

NOTICIAS



María del Mar
 Fernández Poza

Directora de
 ASEPRHU

Adiós 2020, bienvenido 2021

Si alguien nos hubiera anticipado en la Nochevieja de 2019 cómo iba a ser el año que nos esperaba, probablemente hubiéramos pedido “pasar pantalla” y aterrizar directamente en 2021. No está claro que en los próximos meses salgamos de la enorme crisis sanitaria, económica y de confianza social derivada de la pandemia por COVID-19. Pero las primeras vacunas ya están en el mercado y eso debe tranquilizarnos, aunque la incertidumbre y la sensación de falta de control de nuestras vidas durante tantos meses ha hecho mella en nuestro estado de ánimo.

El sector del huevo no ha sido de los más afectados, afortunadamente, pero ha sufrido la caída de la demanda de los canales de restauración y hostelería, que trabajan aún a un ritmo mucho menor del esperado por la falta de turismo y las restricciones en la apertura.

El consumo de huevo en hogares, aunque creció desde los meses de confinamiento, no ha compensado el descenso de ventas en el canal HORECA. Los precios no remontan desde abril, y a ello se suma a la subida en los costes de la alimentación de las aves como preocupaciones para el nuevo año.

Parece que el mercado detallista seguirá el camino de las principales cadenas de la distribución, en pleno cambio hacia sistemas sin jaula. Y los animalistas radicales no dejan de hacer campañas contra las jaulas, que van calando cada vez más en la población. El consumidor debería preocuparse porque se reduce su capacidad de elección. Pero si le dan “huevos más caros” al precio de “los más baratos”, puede que le importe menos. Otro es el caso del productor, que invierte en nuevas instalaciones para producir huevos de suelo con mayor coste y ve que muchos detallistas mantienen el mismo precio de venta que tenían los huevos de

gallinas en jaula. Esta estrategia conduce a la pérdida de valor del huevo, con un efecto pernicioso que se extenderá a los demás sistemas alternativos. “Suelo” no es igual a “jaula”, y “campero” no es “ecológico”. **Deteriorar la imagen de los huevos diferenciados limita las oportunidades de los productores de buscar valor añadido y dificultará la reconversión de las granjas y la inversión en marketing e innovación.**

El 2021 trae además una nueva PAC y la estrategia de la UE “**de la granja a la mesa**”, enfocada en la sostenibilidad, la reducción del impacto ambiental y una apuesta por la producción ecológica.

Enero llega también con nuevos requisitos en el Plan Nacional de Control de Salmonela, que obliga a paralizar la comercialización de los huevos de cualquier manada sospechosa de estar contaminada por salmonela mientras no se confirme la ausencia de las salmonelas zoonóticas objeto de control. Y en lo sanitario, nos llevamos también a 2021 la amenaza de la influenza aviar, que este año está especialmente activa en Europa y mantiene alerta a los productores.

De otra parte, el sector tiene una oportunidad única para poner en marcha la campaña de comunicación gracias a la extensión de norma. Y el huevo puede encontrar un hueco cada vez más amplio en la dieta de quienes deciden consumir menos carne pero no se apuntan al veganismo. Y lucharemos con nuestros compañeros de la alianza “Somos ganadería” para seguir contando la verdad de nuestros sectores.

Estamos de acuerdo en que nuestra preocupación más acuciante es acabar con la pandemia por COVID-19, pero 2021 llega con una amplia lista de desafíos importantes a los que atender también, así que carguémonos de energía e ilusión suficientes para afrontarlo.

¡Feliz 2021!

