuota de mercado.

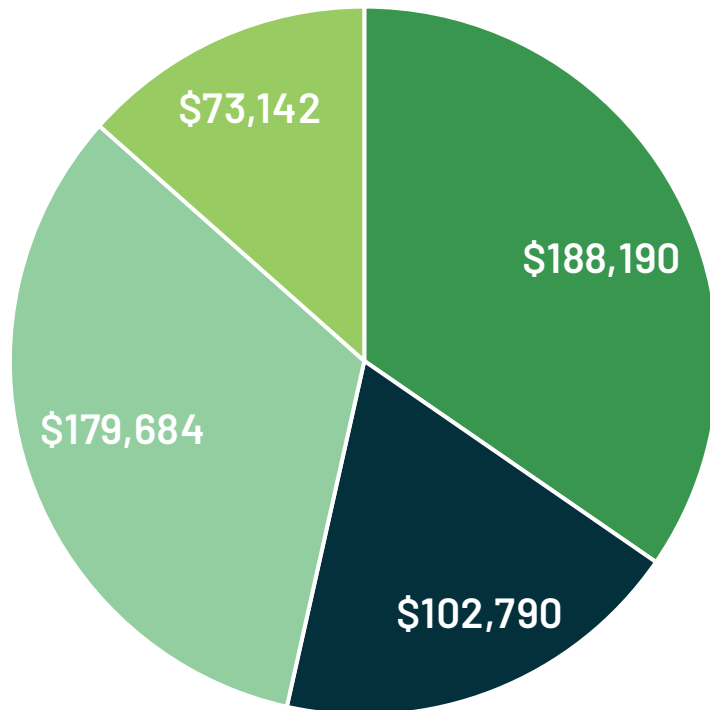
Mercado Disponible Servible (SAM) = Es el segmento del TAM al que la empresa puede llegar de manera realista con su modelo de negocio, capacidades logísticas, regulaciones y estrategia geográfica.

Valor del segmento alimentario en México

Cifras en millones de pesos

\$543,806

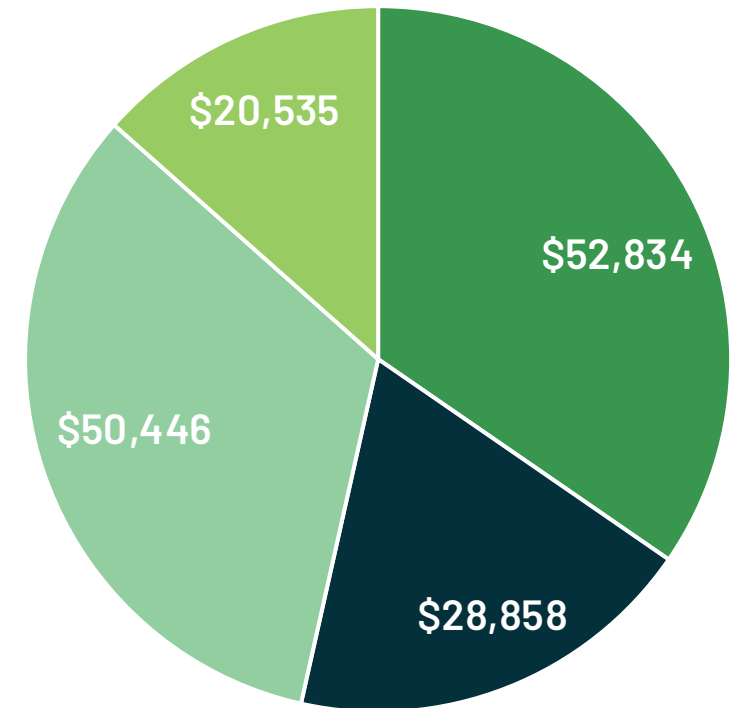
- Carne de res
- Carne de cerdo
- Carne de pollo
- Carnes frías y Embutidos



FUENTE: Elaboración propia con datos de la COMECARNE 2024.

Valor del SAM en el Área Metropolitana

Cifras en millones de pesos



Mercado Potencial Servible (SOM) = Es la porción realista y alcanzable del SAM que puedes capturar en un plazo corto o medio (normalmente en los primeros 1-3 años). Tiene en cuenta la competencia actual, los recursos limitados de la empresa y la estrategia de entrada al mercado.

MERCADO POTENCIAL POR PERFILES DE CONSUMO

01

- **10.4 millones de consumidores** que tienen enfermedades crónicas y degenerativas.
- **6.8 millones de consumidores** deportistas.

SUPUESTOS

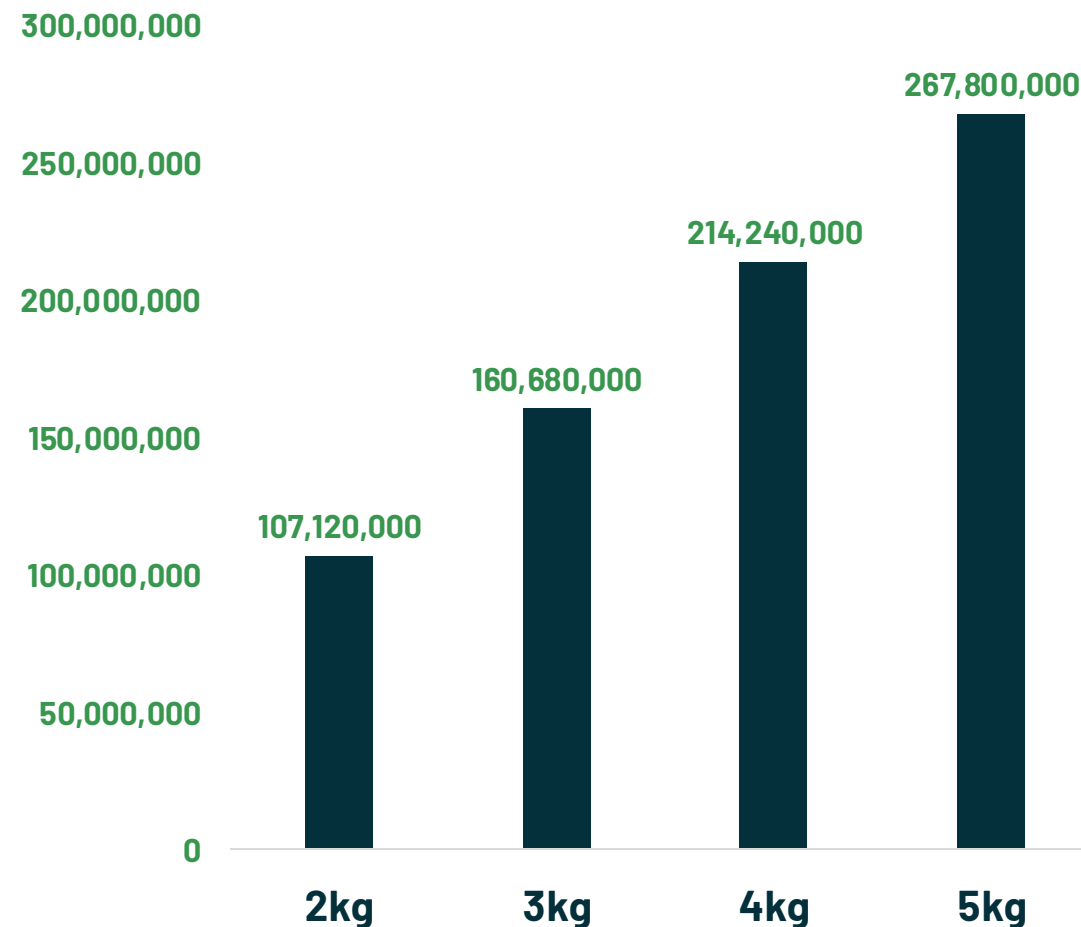
02

- Si consumen el **2.5 %** las personas enfermas y físicamente activas.
- **Personas Enfermas** = 104,000
- **Personas Físicamente activas** = 102,000

Cientes anuales estimados:
206,000 personas

RESULTADOS

Tendencia de consumo en los siguientes años
kg per cápita anuales

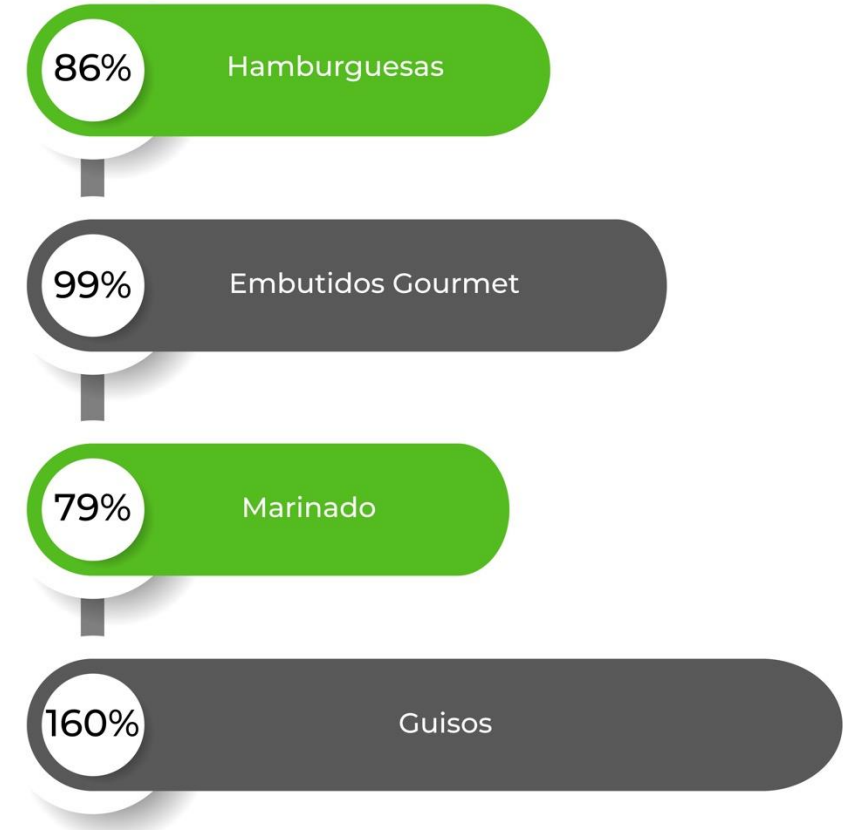


ANÁLISIS Y RENTABILIDAD

Comparativo de ventas por tipo de productos en el primer año



Rentabilidad por tipo de productos



CONCLUSIONES

CONCLUSIÓN GENERAL

Para desarrollar la cunicultura en las regiones productoras del Estado de México se requiere, ante todo, información precisa, capacidad de monitoreo, seguimiento y planeación productiva de las Unidades de Producción Cunícola, por lo que lo recomendable es tener un censo de las granjas a partir de BPPC.

Proceso de Producción

Consolidar la producción con un enfoque de Innocuidad, Calidad y BPPC para el fortalecimiento de la cunicultura, de empleos, fomento del emprendimiento femenino y reconocimiento de la actividad en la contabilidad agropecuaria.

Proceso de Manufactura

Con la construcción de la Planta TIF se está en condiciones de desarrollar la cunicultura en todo el Estado, atender la demanda existente y fomentar el consumo de la proteína cumpliendo la regulación y normatividad aplicable.

Proceso de Circulación

Una aplicación digital que posibilite el rastreo de la producción primaria e industrial con el consumo. permitirá reducir el intermediarismo y conducirá a incrementar el consumo local, sin la necesidad de tener una industria.

Proceso de Consumo

Hay que hacer una estrategia de marketing de la carne de conejo con un enfoque de las propiedades nutrimentales en los segmentos de personas enfermas y físicamente activas.

TRAZABILIDAD

**Por la ciencia que nos
permite mirar lo humano
entre la esfera de lo rural
y urbano**

¡GRACIAS!

Elaborado por AZORU, A.C.



CONTACTO



www.azoru.org



avalencia@azoru.org



[+52 712 141 2244](tel:+527121412244)