Presente y futuro del sector productor de huevos

Repaso a la situación actual del sector de la avicultura de puesta en nuestro país y de sus perspectivas de futuro tras analizar la influencia de la incorporación de los nuevos Estados a la UE, de las importaciones de países terceros, de las nuevas normativas de producción "sostenible" y de la lucha frente a las enfermedades zoonóticas, entre otros muchos factores.

María del Mar Fernández Poza.
Directora de Inprovo.
(Organización Interprofesional del Huevo y sus Productos).

La producción mundial de huevos tiene un protagonista principal, China, tal y como viene reflejado en las estadísticas de la FAO, dado que supone la mitad del total. La Unión Europea y Estados Unidos, con un 11% cada uno, le siguen en importancia.

Las previsiones de la FAO para los próximos diez años indican un crecimiento de la producción en los países y mercados "emergentes", en desarrollo (México, Brasil, India...), y un estancamiento en el mercado en los desarrollados, más maduro y con consumos "per capita" elevados. El liderazgo de China se acentuará aún más, y es posible que intervenga también en los intercambios comerciales internacionales, una vez que su consumo interior llegue a niveles altos.

En la UE-15 la producción de huevos está estabilizada en los últimos años en unos 5,7 millones de toneladas, de las que Francia, Alemania, Italia, España y Reino Unido concentran más de un 70%. La incorporación en 2004 de los países de la ampliación incrementa aproximadamente un 30% la producción comunitaria. Es previsible que en esa zona se produzca un desarrollo importante de la producción, con cambios en el sector hacia un sistema más profesional en unidades especializadas, que irán sustituyendo a la producción en pequeñas granjas de autoconsumo o abastecimiento del mercado local. Este crecimiento, junto con el del consumo interno, marcará el mercado del huevo europeo en los próximos años.



España es un agente de primer orden en el mercado comunitario, y el desarrollo reciente de la avicultura española sitúa al sector como uno de los más potentes en el contexto de la UE. Los datos del **cuadro I** reflejan la evolución en los tres últimos años y el incremento de la exportación de huevos a la UE. El sector español es excedentario y cada vez más dependiente del comercio exterior, por lo que esta coyuntura debe marcar la estrategia de futuro.

En la actualidad dos importantes factores afectan al futuro del sector del huevo: la aplicación de la Directiva 99/74 de la UE que establece normas mínimas para el alojamiento de las gallinas ponedoras y la reforma de la Política Agrícola Comunitaria, que establece como principio de su existencia la orientación de las producciones agrícolas hacia los mercados y la satisfacción de las demandas del consumidor. Es decir, por un lado supone promover la competitividad de las producciones comunitarias en los mercados mundiales y por otro implica que atender las demandas del consumidor en materia de "sostenibilidad" (basada, entre otros aspectos, en el respeto al medio ambiente y al bienestar animal), junto con una normativa muy exigente en seguridad alimentaria y calidad de las producciones, lo que nos lleva en

direcciones muchas veces opuestas.

En el caso de la producción de huevos, los condicionantes en materia de bienestar, medio ambiente y seguridad alimentaria son relevantes para los costes del sector en el contexto de un modelo productivo "comunitario" que condiciona su competitividad.

Revisión de la directiva 99/74

La Directiva 99/74 está en la actualidad pendiente de revisión. La Comisión Europea presentará su propuesta a finales de 2005, basada en los informes sobre las condiciones sanitarias, zootécnicas, etológicas de los distintos sistemas de producción y las repercusiones socioeconómicas de la aplicación de la norma comunitaria, así como sobre los resultados de las negociaciones de la OMC. Pero hay ya países que han decidido fijar normas superiores a la comunitaria para los establecimientos de producción de huevos. Es el caso de Alemania, el segundo productor comunitario, que ha aprobado una norma nacional que prohibe mantener las gallinas en jaula a partir del año 2007. El resultado será que el Estado miembro más deficitario en producción de huevos de la Unión Europea no sólo incrementará sus importaciones hasta unos 10.000 millones de huevos anuales (la producción de unos 40 millones de gallinas), sino que el consumidor alemán comprará huevos y ovoproductos de países comunitarios y no comunitarios, en muchos casos producidos en sistemas no permitidos en Alemania ni en la Unión Europea, que tendrán un bajo coste de producción y libre entrada en la UE.

Lo que en Alemania puede suponer un importante problema para el futuro del sector puede interpretarse como una oportunidad para otros productores de la UE con menos condicionantes en su norma nacional. Sin embargo, la Unión Europea es un área comercial que en este momento no puede aplicar restricciones a la importación de alimentos de países terceros por diferencias en las normas de bienestar, medio ambiente y otras que, si bien son obligatorias en la UE, se consideran "aspectos no comerciales", y quedan fuera del ámbito de regulación de la OMC. Aunque esta situación podría cambiar en las negociaciones de la presente Ronda, la incertidumbre se cierne sobre el futuro del sector comunitario debido a la competencia de las importaciones de huevos y ovoproductos de países terceros, que se verá favorecida por la reducción arancelaria prevista en el capítulo agrícola de la OMC y otros acuerdos comerciales bilaterales (Mercosur, por ejemplo) que tratan de facilitar el acceso de productos al mercado de la UE.

Las importaciones de países terceros y el futuro comercial

Si no se frenan las importaciones de países terceros con normas de producción no equivalentes a las comunitarias y al mismo tiempo se acepta la reducción de los aranceles a la importación de ovoproductos, hay un riesgo grave de desaparición de al menos un tercio de la producción de la UE. En esta situación también el consumidor sale perdiendo, ya que llegarán al mercado único alimentos no conformes con las normas de producción comunitarias en situación de competencia desleal, por los menores costes y condicionantes productivos en sus países de origen.



España es un país productor y exportador de huevos, fundamentalmente al mercado comunitario, al que en los dos últimos años se dirige en torno al 20% de la producción. Nuestros puntos fuertes están en un coste menor y una legislación nacional y autonómica que no impone más restricciones que la comunitaria en materias como medio ambiente, bienestar animal o seguridad alimentaria. Pero esta situación se puede ver muy condicionada por la evolución de las normas de la UE. Los huevos españoles exportados a otros estados miembros son generalmente vendidos a granel con destino a industrias alimentarias a precio bajo. Esto, que puede parecer una ventaja competitiva, es en realidad un riesgo importante en caso de que nuestra producción tenga que competir con huevos importados de países terceros con menores costes de producción y calidad similar. No debemos olvidar tampoco que ahora estamos en la Unión Europea de los 25, y que los nuevos socios son capaces de producir también barato (por el coste de los cereales para alimentación animal y de la mano de obra, principalmente) y tienen costes de transporte a los países impor-

La prohibición en Alemania del alojamiento de gallinas en jaulas, pondrá a disposición del consumidor alemán huevos de países terceros más baratos y producidos en sistemas no autorizados en la UE

CUADRO I. Datos de coyuntura del sector huevos (resumen anual)

		Censo de ponedoras	Producción de huevos	Comercio Intra- CE (toneladas)		Comercio Extra- CE (toneladas)		Precios de mercado Huevos L/M
	Años	(miles de aves)	(miles de docenas)	Importación	Exportación	Importación	Exportación	euros/100 kg
	2002	44.425	971.592	19.557	69.455	22	5.761	71,66
	2003	47.534	1.040.983	13.385	115.935	35	4.225	87,34
España	% 03/02	7	7,14	-31,56	66,92	59.09	-25.66	21,88
	2004	49.740	1.090.477	14.460	116.070	11	5.280	62,12
	% 04/03	4,64	4,75	8,03	0,12	-68,57	24,97	-28,88
	2002	302.061	6.646.675	933.940	861.602	34.828	249.209	95,13
	2003	301.937	6.623.834	988.724	913.944	77.471	197.770	110,57
UE*	% 03/02	-0,04	-0,34	5,87	6,07	122,44	-20,64	16,23
	2004	366.288	8.115.333	sin datos	sin datos	51.512	266.930	86,63
	% 04/03	21,31	22,.52	---	---	-33,51	34,97	-21,55

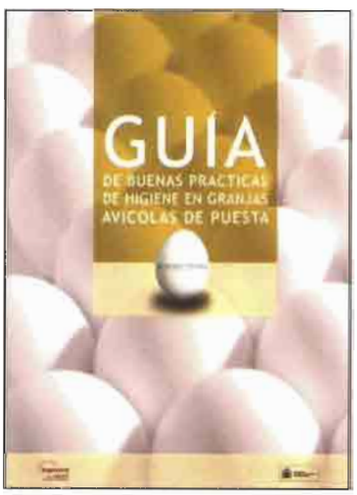
* Años 2002-2003: UE -15. Año 2004: UE - 25

Fuentes: S.G. Estadísticas Agroalimentarias del MAPA, Departamento de Aduanas e impuestos Especiales de la Agencia Tributaria y Comisión de la Unión Europea.
Elaboración S.G. Porcino, Avicultura y otras Producciones Ganaderas.

tadores de la UE menores que España.

El mercado comunitario es un ejemplo claro de la dualidad entre "globalización" y "localismo" característica de las sociedades desarrolladas de los últimos tiempos. Por un lado, los ovoproductos en polvo, de poco coste y gran duración, podrán copar los mercados de materia prima para industrias alimentarias con capacidad de comprar grandes volúmenes y ello provocará la





desaparición de una buena parte de la producción comunitaria de huevos. Del otro, la demanda del consumidor y la evolución de la oferta interior marcan un claro avance hacia una segmentación en el mercado del huevo fresco para consumo doméstico, reflejada en el desarrollo de productos diferenciados con valor añadido. Los huevos producidos en sistemas alternativos, los ecológicos, los enriquecidos o los que cuentan con certificaciones de origen o de calidad están creciendo con fuerza y aumentando su presencia en el mercado de los países más desarrollados. Dado que difícilmente este nicho de mercado se cubrirá con importaciones de países terceros, es una alternativa comercial sobre la que muchas empresas del sector están diseñando su futuro.

Esta decisión parece dar respuesta a un consumidor necesitado de las mayores garantías de seguridad alimentaria y de control, y que desea disponer de una oferta diferenciada acorde con sus expectativas y estilo de vida. Y ahí es donde la producción comunitaria es difícilmente sustituible. Estos huevos "diferenciados" tienen un valor añadido muy interesante, que compensa el poco volumen que aún tiene este mercado y el esfuerzo que debe realizarse para atraer al consumidor, en forma de presentaciones y promoción.

El mercado nacional

Es de esperar que el mercado español, en el que hasta ahora la cuota de los huevos alternativos a los de batería no llega al 1%, siga la evolución de nuestros vecinos de la UE y lo mismo puede decirse de los diferenciados (enriquecidos, ecológicos, etc.). El consumidor español hoy no percibe más calidad o ventajas en un huevo diferenciado, o no está dispuesto a pagar su sobrecoste, ya que el huevo sigue siendo un alimento básico de la cesta de la compra y sigue vendiéndose muy barato.

El consumo de huevos en España es uno de los más altos de la Unión Europea, en torno a los 250 huevos por persona y año, de los que 211 (dato del Panel de Consumo Alimentario del MAPA, 2004) lo son en forma de huevo en cáscara (empleado en hogares, restauración, hostelería e instituciones) y el resto como derivados. El consumo per capita se ha mantenido estable en los últimos años, tras un período de descenso espectacular de un 34% entre los años 87 y 95. Es de destacar que como consecuencia de esa situación el sector se organizó para realizar un esfuerzo de promoción.

La mejora de la imagen pública del huevo como alimento, tras un largo período de mala prensa infundada, ha sido en buena parte fruto de trabajo desarrollado por el Instituto de Estudios del Huevo. Sus expertos asesores en nutrición, medicina, veterinaria, cardiología y otras disciplinas que han sido el motor de la comunicación sobre este alimento y protagonistas del cambio de opinión del consumidor español. Esta labor es cada vez más necesaria ante la demanda creciente de información por parte de la opinión pública sobre nutrición y salud. Además el huevo nos depara periódicamente buenas noticias por sus propiedades como alimento funcional, derivado de las características de algunos de sus componentes (luteína, carotenoides, colina, lecitina...), y ello exigirá aún más dedicación en las tareas de divulgación y formación.

Sanidad animal y zoonosis

La sanidad animal (en particular la incidencia de enfermedades de gravísimas consecuencias como la Influenza aviar) es otro factor de enorme preocupación en la sociedad actual. Los intercambios en el mercado mundial de productos avícolas se ven claramente alterados en estas situaciones, y tenemos ejemplos recientes como la epidemia de Influenza aviar en el sudeste asiático en 2004 y las de Holanda en 2003 e Italia en 1999. En este punto el sector y la Administración tienen aún trabajo por hacer para desarrollar estrategias en caso de crisis. España no puede descuidar este punto en su posición de gran productor de la UE.

En este contexto, la Salmonelosis está comenzando a ser un factor limitante para las operaciones comerciales en el mercado intracomunitario. Las políticas de control y erradicación llevadas a cabo en algunos Estados miembros les han permitido limitar las importaciones de productos avícolas a las provenientes de países con su mismo estatus sanitario. La seguridad alimentaria es un argumento sólido para proteger el mercado y la producción interior, y hay ejemplos conocidos de cómo una crisis puede condicionar por muchos años la confianza del consumidor en el sector. Ello nos obliga a definir una estrategia sectorial en este punto, en el que Inprovo ha trabajado intensamente con la Administración en los últimos años. Como ejemplo de ello está la publicación de la Guía de Buenas Prácticas de Higiene en Granjas Avícolas de

Puesta (*), elaborada entre Inprovo y el MAPA y puesta a disposición de los avicultores como herramienta orientativa para aplicar esas buenas prácticas en su explotación. Además, Inprovo participó activamente en el grupo de trabajo multidisciplinar convocado por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria (AESA) para definir la situación y posibles actuaciones para luchar contra la Salmonelosis, que concluyó con propuestas y medidas para abordar este problema en todos los eslabones de la cadena, y también ha publicado el manual "Seguridad Alimentaria en Huevos y Ovoproductos" (*), que ofrece orientaciones prácticas y útiles para facilitar las tareas de los formadores en manipulación de alimentos, de los inspectores y de cocineros y restauradores en su trabajo diario.

Tras esta labor, y a consecuencia de las recientes normas comunitarias (Directiva 2003/99 y Reglamento 2160/2003) que establecen las normas para la vigilancia y el control de zoonosis, entre ellas la Salmonelosis) el sector y las administraciones se enfrentan ahora al reto de aplicar la Orden PRE 1377/2005 sobre medidas de vigilancia y control para la prevención de las Salmonelas zoonóticas en las granjas de ponedoras, en vigor desde el pasado mes de mayo. La Orden implanta el autocontrol continuado en las granjas de puesta para detectar la presencia de Salmonella, y obliga a aplicar buenas prácticas de higiene y bioseguridad en la explotación, anticipando la aplicación del futuro Programa Nacional de control de Salmonelas en granjas de ponedoras.

La Norma de marcado del huevo

Otra de las normas que afectan al sector, y que ha exigido un esfuerzo importante de coordinación y comunicación es la implantación el pasado año de la Norma de marcado del huevo para su identificación con un código en la cáscara que permite conocer la granja y país de origen, y el sistema de alojamiento de la ponedora. Los productores de huevos se han adelantado así a la aplicación de la trazabilidad hasta el origen y la interprofesión ha aprovechado la oportunidad para realizar una exitosa campaña de comunicación (cofinanciada por la UE y el MAPA) que ha llegado a todas las ciudades de España, con el lema "Ahora el Huevo te da más confianza". Los consumidores se han mostrado muy interesados en conocer los sistemas de producción de huevos, el control de calidad en la granja y el centro de embalaje y las informaciones útiles que les ofrecen el marcado y el etiquetado de los huevos.

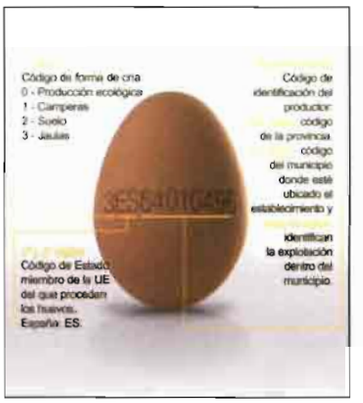
El sector ha respondido en esta ocasión con agilidad ante las nuevas exigencias legales, y ha comprobado que es capaz de aprovechar una situación que podía ser negativa (asumir los mayores costes y pocas ventajas competitivas derivados del marcado en la cáscara) convirtiéndola en una oportunidad para contar las ventajas de un alimento bien controlado (más información=más confianza).

El futuro del sector

Como se desprende de las múltiples incertidumbres que condicionan el futuro de la producción de huevos española y comunitaria, el sector está en un momento complejo y con importantes retos inmediatos. Debe apoyarse en sus puntos fuertes para afrontar la situación, como son ser un sector modernizado, con costes ajustados, con un entorno legal no más restrictivo que en el resto de países de la UE y un mercado interior con buen nivel de consumo y buena imagen del huevo.

Frente a esto pueden destacarse importantes puntos débiles como, por ejemplo, la coexistencia de productores profesionales con una avicultura anticuada y poco capaz de adaptarse a los nuevos requerimientos legales, el riesgo (por falta de políticas de prevención y control en parte de la producción) de problemas (o crisis) de seguridad alimentaria, la falta de coordinación entre el sector y las administraciones competentes y de éstas entre sí y la escasa inversión en diferenciación, imagen e investigación para abrir el mercado a productos de mayor valor añadido y por lo tanto, de más difícil sustitución por la competencia.

La tarea de las organizaciones sectoriales es influir en la forma en que el sector abordará el futuro, a través de sus acciones de carácter representativo y político y de la coordinación de la estrategia sectorial, para superar las incertidumbres y salir afianzado en su conjunto.



En España, Aseprhu e Inprovo llevan trabajando, en estrecha colaboración, durante varios años en la representación y defensa de los intereses del sector y sus empresas. La situación actual exige reflexión y toma de decisiones estratégicas en las empresas y en el colectivo, pero es también una ocasión para fortalecerse como organización, madurar y adquirir capacidad de respuesta ante las nuevas oportunidades y retos que el sector debe afrontar. Estamos trabajando desde nuestras organizaciones para que el sector disponga de las herramientas que necesita en esta importante tarea. ●



(*) *Estas publicaciones pueden descargarse de forma gratuita en formato .pdf desde la página web de Inprovo: www.inprovo.com*