

## LONJA TOLEDANA

### INFORME DE LA MESA REGIONAL DEL HUEVO DE CASTILLA LA MANCHA.

#### SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2002.

Como continuación al informe del primer semestre, destacamos las diferencias de precios habidas en el transcurso del año 2002, comparados con el año 2001, a tal efecto tomamos las semanas 1, 13, 39 y 52, coincidentes con el vencimiento de cada uno de los cuatro trimestres del año.

	Semana 1ª.				Semana 13ª.				Semana 26ª.				Semana 39ª.				Semana 52ª.			
	XL.	L.	M.	S.	XL.	L.	M.	S.	XL.	L.	M.	S.	XL.	L.	M.	S.	XL.	L.	M.	S.
2001	0,85	0,78	0,73	0,55	0,79	0,76	0,70	0,52	0,75	0,53	0,45	0,39	0,83	0,60	0,51	0,43	0,75	0,69	0,64	0,52
2002	0,75	0,69	0,64	0,52	0,71	0,63	0,54	0,44	0,73	0,51	0,42	0,37	0,80	0,60	0,50	0,38	0,78	0,68	0,63	0,50
Dif.	-0,10	-0,09	-0,09	-0,03	-0,08	-0,13	-0,16	-0,08	-0,02	-0,02	-0,03	-0,02	-0,03	=	-0,01	-0,05	+0,03	-0,01	-0,01	-0,02

Podemos comprobar que en todas las categorías de huevos el signo menos se ha mantenido en los precios de forma permanente a lo largo de todo el año, con dos únicas excepciones, una en la semana 39 con un signo = referido a la clase L, y la otra en la semana 52 con un + 0,03€ referido a la clase XL.

En el gráfico número 3 de la presente memoria podemos observar que las curvas de los precios de los tres últimos años, vienen siendo descendentes tanto en las reflejadas por el MAPA como en las de la Lonja Toledana, que si bien se refieren a la clase M podemos hacerlas extensivas al resto de las clases.

En nuestra opinión, que no es otra que la que se expone en la presentación de la memoria, las empresas avícolas afilan el lápiz de manera continua, rebajando costes donde la raya del umbral de rentabilidad parece haber tocado fondo. Naturalmente este es el caso de las empresas de mayor producción. ¿Y las de dimensiones más reducidas?. ¿Como se arreglan para sobrevivir en esta permanente bajada de precios?. Solamente cabe pensar que los titulares de las granjas más pequeñas se mantienen aplicando grandes dosis de sacrificios, restringiendo gastos en la economía familiar, olvidándose del coste oportunidad.

El sector sigue teniendo una gran preocupación acrecentada por el paso del tiempo y la llegada por tanto de la aplicación de las medidas de bienestar en el ámbito de la Unión Europea, que en todo caso la adaptación a las nuevas disposiciones, obliga a invertir fuertes sumas de euros, sin que por otra parte se vislumbren incrementos en los precios, por cuanto los países productores fuera de la órbita legislativa de la U.E. podrán abastecer los mercados europeos, sin barreras aduaneras, ni aranceles que graven las importaciones.

Si además añadimos el descenso en el consumo de huevos en España, que aunque aparentemente empezó a recuperarse a partir del año 1996, no es menos cierto que se frenó en 1999, para volver a caer en el año 2000, según datos del MAPA que da cifras de consumo en este año de 200 huevos por persona, cuando en el año 1987, datos proporcionados por la misma fuente, fijaban un consumo de 300 huevos por persona año.

Tanto la Asociación Española de Productores de Huevos, como el Instituto del Huevo, vienen prestando especial atención divulgando por medio de Internet así como editando publicaciones en libros y trípticos, consejos y cualidades del huevo como alimento, tratando de desterrar viejos conceptos que achacan al consumo del huevo como responsable del nivel de colesterol.

Como ya es sabido, Castilla La Mancha es netamente exportadora de huevos. Por eso las campañas de divulgación de consumo, resaltando las cualidades del huevo en la alimentación, deben cubrir todo el territorio español, sin perder de vista campañas regionales que orienten al consumidor, creando una cultura de nutrición dirigida a los distintos periodos del ciclo vital, (infancia, adolescencia, madurez...)

Sabemos del esfuerzo inversor de las empresas avícolas para garantizar la sanidad animal y la calidad alimentaria, adelantándose incluso en el tiempo a la entrada en vigor de directivas, reglamentos, leyes y otras disposiciones, tales como el marcado unitario de fechas de puesta y caducidad. En nuestra opinión falta una campaña generalizada de información y formación al consumidor, que entendemos debe perpetuarse de forma periódica.

Somos conscientes de que el contenido de nuestros informes son de sobra conocidos por los principales productores de huevos. Por otra parte ya indicamos en otras ocasiones que nunca hemos pretendido invadir campos que cubren otras instituciones. Nuestro objetivo no es otro que colaborar desde nuestra modestia, en la mejora del sector de la avicultura de puesta de Castilla La Mancha.

El día 7 de noviembre, coincidiendo con la EXPOAVIGA 2002, Salón Internacional de la Técnica Avícola y Ganadera, se reunió la Mesa del Huevo de la Lonja Toledana en el recinto de la Fira de Barcelona, Montjuïc 1, dando participación a una nutrida representación de productores y mayoristas de toda la geografía española.

**Para finalizar, solamente resaltar que los precios orientativos que se fijan en nuestra Lonja, son referidos a huevos clase A.- Blancos y Morenos, posición granja, clasificados y envasados a granel.**

LONJA AGROPECUARIA DE TOLEDO  
ENERO DE 2003