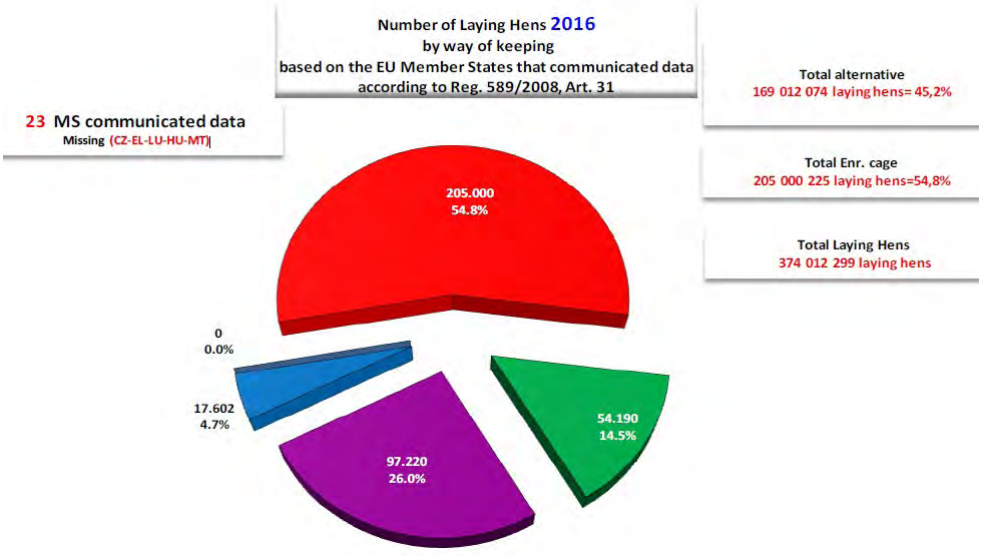
EL SECTOR DEL HUEVO EN LA UE:
INFORME DE MAYO 2017

Los datos presentados por la Comisión Europea en el comité de gestión del mes de mayo para el sector avícola de puesta muestran los censos recibidos - aún provisionales - de los diferentes Estados miembros y la importancia de la cabaña de gallinas camperas. El informe, a falta de los datos de República Checa, Hungría, Luxemburgo, Grecia y Malta, refleja un censo total de 374 millones de gallinas ponedoras en la UE, de las que en sistemas alternativos a la jaula hay un 45,2 % y un 54,8 % son gallinas en jaulas enriquecidas.



Censo provisional de gallinas ponedoras en la UE según el sistema de cría

Los precios del huevo en la UE a lo largo del año 2017 son claramente mejores que los de 2016 en los mismos meses, y en el mercado internacional la UE y Brasil tienen precios superiores a los de Estados Unidos e India.

En Brasil el precio del huevo ha repuntado en las últimas semanas, tras la crisis generada en el sector cárnico por la operación que ha desenmascarado un enorme fraude con carnes no aptas para el consumo que se transformaban y comercializaban en importantes industrias del país para consumo interno y exportación. En estos momentos el consumidor no se fía de la calidad de la carne brasileña y ha optado por incrementar su consumo de huevos.

En comercio exterior, destaca el aumento de las exportaciones - 18,3 % - y el descenso de las importaciones - 26,6% - en el primer trimestre respecto al mismo período del año anterior. Es reseñable el importante aumento de las importaciones de huevos y ovoproductos desde EE.UU., que suponen un 69 % del total, a costa de una reducción muy significativa de las de Ucrania. Las exportaciones comunitarias se concentran especialmente en Japón y Suiza, principales compradores de huevos de la UE.

Corea del Sur, Taiwan y Hong Kong han aumentado significativamente sus importaciones - sobre todo de ovoproductos - desde la UE.

EL SECTOR OPINA

¿Qué dicen las etiquetas de los huevos?

María del Mar Fernández Poza
Directora ASEPRHU

Atender la demanda del consumidor es el objetivo de cualquier productor. En atributos distintos del precio la elección de compra se apoya en la información del etiquetado y en la interpretación que se hace de ella. Pero hay muchas connotaciones en las palabras y a veces el etiquetado es más publicidad que información.

Alinearse con lo natural y auténtico es tendencia en el huevo también. Toda una gama de productos apunta a esa diana: "huevos ecológicos", "gallinas felices", "piensos sin transgénicos"… ¿Son más sostenibles, sanos o seguros? ¿Qué cree el consumidor?

El huevo es ante todo un alimento seguro, asequible y producido de forma sostenible. Justificar las alegaciones del etiquetado y su relación con el bienestar, la sanidad animal y el medioambiente es nuestra obligación. Los consumidores que pagan "extras" no quieren sentirse engañados. Explicar qué aporta realmente cada tipo de huevo es informar al comprador y apostar por un mercado transparente y un sector responsable.

Hay margen para la diferenciación, y mucho que ganar si sabemos combinar las expectativas del consumidor, las del cliente y las exigencias legales.