

## LA PREVALENCIA DE SALMONELLA EN PONEDORAS SIGUE BAJANDO

El pasado 27 de junio la Dirección General de Sanidad del MAGRAMA, al presentar los resultados de los programas de control sanitario del año 2015 en la ganadería española, ha indicado que la prevalencia de salmonelas en ponedoras sigue reduciéndose por debajo del objetivo marcado por la UE del 1 %, quedando en el 0,72 % el pasado año en España. Las reproductoras ligeras volvieron al 0 % de prevalencia en 2015 para las 5 salmonelas de control oficial en estas aves.

El Director General de Sanidad, Valentín Almansa, insistió en que se mantienen ligeras diferencias entre los datos de los autocontroles y los del control oficial, que entiende que no deberían producirse, y llama la atención del sector para que mantenga el mayor rigor en la realización y comunicación de los controles sanitarios.

También ha insistido en la importancia de que los productores dispongan de toda la información sanitaria de sus aves, incluida la vacunación obligatoria contra salmonela, y la comu-

nicquen al laboratorio de control sanitario para que se refleje el cumplimiento del Programa Nacional de control.. Estos datos son cada vez más relevantes en las relaciones comerciales con países importadores de animales y huevos españoles, por lo que es importante registrarlos adecuadamente. •



## EL GRUPO DE EXPORTACIÓN DE TRABAJO DE INPROVO DEBATE LA ESTRATEGIA SECTORIAL

El 28 de junio se reunió el Grupo de trabajo de exportación, que ha analizado la situación del comercio exterior de huevos y acordado establecer una estrategia sectorial para avanzar en la internacionalización del sector.

Con los datos estadísticos de comercio mundial se han detectado los mercados que pueden ser de interés para iniciar o ampliar las operaciones de exportación. Para ello se elaborará en los próximos meses un plan de trabajo con las acciones a desarrollar y el

presupuesto estimado, que ayudará a definir cuáles cometer y en qué plazos.

En relación a la apertura de nuevos mercados, se informó sobre la publicación del certificado de exportación a Marruecos de huevo en cáscara español. Dado que este país está afectado por el virus de influenza aviar no declarable - de baja patogenicidad -, se recomienda la máxima precaución a todos los operadores en los intercambios comerciales para evitar la entrada del mismo en España. •

### EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES A LOS 10 PRINCIPALES PAISES

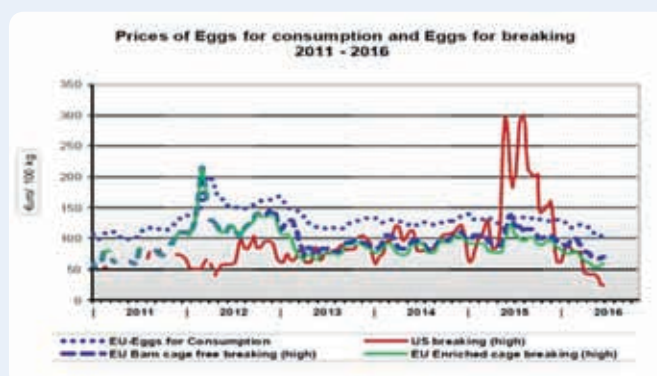
	2013			2014			2015			Ene-Abr 2016		
	Valor	% Total	% Inc.	Valor	% Total	% Inc.	Valor	% Total	% Inc.	Valor	% Total	% Inc.
Israel	564,14	1,0	0,0	1.104,43	1,9	95,8	9.403,09	9,0	787,0	6.966,04	22,0	754,7
Francia	13.595,61	23,2	-51,1	11.848,97	20,7	-12,8	16.203,85	15,5	36,8	5.177,92	16,3	-25,4
Estados Unidos	0,00	0,0	0,0	0,00	0,0	0,0	33.032,02	31,6	0,0	4.519,54	14,2	0,0
Países Bajos	1.945,45	3,3	23,3	6.786,03	11,8	248,6	4.639,05	4,4	-15,9	2.917,04	9,4	20,8
Italia	16.652,58	28,5	18,4	12.884,30	22,1	-23,8	10.010,37	9,6	-21,1	2.687,83	8,4	-32,3
Reino Unido	5.384,51	9,2	-11,1	3.141,17	5,5	-41,7	4.899,16	4,7	54,1	1.610,92	5,1	-17,1
Mauritania	2.128,20	3,6	2.470,6	1.628,71	2,8	-23,5	2.072,95	2,0	27,3	1.516,02	4,8	86,1
Portugal	8.247,72	14,1	-34,1	7.010,24	12,2	-14,9	7.852,36	7,5	11,9	1.278,46	4,0	-43,5
China-Hong-Kong	0,00	0,0	0,0	1.007,00	1,8	0,0	1.733,28	1,7	72,1	876,92	2,8	2,8
Senegal	0,00	0,0	0,0	0,00	0,0	0,0	0,00	0,0	0,0	573,04	1,8	0,0
Subtotal	48.519,21	82,9	-21	45.219,85	78,8	-6,8	89.856,17	85,9	104,5	28.206,33	88,0	41,4

## LOS PRECIOS DEL HUEVO SIGUEN BAJANDO EN EL MERCADO MUNDIAL

En su reunión mensual del Comité de gestión de productos animales, la Comisión Europea presentó una situación del mercado del huevo poco optimista.

Los precios en la UE están en su nivel más bajo de los últimos años, pero no son mejores en EE.UU., India o Brasil. La rápida recuperación de la cabaña de ponedoras en EE.UU. y el sobreabastecimiento consiguiente han provocado una caída de precio del huevo por debajo de los de 2012.

En este contexto la UE sigue aumentando sus exportaciones, que hasta el mes de abril crecieron casi un 8% en volumen respecto del 2015, y el doble en valor. Tras la reducción drástica de las compras de EE.UU. Suiza es el mayor comprador de huevos de la UE. •



## LOS PRODUCTORES DE HUEVOS DESPIDEN CON ÉXITO LA CAMPAÑA "EL HUEVO, DE ETIQUETA"

- Durante dos años han respondido a las dudas de consumidores y estudiantes de toda España sobre el camino del huevo desde la granja hasta la mesa
- La encuesta "Huevómetro" revela que ha mejorado el conocimiento de los españoles sobre el mercado y el etiquetado de este alimento básico en la cocina

La campaña de información "El huevo, de etiqueta", desarrollada por INPROVO y cofinanciada por la Unión Europea y el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, llega a su fin tras dos años de intenso trabajo. En este tiempo, los productores y profesionales del sector han recorrido la geografía española para explicar cómo se producen los huevos de gallina en la UE y las elevadas exigencias del modelo europeo.

En 2014 la encuesta "Huevómetro", realizada por INPROVO para medir el conocimiento de los españoles sobre el marcado y etiquetado del huevo, mostró que la mayoría relacionaba de forma errónea el código de la cáscara con la fecha de consumo preferente y tan sólo un 2% lo identificaba correctamente con el sistema de producción y la granja de la que procede el huevo. La encuesta también mostraba que los productores son una de las fuentes más fiables de información para los españoles. Por ello se diseñó la campaña "El huevo, de etiqueta", con el objetivo de que los profesionales del sector explicaran las características del Modelo Europeo de Producción, el significado del código impreso en la cáscara y el etiquetado, y cómo se garantiza que los huevos que ponen en el mercado son de calidad, frescos y seguros.

El presidente de INPROVO, Medín de Vega, afirma que "es necesario dar importancia al trabajo de todo un sector profesional pionero en la implantación de normas sobre bienestar y sanidad animal, seguridad alimentaria y medio ambiente. Los productores



Europeos aplicamos desde hace años el modelo más exigente del mundo. Si no lo contamos nosotros, nadie imagina que para poner un huevo en el mercado aplicamos más de 70 normas. La campaña pretende que los españoles sean conscientes del esfuerzo que hay detrás de cada huevo que consumimos". Dos años después, la última oleada del "Huevómetro" muestra que la campaña de información de INPROVO ha aumentado el porcentaje de consumidores que conoce el significado del código del 11,3% en 2014 al 26,4% en 2016, si bien el número de personas que lo interpreta correctamente sólo creció del 2% al 3,4%. En 2014 un 70% de los encuestados relacionaba el código con el sistema de producción o la granja de origen. Hoy ese porcentaje ha aumentado hasta el 76%. Navarra, País Vasco, Asturias, Galicia, Murcia, Comunidad Valenciana y Canarias están por delante, con más del 80%. INPROVO seguirá trabajando para que esta cifra mejore en el resto de regiones. Por otra parte, un 40% de españoles ya sabe que existen normas que garantizan la sostenibilidad de la producción de huevos, frente al 29% de 2014.

"El huevo, de etiqueta" ha contado con un presupuesto de 1,1 millones de euros. Fue la única aprobada por la Unión Europea para España en esa convocatoria de ayudas a la promoción, y la única que ha explicado la producción y el etiquetado del huevo comunitario. Inprovo ya realizó una campaña informativa tras la entrada en vigor de la obligación de marcar cada huevo en 2004.

### Los productores, protagonistas de la campaña

En el camino que recorre el huevo desde la granja a la mesa intervienen muchos profesionales: productores, granjeros, veterinarios, nutricionistas, técnicos de calidad,... Ellos han sido los protagonistas de la campaña, participando en más de 100 encuentros informativos por toda España con consumidores, estudiantes y medios de comunicación a los que han explicado su trabajo en las granjas y centros de embalaje, las garantías que el Modelo Europeo ofrece al consumidor y cómo interpretar el marcado y etiquetado del huevo para realizar una compra informada. Han sido además los primeros sorprendidos por el interés que generan el huevo, las granjas y las gallinas, ya que han respondido a numerosas dudas y preguntas en cada encuentro.

"El huevo, de etiqueta" explica a los consumidores el significado del código impreso en la cáscara y de la información del etiquetado. Ambos permiten la trazabilidad del huevo - herramienta de control de la seguridad alimentaria para productores y autoridades - y ayudan al consumidor a elegir el que mejor se ajusta a sus preferencias en cada momento. Además, en su web ([www.elhuevoDETiqueta.eu](http://www.elhuevoDETiqueta.eu)) y en las redes sociales se ha establecido un diálogo continuo con los ciudadanos para ofrecer información útil, contenidos audiovisuales y toda la actualidad de la campaña. Estos canales continuarán disponibles para los interesados al finalizar la campaña..



Medín de Vega y Mar Fernández, presidente y directora de INPROVO.

### Un sector moderno y competitivo

En los últimos años el sector de la avicultura de puesta ha realizado grandes esfuerzos en mejorar la sanidad y el bienestar animal, la seguridad alimentaria y la protección del medio ambiente, aplicando el Modelo europeo de producción, que es un referente mundial. La campaña "El huevo, de etiqueta" ha puesto cara a los profesionales que cada día ponen a disposición del consumidor huevos frescos, seguros y sanos. "Para INPROVO, esta campaña es un ejercicio de transparencia y responsabilidad", afirma su presidente, Medín de Vega. "Los productores se esfuerzan en hacer bien su trabajo y queremos que los consumidores lo sepan. Esta ha sido una oportunidad única para consolidar la imagen del huevo producido en la Unión Europea como un alimento excelente y seguro.", sostiene el presidente de INPROVO. •

## LA ASOCIACIÓN AVÍCOLA DE CARNE EUROPEA PUBLICA LA GUÍA EUROPEA DE TRANSPORTE DE AVES

El documento, publicado el pasado marzo, tiene en cuenta la sanidad y el bienestar de las aves de corral durante el transporte, con especial atención al de pollos desde la granja hasta el matadero.

En la última reunión de la asociación EUWEP -Unión Europea de Mayoristas de Huevos, Aves y Caza- el representante británico informó del interés que estaba despertando el estado de las gallinas de desvieje enviadas a sacrificio, y en particular, las fracturas y las lesiones en el hueso de la quilla, que han sido objeto de un programa de seguimiento a la llegada al matadero. Se prevé que en adelante este dato forme parte de un sistema de valoración del bienestar animal en granja que puede tener consecuencias comerciales si no se consigue una puntuación óptima en los distintos apartados recogidos -emplume, picaje, lesiones, fracturas, etc.-.

Cobra así cada vez mayor importancia el bienestar animal y el manejo de las aves ponedoras, tanto en la granja como durante la despoblación y el transporte al matadero, como factor de relevancia comercial. Puede descargarse la guía de buenas prácticas de manejo y bienestar animal en granjas avícolas de puesta, de ASEPRHU. •





## INDICADORES ECONÓMICOS DEL SECTOR DEL HUEVO EN ESPAÑA

Los datos anticipados por el Ministerio de Agricultura sobre el sector del huevo en 2015 estiman un volumen de facturación de 924,4 millones de euros, un 2,8 % inferior al de 2014. La producción de huevos representa un 5,8 % de la producción final ganadera y un 2,1 % de la total agraria. Los volúmenes de producción de huevos estimados son 840.700 t, de las que 67.300 t son para incubar y el resto, 773.400 t, se consideran de consumo.

La media de precio del huevo en origen el pasado año se situó en 102,59 €/100 kg, un 3,44 % por debajo de los del año precedente. El precio de venta al consumidor - media del precio de los diferentes canales, según datos del Observatorio de Precios de los Alimentos - estaba en 1,44 €/docena en 2014 y 1,42 €/docena en 2015 para la categoría M -un 1,4% menos-.

El censo de gallinas ponedoras españolas en granjas comerciales alcanzó los 41,266 millones de cabezas, un 5,3 % más que en 2014, y la producción de huevos estimada aumentó en el mismo porcentaje, hasta los 1.097 millones de docenas. La proporción de gallinas produciendo en sistemas sin jaula aumentó del 6,8 al 8,3 % en el último año.

Los datos provisionales de 2105 muestran un balance del sector con un 120 % de autoabastecimiento y un dato interesante: el

consumo aparente -que incluye el de los hogares y el extracomunitario- se recupera en los dos últimos años -2014 y 2015-, hasta casi alcanzar las 671.000 t. Supone pasar de los 14 kg *per cápita* en 2013 a 14,3 y 14,4 kg *per cápita* respectivamente en 2014 y 2015, un 2,9 % de incremento total.

Los datos de exportaciones del sector en 2015 son muy relevantes. En el comercio intracomunitario, además del crecimiento considerable de la exportación de los huevos de incubar, cuyo volumen supera por primera vez a la exportación de huevos de consumo, se observa una tendencia decreciente en la exportación de estos últimos a nuestros destinos habituales en Europa (ver cuadro 1).

Este descenso no se compensa con la exportación a países terceros, aunque en 2015, gracias a las ventas de huevos a EE.UU. marcaron un hito histórico (ver cuadro 2).

En la UE los principales datos del sector en 2015 son:

- 7,572 millones de t de producción total, de las que 902 son para incubar -un 2,7 % más con respecto al 2014-
- 6,670 millones de t. de huevos consumidos -un 2,5 % de aumento-
- 13,1 kg de consumo total aparente -un 2,3 % más-
- 104,9 % autoabastecimiento.

### EXPORTACIONES ESPAÑOLAS HACIA LA UNIÓN EUROPEA EN EL SECTOR DE LOS HUEVOS SEGÚN TIPO DE PRODUCTOS (toneladas sin hacer la equivalencia a huevo cáscara)

Años	H. incubar	H. consumo	Yemas huevo	H. sin cáscara	Ovoalbúminas	Total
2008	10.396	103.916	3.096	20.046	6.599	144.053
2009	7.552	119.156	3.915	17.161	6.258	154.042
2010	6.134	110.773	2.995	11.893	1.942	133.737
2011	2.978	86.759	16.991	26.304	6.374	139.406
2012	29.335	52.083	3.865	13.957	6.197	105.437
2013	38.164	49.150	8.334	15.310	7.478	118.436
2014	30.441	43.511	12.137	15.015	7.662	108.766
2015	42.922	41.876	16.037	14.780	7.212	122.827

Cuadro 1.

### EXPORTACIONES ESPAÑOLAS EXTRACOMUNITARIAS EN EL SECTOR DE LOS HUEVOS SEGÚN TIPO DE PRODUCTOS (toneladas sin hacer la equivalencia a huevo cáscara)

Años	H. incubar	H. consumo	Yemas huevo	H. sin cáscara	Ovoalbúminas	Total
2008	2.697	3.924	73	223	1	6.918
2009	2.852	1.854	11	158	1	4.876
2010	3.533	2.692	354	462	1	7.042
2011	3.006	3.298	315	290	1	6.910
2012	3.542	946	423	108	7	5.026
2013	5.059	7.078	138	141	3	12.419
2014	5.940	10.406	104	214	6	16.670
2015	6.220	42.450	278	441	8	49.397

Cuadro 2.

