

• Producción de Huevos

# EL SECTOR DEL HUEVO MUNDIAL CONFIRMA EN LISBOA SU **VOCACIÓN DE CRECIMIENTO**



Información facilitada por INPROVO



Durante los días 12 al 14 de abril, Lisboa se convirtió en el epicentro del sector mundial del huevo al concentrar a casi 300 asistentes para debatir sobre el mismo y sus retos para el futuro. El Presidente de la IEC –International Egg Commission–, el mejicano César de Anda, convencido de que el huevo será el alimento más importante para el mundo en 2050, animó a los asistentes a trabajar con este objetivo.

Tras la presentación de la Ministra de Agricultura de Portugal, que inauguró la Conferencia, la IEC inició dos jornadas de intenso trabajo, en las que se repasó la situación y consecuencias de la expansión de la influenza aviar en varios continentes, los retos del sector en cuanto a la sostenibilidad, el bienestar animal y la globalización, y se presentaron las actividades de la Comisión en diversas áreas de trabajo.

Después de trabajar más de 50 años en el desarrollo mundial del sector del huevo, los distintos proyectos que la IEC ha puesto en marcha se van a unir bajo un nombre común: la Organización Mundial del Huevo –World Egg Organization–. En ella están:

- La Fundación Internacional del Huevo –en inglés, IEF–, entidad benéfica independiente cuyo objetivo es incrementar la producción y el consumo de huevos en países en vías de desarrollo, y mejorar la nutrición facilitando la disponibilidad de una fuente proteica de alta calidad.
- El Consorcio Internacional Nutricional del Huevo y la Nutrición –en inglés, IENC–, que recopila y difunde los últimos trabajos de investigación y documentación divulgativa sobre aspectos nutricionales en los diferentes países, para impulsar la información y comunicación sobre este alimento.
- La IEC, que agrupa a las organizaciones y empresas del sector y promueve su presencia en los foros y organismos mundiales para defender el papel del huevo en la economía, la salud y el desarrollo. La IEC se expandirá próximamente con dos oficinas nuevas en Asia y América.

Las ponencias de la IEC están disponibles para los socios de INPROVO que se interesen por ellas. Entre las más destacadas de la Conferencia, en la parte de producción destacó la investigación sobre la sostenibilidad de la producción de huevos en sistemas de baterías y en el suelo, realizada en EE.UU., la de la responsable de

César de Anda, presidente de la IEC.



Peter Van Horne durante su ponencia.

los servicios veterinarios de los Países Bajos para explicar su gestión de los recientes brotes de influenza aviar en su país, y los posibles cambios legislativos sobre el recorte de picos y los pollitos macho recién nacidos.

En cuanto a la industria de ovoproductos, Sara Gibbins, de Noble Foods -Reino Unido- presentó los resultados de un estudio realizado en el 2013 sobre los efectos de la globalización en el sector. Destacó tres pilares para que la industria siga teniendo éxito en el futuro:

1. La comunicación: presentar el producto al consumidor de modo que lo perciba como algo positivo en su dieta y vida diaria es algo fundamental.
2. La innovación: los huevos ya no son solo un elemento clave para la industria alimentaria, sino que hay más oportunidades ahí fuera, como las industrias farmacéuticas o la cosmética.
3. La colaboración: es necesario que los productores, los procesadores y, en general, los miembros de la industria alimentaria trabajen juntos para hacer más fuerte al sector, porque "al trabajar juntos se llega a donde se necesita llegar, más lejos y más rápido".

También fue muy novedosa la presentación de la Dra. Marianne Hammershoj, de Dinamarca, sobre las investigaciones más recientes en materia del procesado y funcionalidad del huevo y sus diferentes aplicaciones futuras.

La clausura del evento estuvo a cargo del Secretario de Estado de Alimentación e Investigación Agroalimentaria de Portugal, Nuno Brito y la próxima reunión de la IEC se celebrará entre el 20 y el 24 de septiembre en Berlín. •

## ÉXITO EN LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DEL HUEVO EN MUY DISTINTOS PAÍSES

En la reunión del Comité de Comercialización de la IEC se presentaron los casos de éxito de varios países que están invirtiendo, mediante la recaudación de fondos propios, en la promoción colectiva del huevo como alimento y su consumo.

Así, Estados Unidos, pionero en iniciativas de este tipo, ha logrado un crecimiento de la demanda de 14 huevos per cápita en 4 años, incluso con precios altos, ya que la mayor demanda se ha traducido en subidas de precios en origen y para el consumidor. Comunican sobre el huevo y sus cualidades nutricionales, además de tratar la importancia y el papel de los productores para la sociedad, mejorando su imagen y construyendo una percepción positiva de la actividad de producción de huevos. Además, han grabado un anuncio con el actor Kevin Bacon, que ha logrado ser viral y aumentar el consumo en apenas dos semanas de emisión. Están haciendo un esfuerzo por ordenar el etiquetado y hacerlo más claro y enfocado en los aspectos nutricionales -la mitad del estuche- y la información que busca el consumidor. Más información en su web.

Por su parte, el Reino Unido ha invertido cantidades importantes en la promoción y en la marca Lion Egg a través de campañas de televisión, logrando un repunte del consumo de un 2% anual.



Dinamarca también ha aumentado el consumo de huevos más del 60% desde el año 2000, gracias a su presencia en anuncios de televisión y revistas, además de la realización de acciones de relaciones públicas con grupos de población específicos.

En Sudáfrica, los Países Bajos, Canadá y Francia también han puesto en marcha acciones publicitarias, con buenos resultados.

Méjico tratará de reactivar el consumo tras la influenza aviar que han sufrido, con una campaña (\*). Austria hace énfasis en la campaña de los huevos decorados de Pascua, período en el que se vende el 5% del consumo anual. Argentina hace promoción en restaurantes en torno al Día Mundial del Huevo, y también presentaciones en hospitales y centros de formación, con nutricionistas del Centro de Información del Huevo.

Finalmente, España presentó su campaña "El Huevo, de Etiqueta", de información sobre la producción, el marcado y etiquetado del huevo que, desde que comenzó el pasado septiembre, está recibiendo una acogida muy buena tanto por parte de los consumidores como de los medios de comunicación. •

(\*) N. de la R.: Ver la noticia publicada en este mismo número acerca de la reaparición de la enfermedad en Méjico.



## REUNIÓN DEL SECTOR DEL HUEVO CON EL MINISTERIO DE AGRICULTURA



El pasado 15 de abril la Subdirectora de producciones ganaderas del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente –MAGRAMA– convocó al sector y le presentó los últimos datos estadísticos, ya comunicados a la UE, sobre los censos de ponedoras y su distribución por sistemas de producción. Con un total de 1.093 granjas dadas de alta en el REGA y 39.181.613 gallinas en 2015, supone un 6% más de granjas, sobre todo en sistemas alternativos, así como un 2% más en el parque de ponedoras que en el 2014.

Los técnicos del Ministerio presentaron el resumen de la situación que elabora la UE y que ofrece una situación mucho más halagüeña de la que sufre el sector español. Las diferencias de precios entre la media de la UE y España se han acentuado en las últimas semanas, alcanzando el 37%, algo que no es fácilmente aceptable en un mercado único de un producto sin transformar como el huevo.

Sobre este tema INPROVO solicitó al MAGRAMA que pregunte a los países que dan datos de precios más elevados si son datos de transacciones reales, como indica la norma de la UE. La situación es especialmente curiosa en Italia, Eslovenia e incluso Croacia, con precios que duplican a los españoles. Los datos sirven para que la Comisión Europea evalúe la situación del sector, la compare con los precios de mercado de países como EE.UU. y Brasil y calcule los márgenes de la actividad, por diferencia entre los ingresos y

los costes del pienso, lo que INPROVO considera que no muestra la realidad, ni favorece que puedan pedirse las medidas que corresponda adoptar ante las dificultades ya que no se reflejan en las estadísticas sectoriales.

El MAGRAMA presentó los resultados del plan de inspección de 2014 para valorar el grado de cumplimiento de las normas sobre trazabilidad, etiquetado y registros de los huevos y subproductos en las granjas y centros de embalaje. Se valoró positivamente el esfuerzo realizado, pero no ofrecieron datos relevantes sobre las incidencias detectadas. Se anunció que probablemente se mantendrán los controles en años sucesivos para tratar de identificar los puntos de incumplimiento y disuadir a los infractores. Sobre este punto, AVIALTER insistió en que se tome una decisión por parte del Ministerio y presentó una propuesta para cambiar la norma española que permite la exención del marcado de huevos en la granja para que no se produzcan incidencias en la comercialización de huevos alternativos. Las organizaciones del sector responderán en unos días al Ministerio con sus propuestas.

Sobre las incubaciones, se han publicado las del mes de febrero, y alcanzan en los dos primeros meses del año las 5.739.072 pollitas repuestas, lo que significa un 16% más que en los mismos meses de 2014. •

## LOS ESTADOS DE LA UE DECIDIRÁN SOBRE EL USO DE OMG EN ALIMENTOS Y PIENSOS

El pasado 22 de abril la Comisión Europea ha presentado el resultado de su revisión del proceso de toma de decisiones para la autorización de los organismos modificados genéticamente –OGM– como alimentos y piensos. Esta revisión tiene su origen en las orientaciones políticas presentadas al Parlamento Europeo en julio de 2014, a partir de las cuales se eligió a la actual Comisión.

La revisión confirma la necesidad de efectuar cambios que reflejen los puntos de vista de la opinión pública y permitan que los Gobiernos nacionales tengan más peso en el proceso de toma de decisiones acerca del uso de OGM autorizados en la UE para el consumo de los animales –piensos– o de las personas –alimentos–. Como resultado de esta revisión, la Comisión propone que se modifique la legislación a fin de conceder a los Estados miembros más libertad para restringir o prohibir en su territorio el uso de OGM autorizados en la UE en alimentos o piensos.

Los productores agrícolas de España e Italia –unos países grandes deficitarios en materias primas como maíz y soja para alimentación animal– han manifestado su enorme preocupación por la ruptura del mercado único y los enormes costes que supondrá esta decisión. Han estimado que si se produjera el bloqueo a la soja modificada genéticamente, sería INVIABLE la sustitución de las importaciones por soja convencional debido a la falta de disponibilidad de esta materia prima para la fabricación de piensos. Esto produciría un aumento en los precios de las habas de soja y la harina de soja del 291% y el 301%, respectivamente, y un incremento en el coste de los ingredientes para la producción de piensos para vacuno, porcino y las aves del 49%, 54% y 85%, respectivamente. El incremento en el precio de la soja tendría un impacto final en el coste de producción de los huevos y las carnes de ave, de cerdo y de vacuno de un 7,1%, 8,0%, 8,1% y 4,6%, respectivamente. •

