

CRECE EL CONSUMO DE HUEVOS EN LOS HOGARES

Información facilitada por INPROVO



Abarcando desde el mes de agosto del 2011 a julio del 2012, el panel de consumo alimentario hecho público recientemente por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente -MAGRAMA- muestra que el consumo de huevos de los hogares en España ha aumentado un 2,4% con respecto al mismo período del año móvil anterior. En lo referente al gasto, el aumento ha sido superior, representando un 10,4% debido a la subida del precio medio en estos meses -el 7,8%-, situándose en los 0,13 €/unidad.

Según este estudio, el consumidor medio son hogares de familias con hijos de mediana edad y mayores, así como hogares de jubilados. En general el responsable de la compra tiene más de 50 años y habita en poblaciones pequeñas y medianas -hasta 10.000 habitantes.

Los hogares con menor consumo de huevos son los formados por parejas con hijos pequeños, que como media consumen 80,93 huevos per cápita, lo que representa 51,58 unidades menos que la media nacional. Sin embargo son los hogares que más

incrementaron su consumo medio, un 4,7% más con respecto al año móvil finalizando en julio del 2011. Por el contrario, los hogares compuestos por jubilados fueron los más consumidores, con 216 huevos por persona y año, aunque en el último año considerado redujeron su consumo un 1,7%.

Las CCAA que más huevos consumen son Cantabria, Castilla León y Navarra, y en el extremo opuesto están Canarias y Cataluña.

El 97,4 de los huevos consumidos en los hogares son de gallina, de los cuales un 10,6% tienen su origen en sistemas alternativos, aunque en el período considerado estos últimos han reducido su papel en un 3,9%, mientras que aumentó en un 2,8% el de huevos de gallinas no alternativas.

Por último, se observa un descenso progresivo del consumo de huevos desde 2008. No así de sus precios medios, que durante los dos últimos años se mantuvo estable, aunque a partir de enero pasado han aumentado de valor -figura 1.

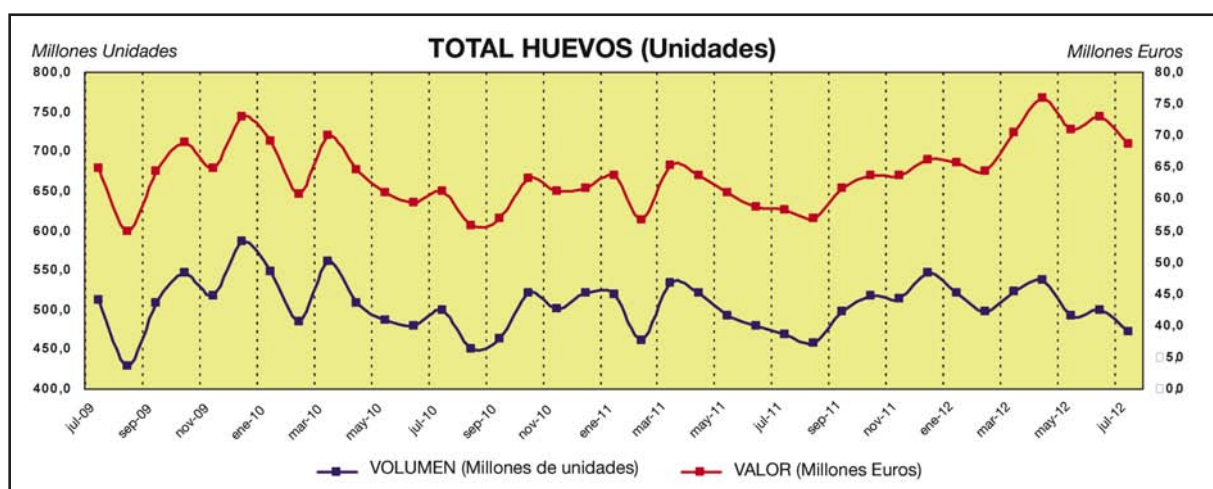


Fig. 1. Evolución mensual del gasto y el valor total de las compras de huevos en España.

En cuanto al lugar de compra de los huevos por los hogares, en la figura 2 se muestra el peso del volumen de los canales de distribución en el año móvil considerado y su evolución con respecto al anterior. Como puede verse, casi 7 de cada 10 huevos han sido adquiridos en el canal dinámico - hiper + super + tiendas de descuento -, siendo el supermercado el que más peso tiene. También se observa que en el último año estos dos últimos canales vieron aumentar en un 5,9 % sus ventas y que, por el contrario, el resto de canales y las tiendas tradicionales perdieron un 3,2 % y un 3,0 %, respectivamente. ●

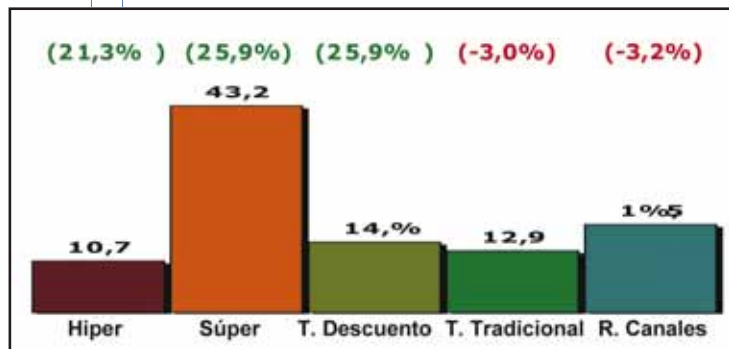


Fig. 2. Lugares en donde se han comprado los huevos por parte de los hogares españoles.

EL ANTEPROYECTO DE LEY DE LA CADENA ALIMENTARIA DEL MAGRAMA, A ESTUDIO

El Consejo de Ministros del pasado 19 de octubre aprobó el anteproyecto de Ley de la Cadena Alimentaria, que prevé aumentar la eficacia y competitividad del sector agroalimentario español y reducir el desequilibrio en las relaciones comerciales entre los diferentes operadores de la cadena de valor, en el marco de una competencia justa que redunde en beneficio del sector y los consumidores.



La Ley contempla un modelo mixto de regulación y autorregulación de las relaciones comerciales entre los agentes de la cadena, e incluye la obligación de formalizar por escrito los contratos en determinadas condiciones. También prohíbe cambiar las condiciones del contrato salvo por mutuo acuerdo, y los pagos adicionales, salvo los de promoción comercial pactados. También se prohíbe exigir información comercial sensible sobre los productos, salvo que se deriven de la relación comercial entre operadores y se destine exclusivamente a los fines para los que se facilitó, respetando la confidencialidad. Se regula la gestión de las marcas, propias o de otros operadores, con respeto a la leal competencia. Las subastas electrónicas se someten a requisitos de transparencia, libre acceso y no discriminación.

ASEPRHU, junto con la FIAB -Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas- ha analizado a fondo su contenido para hacer las propuestas de mejora correspondientes antes de su aprobación, pero en principio apoya la iniciativa de crear un marco transparente para dirimir conflictos, similar al británico, con una Administración que tenga capacidad de acción. También destaca que el origen de esta ley es un reconocimiento por la UE de prácticas abusivas y anticompetitivas que distorsionan el funcionamiento de la cadena, ponen en peligro su sostenibilidad económica y perjudican a operadores y consumidores. La Comisión Nacional de la Competencia -CNC- elaboró en el 2011 un informe sobre las relaciones entre los fabricantes y los distribuidores alimentarios que advertía sobre algunas prácticas abusivas y anticompetitivas, como los pagos comerciales fijados unilateralmente por los distribuidores, la retroactividad de las condiciones pactadas y el no recoger por escrito las condiciones contractuales de la relación comercial y el tratamiento de la información sensible. FIAB aboga por un marco equilibrado, lógico y justo, especialmente en un momento difícil en el mercado nacional. ●

SOLUCIONES INTEGRALES PARA LA INDUSTRIA AVÍCOLA

INGENIERÍA AVÍCOLA, S.L.

C/ Diego de Astudillo, 10-12
47151 Boecillo (Valladolid)

Tlfno 983 548371/72
Fax 983 548344

info@ingenieriaavicola.com
www.ingenieriaavicola.com