

Consumo estable de frutas y hortalizas frescas



**Entrevista a
Ester Muñoz,
presidenta de
INPROVO**

Auge del sector avícola: La facturación de **huevos** se dispara un 40%

El sector avícola español experimentó un crecimiento en 2022, con un aumento del 40% en la facturación de huevos, alcanzando los 1.554 millones de euros. Este incremento se atribuye principalmente al alza en los precios y al aumento de los costes de producción.



El año 2022, el sector avícola vivió un auge significativo en sus ingresos, con un aumento del 40% en su facturación, alcanzando la cifra de 1.554 millones de euros. Estos datos, extraídos del informe "El Sector de la Avicultura de Puesta en Cifras" publicado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, reflejan un sólido crecimiento en comparación con el año anterior, cuando la facturación se situó en 1.082 millones de euros.

Este incremento en los ingresos se atribuye en gran medida al aumento del precio del huevo, que experimentó un incremento medio del 29,8% en 2022. Este incremento de precios se debe principalmente al aumento de los costes de

producción, especialmente en la alimentación de las gallinas, que registró una subida del 64% entre 2021 y 2022. Otros factores que contribuyeron a este incremento fueron el aumento de los costes de energía (88,3%), el gasóleo (31%) y los envases (50%).

En cuanto a la producción, España mantuvo su posición como el tercer mayor productor de huevos en la Unión Europea en 2022, con una producción total de 1.139 millones de docenas, un ligero aumento del 1% en comparación con el año anterior y un crecimiento del 4,7% en comparación con 2019.

Sin embargo, en términos de comercio exterior, las exportaciones españolas ex-

perimentaron un ligero descenso del 9,6% en volumen en 2022, debido en parte a la incidencia de la influenza aviar en Europa y España, que afectó la oferta y llevó al cierre de algunos mercados exteriores. A pesar de esto, hubo un notable aumento del 22% en las exportaciones españolas a Reino Unido.

En cuanto al consumo interno, el huevo fue el único alimento básico que experimentó un crecimiento en España durante el período de mayo de 2022 a abril de 2023. Mientras que el consumo de alimentos en los hogares españoles disminuyó un 6,1%, el valor de las compras aumentó un 4,5%, principalmente debido al aumento del precio medio de los alimentos en un 11,3%. En este con-

En 2022 se consumieron en España un total de 385 millones de kilogramos de huevos en los hogares

texto, el consumo de huevos aumentó un 0,4%, lo que refleja su creciente presencia en la cesta de la compra de los españoles.

Durante este período, se consumieron en España un total de 385 millones de kilogramos de huevos en los hogares, con un consumo per cápita de 8,28 kilogramos por persona, lo que equivale a más de 131 huevos por persona al año, o casi tres por semana.

En cuanto al gasto, en 2022 los españoles destinaron en promedio 24 euros por persona a la compra de huevos, lo que representó el 1,5% de su presupuesto para alimentos y bebidas del hogar. Esto supuso un aumento del 0,18% en comparación con 2021 y un 0,21% más que en 2019, principalmente debido a los mayores precios de venta del huevo en 2022 en comparación con el año anterior.

El resurgir del huevo

"El huevo gana cuota de mercado respecto a otros alimentos, algo muy significativo", afirma Enrique Díaz Yubero, director de Inprovo. Este incremento en el consumo se refleja también a nivel regional, donde comunidades como Nava-

rra, el País Vasco y Cantabria lideran el ranking con un consumo per cápita notablemente alto. Por otro lado, regiones como Extremadura, las Islas Baleares, Murcia y Castilla-La Mancha registran un menor consumo de huevos en comparación con el promedio nacional.

El huevo también desempeña un papel destacado en la gastronomía española, como lo demuestra su presencia en platos populares como la tortilla de patata, el huevo frito y la tortilla francesa. Según el informe Consumer Trends Monitor 2023 de Kantar, estos tres platos representan el 9,1% de las recetas más consumidas en España, superando incluso a la ensalada verde. Esta tendencia reafirma la versatilidad y la importancia del huevo en la cocina española contemporánea.

La avicultura de puesta se diversifica

En el sector avícola español, el enfoque hacia prácticas de cría más sostenibles y éticas está ganando terreno rápidamente. El último año ha visto un aumento significativo del 10% en el número total de granjas dedicadas a la avicultura de puesta, alcanzando un total de 2.053 establecimientos en toda España. Este crecimiento se acompaña de un ligero aumento del 0,5% en el censo de gallinas ponedoras, mostrando una expansión continua en el sector.

Una de las tendencias más destacadas es el aumento en la adopción de sistemas de cría alternativos. En 2022, cerca de una de cada tres gallinas ponedoras en España se cría en sistemas alternativos, representando el 31% del total. Esto marca un cambio significativo en la industria avícola, donde el porcentaje de gallinas alojadas en sistemas sin jaula ha duplicado en los últimos cinco años, pasando del 12,2% en 2017 al 31% en la ac-

Los españoles destinaron en promedio 24 euros por persona a la compra de huevos, el 1,5% de su presupuesto

tualidad. Entre estos sistemas, el método de producción en suelo es el más común, representando el 20% del censo total, seguido por un 10% en sistemas camperos y un 1% en producción ecológica. Así, durante el año pasado, el censo de gallinas en jaula se redujo casi un 6%, frente al crecimiento de sistemas como el de suelo o el de camperas.

En términos de producción de huevos, algunas regiones destacan por su liderazgo. Castilla-La Mancha encabeza la lista con 255 millones de docenas producidas, seguida de cerca por Aragón, que ascendió al segundo lugar nacional con 197 millones de docenas, un incremento del 10% respecto al año anterior. Castilla y León ocupa el tercer lugar con 191 millones de docenas.

Sin embargo, también hay regiones emergentes en la producción de huevos. Asturias, por ejemplo, ha experimentado un notable crecimiento del 16% en el último año y del 32% en comparación con 2020, reflejando un aumento significativo en su contribución al mercado avícola. Comunidades como Cataluña, Galicia y Navarra también han visto un crecimiento positivo en la producción de huevos, mostrando una tendencia ascendente en todo el país.

Entrevista a **Ester Muñoz**, presidenta de INPROVO

“La **facturación** del sector creció un 100% en los dos últimos años”

Ester Muñoz, presidenta de INPROVO desde mayo de 2023, comparte en esta entrevista su visión sobre el primer año al frente de la interprofesional del huevo en España. Destacando el crecimiento del sector y los desafíos en términos de innovación, sostenibilidad y bienestar animal, Muñoz ofrece una perspectiva detallada sobre el presente y futuro del mercado avícola español. Con una facturación que ha superado los 2.000 millones de euros en 2023 y un crecimiento del 100% en los últimos dos años, el sector del huevo en España se consolida como un referente a nivel internacional.

Pregunta: En mayo de 2023 fue nombrada presidenta de Inprovo, ¿qué balance hace de este primer año al frente de la interprofesional?

Respuesta: El balance es muy positivo. 2023 ha sido un año muy bueno para las granjas y el sector del huevo en España, que ha venido dado sobre todo por el buen comportamiento del mercado.

Estamos en un momento muy importante, lleno de cambios y nuevas oportunidades que se presentan para el sector del huevo español y es un orgullo poder vivirlo al frente de la interprofesional.

P: ¿Cuál es la situación actual del sector del huevo en España? ¿Cuáles son sus principales retos y desafíos?

R: Somos un sector fuerte, formado por más de 1.800 granjas de gallinas ponedoras, en su mayoría PYMES de capital español. Además, hay 905 centros de embalaje de huevos y 35 industrias de ovoproductos registrados en España.

En 2022 alcanzamos una facturación de 1.554 millones de euros y todo parece indicar que en 2023 la cifra superó los 2.000 millones, por lo que estamos hablando de un crecimiento del 100% en estos últimos dos años.

Estamos en un momento muy importante, lleno de cambios y nuevas oportunidades que se presentan

Uno de nuestros grandes retos es sin duda seguir promoviendo la competitividad de la avicultura de puesta española, así como su profesionalización, algo fundamental para hacer frente al futuro que tenemos por delante. Sobre todo, queremos poner especial atención a la innovación, tanto de producto como en aspectos relacionados con la sostenibilidad, la gestión de residuos o la mejora de la eficiencia del uso de recursos.

Por otro lado, la transición hacia el modelo sin jaulas, los nuevos estándares de bienestar animal, la sostenibilidad o el refuerzo de los protocolos de bioseguridad son algunos de los grandes desafíos a los que debemos enfrentarnos, y que afrontamos con determinación y optimismo.

P: ¿Qué imagen tiene el huevo español a nivel internacional?

R: El huevo español es muy apreciado a nivel global. Somos todo un referente en innovación, calidad, seguridad y sostenibilidad, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.

Prueba de ello es que somos el tercer mayor productor de Europa, con el 12% de la producción total, solo por detrás de Francia y Alemania, y por delante de países como Italia, Holanda o Polonia. Además, producimos entre un 15% y 20% de excedente, que exportamos a países terceros, como es el caso de Reino Unido, un mercado en el que nuestras exportaciones se han triplicado en los últimos años.

P: ¿Qué importancia tiene el bienestar animal y el medio ambiente para los productores españoles?

R: Para los avicultores españoles, el bienestar de las gallinas es esencial. No debemos olvidar que la producción y comercialización de huevos y ovoproductos en España cumple la normativa más exigente del mundo, como es el Modelo Europeo de Producción, y las granjas están sujetas a numerosas regulaciones para garantizar no solo el bienestar animal o la seguridad alimentaria, sino tam-



bién la sanidad animal y el cuidado del medio ambiente, dando respuesta además a las demandas del consumidor.

En cuanto a la sostenibilidad, el huevo es uno de los alimentos de origen animal con menor impacto ambiental en su producción, por lo que, además de saludable, es muy sostenible.

Precisamente los avances que se han llevado a cabo en estos últimos años en campos como la nutrición, la mejora genética, las instalaciones y la sanidad animal, han contribuido a que el huevo sea el alimento con la mejor relación calidad nutritiva y precio y con el menor uso de recursos en su producción, teniendo en cuenta su aporte de nutrientes.

P: ¿Qué papel juega la avicultura de puesta en la España rural?

R: Somos un sector que crea y fija empleo en zonas rurales, donde generamos un impacto muy positivo. Contribuimos

al desarrollo económico de la “España vaciada” y mantenemos una actividad que genera empleo estable y con vocación de permanencia. La producción de huevos en nuestro país genera unos 15.000 puestos de trabajo directos y en torno a los 60.000 empleos indirectos, ligados a las fábricas de pienso, a la producción y comercialización de cereal, a los centros de embalaje, al transporte y a la distribución de huevos y a las industrias de elaboración de ovoproductos.

Además, las empresas del sector emplean veterinarios, ingenieros, economistas, técnicos de laboratorio y de control de calidad y operarios de los centros de embalaje e industrias de ovoproductos. Es lo que nos gusta denominar como nuestra “Gente del Huevo”, profesionales especializados en diferentes ámbitos de la producción, industria y comercio agroalimentario, que están permitiendo construir un sector avícola de puesta cada día más moderno, más productivo

y más eficiente, adaptado a los nuevos tiempos.

P: ¿Cómo están evolucionado los sistemas de producción alternativos en España? ¿En qué punto se encuentra el sector dentro de esa transformación?

R: La evolución del censo de gallinas sigue orientada hacia el crecimiento de los sistemas de cría alternativos. Prueba de ello es que el porcentaje de gallinas alojadas en sistemas sin jaula en España se ha triplicado en los últimos seis años, pasando del 12,2% en 2017, a más de 35% que estimamos para 2023.

P: ¿Cuánto tiempo se necesita para lograr esa transformación de forma viable?

R: La velocidad de conversión está siendo aproximadamente de cinco puntos porcentuales cada año. Por tanto, es necesario más tiempo, porque estamos casi en la mitad del camino, y queda mucho por recorrer.

Es necesario establecer plazos asequibles, que permitan amortizar las inversiones y sobre todo que la transición se haga de forma acompasada con la demanda. Y por supuesto, ayudas para llevar a cabo esta transformación con todas las garantías. Desde INPROVO estimamos unos costes de más de 2.000 millones de euros, es decir, el equivalente de la facturación del sector en un año.

Desde la Unión Europea se ha interpellado a los Estados miembros para que activen ayudas para esta reconversión pero, de momento, no hay. Solo Castilla-La Mancha ha habilitado una línea específica para este fin. Necesitamos que nuestras autoridades atiendan esta petición y articulen mecanismos para acelerar el ritmo de las inversiones. ➤



P: ¿Cómo somos los españoles a la hora de consumir huevos?

R: El huevo es uno de los pocos alimentos básicos cuyo consumo ha crecido en el último año, casi un 8% en 2023. Es un alimento que cada vez está mejor valorado entre los consumidores españoles, y que se ha consolidado en la cesta de la compra como una de las proteínas de referencia, por delante de las legumbres, la carne blanca, el pescado o los frutos secos, por ejemplo.

En España los principales momentos de consumo de huevo son la cena y la comida. En cuanto al desayuno, todavía tenemos mucho que crecer en esa franja en comparación con otros países europeos y, aunque lo estamos incorporando poco a poco, todavía está muy vinculado a fines de semana o momentos de fiesta, no tanto en nuestro día a día.

También destacar que el consumo de huevos no solo ha crecido dentro de los hogares, con una penetración del 98%, sino que también es una de las principales elecciones cuando comemos fuera de casa.

P: ¿Qué tiene el huevo como alimento, que está tan de moda últimamente?

R: Parece que poco a poco vamos dejando atrás ciertos mitos relacionados con el colesterol o la salud cardiovascular y que los españoles están siendo cada vez más conscientes de las grandes ventajas que ofrece el huevo para la salud física y la función cognitiva de las personas, y en todas las etapas de la vida.

El huevo es un alimento natural que contiene prácticamente todos los nutrientes necesarios para nuestro organismo. Además, la proteína del huevo es la de mayor valor biológico, es decir, la que más se parece a la que necesita nuestro organismo para nutrirse.

Estamos ante un ingrediente asequible, fresco, que es fácil de comer y de preparar y cuyo consumo está asociado a momentos de placer y disfrute. En definitiva, tiene todos los atributos clave, nutrición, sabor y conveniencia, por lo que podemos decir que estamos ante un alimento realmente extraordinario, que alimenta cuerpo y mente.

P: En julio de 2023 se aprobó una nueva extensión de norma, ¿qué periodo abarcará y cuáles son los principales objetivos?

R: La nueva extensión de norma abarca las campañas de 2023 a 2027. La primera

extensión de norma ha sido muy positiva para nosotros, hemos logrado sentar las bases de todo un plan estratégico de comunicación, con el objetivo de poner en valor la avicultura de puesta española, contribuir a mejorar su imagen y reputación, promover el consumo del huevo y ovoproductos en nuestro país, e impulsar la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica en el sector.

En 2022 lanzamos nuestra campaña "HOY HUEVO, alimenta cuerpo y mente" dirigida a familias y jóvenes, que tuvo una gran acogida y en la que pusimos el foco en destacar el valor nutricional del huevo, así como el compromiso del sector productor con calidad, seguridad, bienestar animal y sostenibilidad.

La campaña contó con varias oleadas en televisión y ha tenido un gran protagonismo en medios digitales y redes sociales, a lo que hemos sumado un plan de comunicación corporativa, que ha generado mucha visibilidad en los medios de comunicación.

También en 2023 presentamos "Los Juegos del Huevo", una iniciativa pionera en el sector que hemos desarrollado junto a las organizaciones sectoriales del huevo en Francia y Hungría, para dar a conocer el modelo de producción del huevo europeo a los más jóvenes, así como su importancia en nuestra dieta y su versatilidad en la cocina para lograr una alimentación saludable.

De cara a esta nueva extensión de norma, ya estamos trabajando en una nueva campaña que pronto verá la luz, con el objetivo de seguir poniendo en valor el papel del huevo como uno de los alimentos más completos que existen y sobre todo, resaltar los beneficios que aporta tanto física como mentalmente. ■