

EVOLUCIÓN, SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DEL MERCADO DEL HUEVO Y LAS EXPLOTACIONES DE GALLINAS PONEDORAS EN ESPAÑA

CÓDIGO MARCADO EN EL HUEVO

Primer dígito
Código de la forma de cría

- 3** - Huevos de gallinas criadas en jaula.
- 2** - Huevos de gallinas criadas en el suelo.
- 1** - Huevos de gallinas camperas.
- 0** - Huevos de producción ecológica.

Siguientes dígitos
Identificación de la granja de producción

64010496

640	104	96
Código de la provincia	Código del municipio	Granja de producción



Segundo y tercer dígito
Código de Estado miembro de la UE del que proceden los huevos.

España ES

Puede haber una letra al final del código que identifica cada manada de gallinas dentro de una misma granja.



ÍNDICE

	<u>Página</u>
1. INTRODUCCIÓN	4
2. IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DEL HUEVO.....	4
2.1. Clasificación de los huevos	4
2.2. Etiquetado del huevo y trazabilidad	6
3. SECTOR PRODUCTOR DEL HUEVO EN ESPAÑA	9
3.1. Número explotaciones de gallinas ponedoras	9
3.2. Tipología de las explotaciones	10
3.3. Evolución de las explotaciones	10
3.4. Expectativas del sector	12
3.5. Especialización territorial en la producción de huevos	13
4. PRINCIPALES FACTORES CONDICIONANTES DEL MERCADO DEL HUEVO	18
5. CADENA DE VALOR DEL HUEVO DE CONSUMO.....	20
5.1. Identificación de los factores.....	21
a) Granjas Ponedoras	21
b) Centros de Envasado	22
c) Mayoristas	23
d) Plataformas	23
e) Tiendas tradicionales	23
f) Distribución moderna	24
<input type="checkbox"/> Centro de clasificación de huevos de Euskaber S.L.,	24
<input type="checkbox"/> Huevos COREN	25
5.2. Estructura de precios	26
5.3. Precios y costes del huevo de mesa	28
5.4. Conclusiones	31
6. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FINAL.....	33



6.1.	Factores que influyen en la elección del huevo	33
6.2.	Conclusiones en el comportamiento del consumidor	35
7.	ANEXO I: FUENTES DE INFORMACIÓN Y RECURSOS.....	37
7.1.	Fuentes de Información:	37
7.2.	Estudios.....	38
7.3.	Informes adjuntados.....	39
8.	ANEXO II: SERIE HISTÓRICA DE PONEDORAS, RENDIMIENTO Y PRODUCCIÓN 40	
9.	ANEXO III: DISTRIBUCIÓN POR CC.AA.	41
10.	ANEXO VI: COYUNTURA ECONÓMICA SECTOR HUEVOS.....	45
11.	ANEXO V: EVOLUCIÓN MERCADO AVICOLA EN ESPAÑA (Precios).....	46
12.	ANEXO VI: FICHAS DE PRODUCTORES (ASEPRHU).....	48
13.	LISTADO DE PRINCIPALES PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE HUEVOS.....	56



1. INTRODUCCIÓN

En el presente informe presentamos la evolución, situación actual y perspectivas del mercado del huevo en España y especialmente del huevo campero.

Durante el estudio se presentará el mercado de producción del huevo, censo, tipo y número de explotaciones, evolución, concentración e identificación, pero también se presentará la cadena de valor del huevo desde su producción hasta su comercialización al cliente final, del que también mostraremos su comportamiento con respecto al producto del huevo fresco y concretamente del huevo campero.

2. IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DEL HUEVO

El primer paso del informe, antes de entrar en profundidad, va a ser la identificación y presentación del objeto del informe: **el huevo campero**.

2.1. Clasificación de los huevos¹

El huevo está sujeto a diferentes clasificaciones atendiendo a diversos factores como presentamos a continuación:

Tipo de AVE	Categoría	Por embalaje
Gallina Pava, pata, oca Avestruz Otras	A B	Estuchados Graneles
Tipo de conversión	Color	Proceso
Fresco Refrigerado Conservado Defectuoso Averiado	Blancos Morenos	Granja Autoconsumo
Explotación	Especialización	Tipo de marca
Jaula Suelo Campero Ecológico	Normales Omega 3 Enriquecidos Alimentación Especial	Marca fabricante MDD (Marca distribuidor)
Dimensión	Envase	Destino o uso
XL (>73 grs.)	Cartón	Consumo hogar

¹ Fuente: Instituto del Huevo



L (63 – 73 grs.) M (53 – 63 grs.) S (< 53 grs.)	Plástico Retractilado	Horeca Industria Exportación
---	--------------------------	------------------------------------

Los huevos que se venden en la Unión Europea deben cumplir los reglamentos comunitarios sobre su comercialización y las normas nacionales aplicables. Esta legislación define los **criterios de calidad, peso, frescura, envasado y etiquetado**.

Los huevos aptos para el consumo humano directo, los huevos frescos, denominados **huevos de categoría A**, tienen que cumplir los siguientes requisitos:

- Cáscara y cutícula: normales, limpias e intactas.
- Cámara de aire: de una altura no superior a 6 mm. En el caso de huevos comercializados con la mención «EXTRA», no podrá ser superior a 4 mm.
- Clara: transparente, sin manchas, de consistencia gelatinosa y exenta de materias extrañas de cualquier tipo.
- Yema: solo visible al trasluz como una sombra, sin contorno claramente discernible, que no se separe del centro al someter al huevo a un movimiento de rotación y sin materias extrañas de cualquier tipo.
- Germen: desarrollo imperceptible.
- Olor: ausencia de olores extraños.

Los huevos frescos destinados para su consumo como huevos de mesa se clasifican en **función de su peso** en cuatro clases:

- XL: súper grandes: de 73 g o más.
- L: grandes: de 63 a 73 g.
- M: medianos: de 53 a 63 g.
- S: pequeños: menos de 53 g.

Un huevo fresco debe venderse al consumidor en los 21 días posteriores a la fecha de puesta, aunque se puede consumir hasta la fecha de consumo preferente indicada en el estuche, que es 28 días desde el día de la puesta.

Los huevos también siguen una **clasificación según el tipo de cría de las gallinas**:

- **"criadas en jaulas"**: Las gallinas están dentro de jaulas diseñadas especialmente para facilitar la recogida de los huevos, evitando que se



ensucien con el estiércol. Tienen acceso continuo a agua y a una alimentación equilibrada. Las gallinas dentro de estas jaulas no se pueden mover. Se les corta el pico y se les controla la iluminación para aumentar su productividad.

- **"criadas en suelo"**: Las gallinas se mueven libremente dentro del gallinero, en el que tienen comida, agua, ponederos y zonas de descanso. La densidad de gallinas es muy elevada y su movilidad es limitada. Se les controla la iluminación para una máxima productividad.
- **"camperas"**: Las granjas tienen, además de un gallinero como el de las gallinas en suelo, corrales al aire libre donde las gallinas salen a picotear, escarbar y darse baños de arena.
- **"de producción ecológica"**: Las instalaciones son similares a las granjas de gallinas camperas, pero se alimentan con pienso que procede de la agricultura ecológica y tienen que cumplir unas normas específicas de este tipo de producción.

Más información y legislación:

- Definiciones sobre las formas de cría: Reglamento (CEE) nº 1274/91 (DO L 121 de 16.05.1991)
Reglamento (CE) nº 1651/2001 (DO L 220 de 15.08.2001)
- Definiciones sobre producción ecológica Reglamento (CEE) nº 2092/91 (DO L 198 de 22.07.1991)
Reglamento (CE) nº 2491/2001 (DO L 337 de 20.12.2001)

2.2. Etiquetado del huevo y trazabilidad

En Europa es obligatoria la trazabilidad para poder localizar todas las etapas de producción, transformación y distribución del alimento. En el caso del huevo la trazabilidad está controlada desde la **granja**, ya que en ella se registran los detalles de la producción: origen de las aves y del pienso, los controles sanitarios realizados y todos los demás factores importantes a efectos de la seguridad alimentaria.

En el centro de **embalaje** se registra el origen y destino de cada lote expedido y se marca en el envase el registro sanitario y otras informaciones que hacen posible la trazabilidad completa en cualquier momento.



La norma Europea fue puesta en funcionamiento el 1 de enero de 2004 y desde el 1 de julio de 2005 es obligatorio la codificación y etiquetado del huevo, según las indicaciones que mostramos en los siguiente gráficos.



Hacemos especial hincapié a la codificación referentes al modo de cría de las gallinas, que es el que nos permitirá identificar al **“huevo campero”** con el código 1.

Código 3: Huevo de gallinas criadas en jaulas
Código 2: Huevo de gallinas criadas en el suelo
Código 1: Huevo de gallinas camperas
Código 0: Huevo de producción ecológica

Además de estar regulado el código de marcado de los huevos también está regulada la información que debe aparecer en la caja de envase.



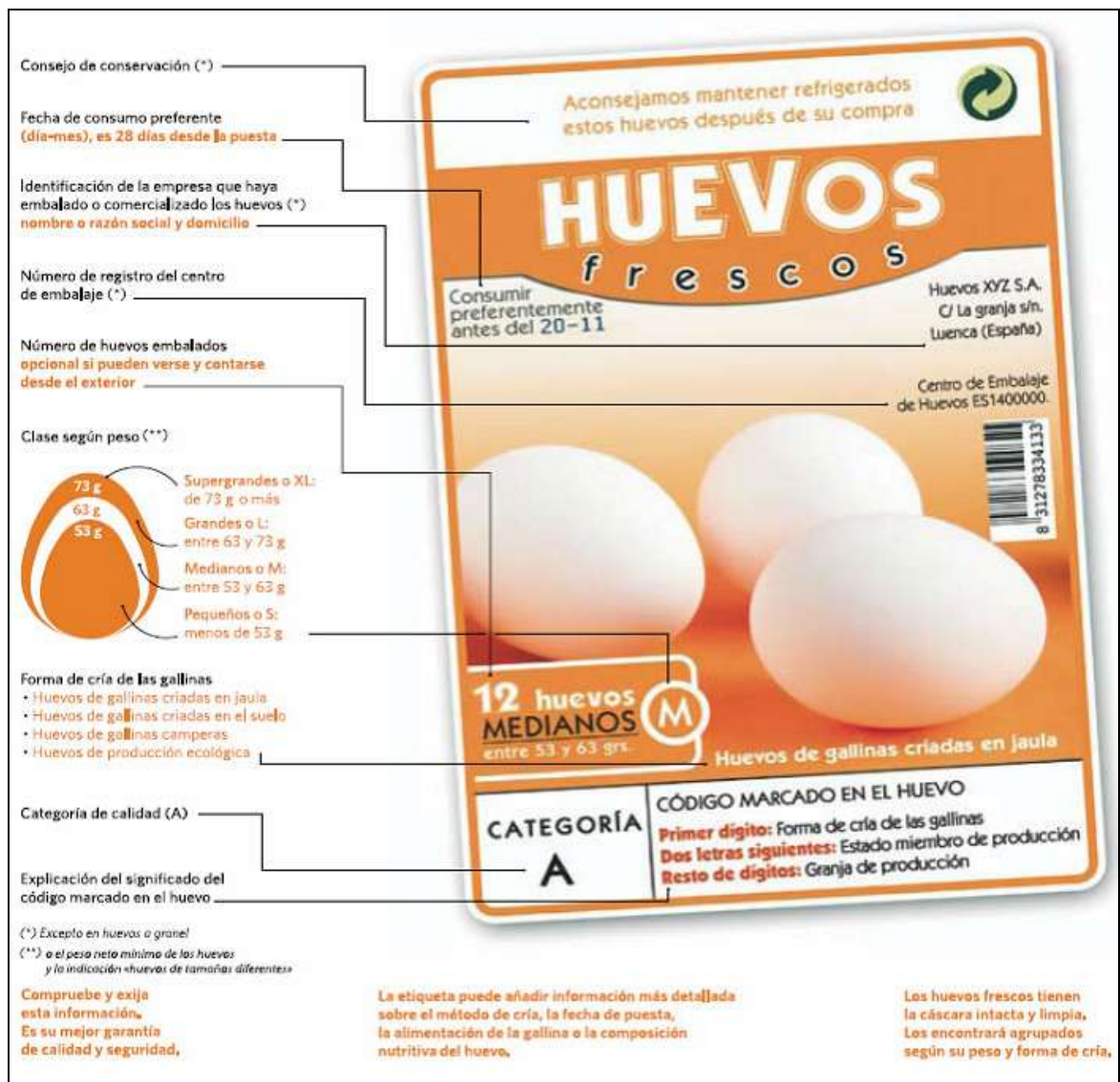


Gráfico: “Sistema de marcado y etiquetado del huevo”; Fuente: Instituto del Huevo

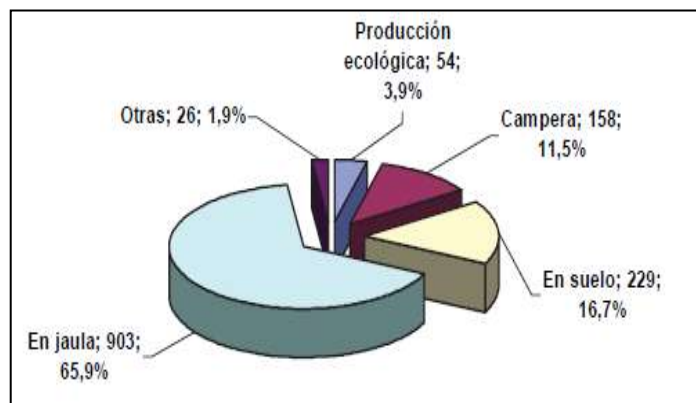


3. SECTOR PRODUCTOR DEL HUEVO EN ESPAÑA

El sector productor de huevos español se concentra en **1.370 granjas comerciales registradas, con 44 millones de ponedoras**, según datos del Ministerio de medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM).

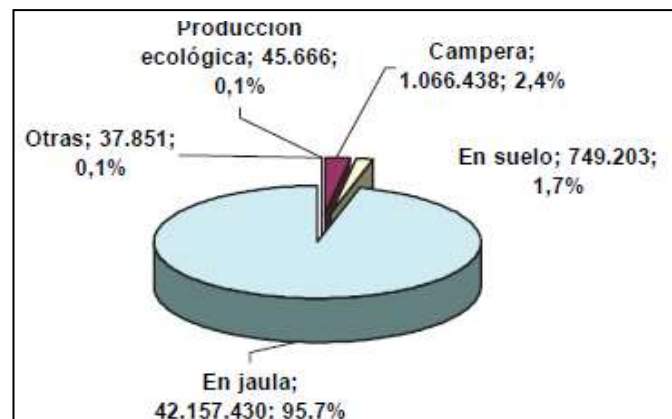
3.1. Número explotaciones de gallinas ponedoras

F de cría	Nº explotac.	%
P ecológica	54	3,9
Campera	158	11,5
En suelo	229	16,7
En jaula	903	65,9
Otras	26	1,9
Total	1.370	100,0



Cuadro y gráfico: Explotaciones de gallinas con estado de alta y NO autoconsumo
Fuente: Registro General de Explotaciones Ganaderas (REGA)

F de cría	Nº de aves	%
P ecológica	45.666	0,1
Campera	1.066.438	2,4
En suelo	749.203	1,7
En jaula	42.157.430	95,7
Otras	37.851	0,1
Total	44.056.588	100,0



Cuadro y gráfico: Censo de gallinas con estado de alta y NO autoconsumo
Fuente: Registro General de Explotaciones Ganaderas (REGA)

Observamos como más del 95% del censo de las gallinas pertenece a granjas con cría en jaula mientras que éstas suponen menos del 70% del total de las granjas, lo que se debe al mayor tamaño y concentración de este tipo de granjas.



3.2. Tipología de las explotaciones

Con los datos anteriores podemos obtener la “granja tipo” en cuanto a censo medió de gallinas dependiendo del tipo de granjas.

Prod. Ecológica – Explotación media: 876 gallinas
Prod. Campera– Explotación media: 6.749 gallinas
Pro. Suelo– Explotación media: 3.272 gallinas
Prod. Jaula– Explotación media: 46.685 gallinas.

Con estos datos podemos observar la gran diferencia de tamaño que existe en las granjas atendiendo al tipo de cría.

Centrándonos en el tamaño y número de gallinas por tipo de explotación, mostramos los siguientes datos, en el que se observa como la mayoría de las explotaciones son de un tamaño menor a 5.000 gallinas, y únicamente en el caso de la cría en jaula se localizan granjas de gran tamaño.

	P ecológica	Campera	En suelo	En jaula	Total	%
Sin censo	10	17	6	96	129	8,18%
<5.000	39	111	203	512	865	54,85%
5.000-24.999	2	14	6	240	262	16,61%
25.000-99.999	1	1	6	192	200	12,68%
100.000-299.999	0	2	1	88	91	5,77%
>300.000	0	0	1	29	30	1,90%
Total	52	154	223	1157	1577	100,00%

Cuadro: Registro del Tamaño de las granjas
Fuente: MARM

3.3. Evolución de las explotaciones

Nos centramos ahora en la evolución que ha vivido el sector de la producción de huevos en España en los últimos años en cuanto al tipo de cría de las explotaciones y al censo gallinas ponedoras.

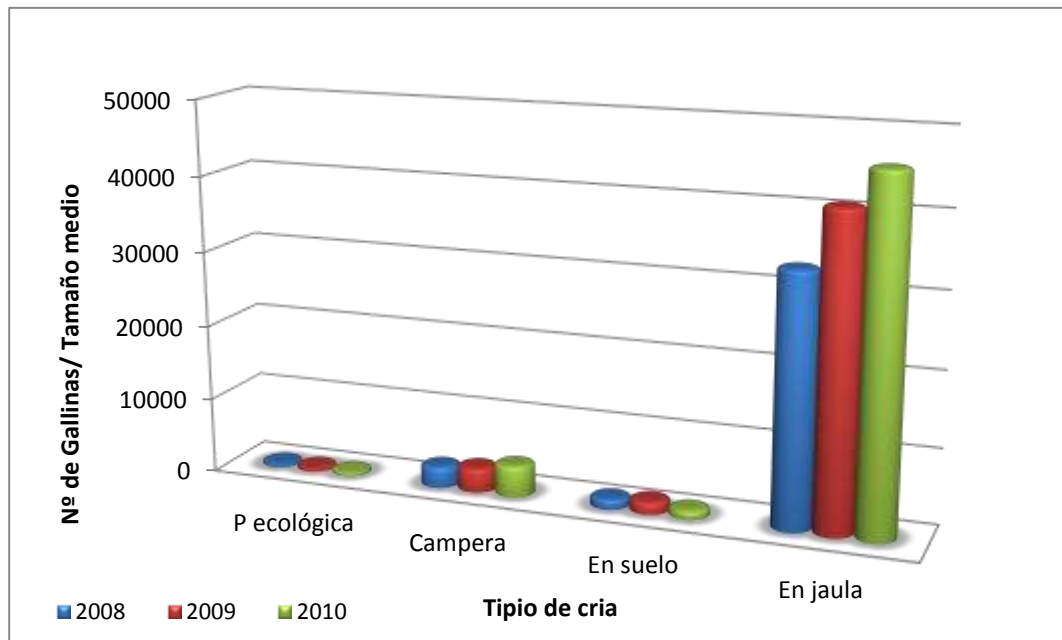


Selección	Multiplicación	Cría	Prod campera	Prod ecológ.	Prod en jaula	Prod en suelo
1.483.645	729.739	14.432.716	579.306	23.180	35.998.449	380.720
427.845	2.429.393	14.261.074	435.544	27.532	36.475.523	360.894
1.417.486	701.438	15.908.606	534.184	27.284	40.162.446	395.209
160.321	674.697	17.364.029	661.920	28.269	41.351.967	260.696
110.246	992.167	18.871.113	794.038	34.223	26.495.775	336.810

Cuadro: Evolución Censo de Gallinas

Fuente: Registro General de Explotaciones Ganaderas (REGA)

En la evolución del sector destacamos el incremento en el censo en las explotaciones de todo tipo de explotaciones a excepción de la cría en jaulas que ha descendido, por otro lado el número de explotaciones ha descendido de forma generalizada en todo tipo de explotaciones, lo que nos lleva a la conclusión de que el tamaño de las explotaciones ha aumentado y especialmente en el caso de explotaciones de cría en jaulas.



Cuadro: Evolución en el censo medio de gallinas según el tipo de explotación

Fuente datos: Registro General de Explotaciones Ganaderas (REGA)

Este efecto se debe fundamentalmente por la adaptación que están viviendo las explotaciones a las **Directiva 74/1999**, que enmarcada en el Modelo Europeo de Producción que propugna la sostenibilidad y la competitividad de la producción



agroalimentaria, afecta directamente a las explotaciones de cría en jaula, ya que establece las normas mínimas de alojamiento de las ponedoras, aumentando el espacio por ave a 550cm² y colocando dispositivos de limado en las jaulas, y ponía como plazo máximo de adaptación para jaulas antiguas el 2012. Por todo ello, este último periodo ha sido un periodo de adaptación y va a ser clave para establecer el panorama del sector.

Uno de los efectos inmediatos de la aplicación de la Directiva que se observa es la **concentración del sector en menos granjas de mayor tamaño**, y la desaparición de numerosas empresas, pequeñas por lo general, que no podrán adaptarse al no poder afrontar las inversiones en una situación económica difícil para obtener créditos y con pocas ayudas para el cambio.

3.4. Expectativas del sector

El último estudio publicado por la Universidad de Wageningen (Holanda) sobre los costes de producción del huevo en varios países comunitarios y terceros concluye que, frente a Brasil y Estados Unidos, los productores comunitarios soportan más de un 30% de sobrecoste. De esa cifra, entre el 20 y el 25% corresponden a los costes derivados de las regulaciones vigentes en la UE que no existen en países extracomunitarios. El estudio estima que la aplicación de la Directiva 1999/74 supondrá como media un incremento adicional del 8% en el coste para las producciones comunitarias. En Alemania será el 10% por su normativa nacional.

Ante esta situación los productores prevén el **aumento de la importación de huevos y ovoproductos** de países terceros para los que no se exige aplicar las normas comunitarias, lo que han transmitido a los responsables de la Unión Europea y de los Estados miembro pidiendo una mayor firmeza en las negociaciones comerciales bilaterales y multilaterales, y una apuesta en defensa del Modelo Europeo de Producción para evitar la **distorsión de la competencia** y el desmantelamiento de una buena parte de la producción comunitaria.

En Europa como consecuencia tanto de la adaptación a la Directiva para la abolición de las jaulas "clásicas", como de la presión de los consumidores y de los grupos



defensores del bienestar de los animales, **los sistemas alternativos en el último decenio se han ido extendiendo cada vez más en la UE** y principalmente más en la zona norte que en la zona mediterránea y sur.

Tipo de producción	Miles de gallinas	% Total
Baterías	262.990	67.8 %
Campero (free range)	65.610	16.9 %
Suelo	50.383	13.0 %
Ecológico	8.719	2.3 %

Cuadro: Distribución del censo de gallinas por tipo de producción en UE
Fuente: (DG Agri C4) EUROPA Datos del **2008** 387.699.000 gallinas

La previsión es que en buena parte de la UE continúe con la explotación en baterías, obviamente “modificadas”, otra menor cambie a algún sistema “alternativo” y otra desaparezca para no enfrentarse a una más o menos elevada inversión por tener que adaptarse a unos requisitos cada vez más severos.

3.5. Especialización territorial en la producción de huevos

Otra tendencia recogida en los últimos años es una “especialización” territorial de la producción de huevos. Castilla-La Mancha es la región más productora, con un 35,8%, seguida de lejos por Castilla-León, con el 12,7%, Cataluña, con el 9,4%, Comunidad Valenciana (7,8%), Andalucía y Canarias (ambas con el 6%). Aragón posee únicamente un 4,6% del total de gallinas ponedoras.



CC AA	000 aves	%
Andalucía	2.816,2	6,4
Aragón	2.035,2	4,6
Canarias	2.681,0	6,1
Cast-Mancha	15.775,6	35,8
Cast y León	5.609,7	12,7
Cataluña	4.132,4	9,4
Extremadura	1.489,4	3,4
Madrid	2.125,0	4,8
C Valenciana	3.417,2	7,8
Resto	3.974,9	9,0
Total	44.056,6	100,0

Cuadro: Distribución de nº de aves por CCAA

Fuente: Registro General de Explotaciones Ganaderas (REGA)

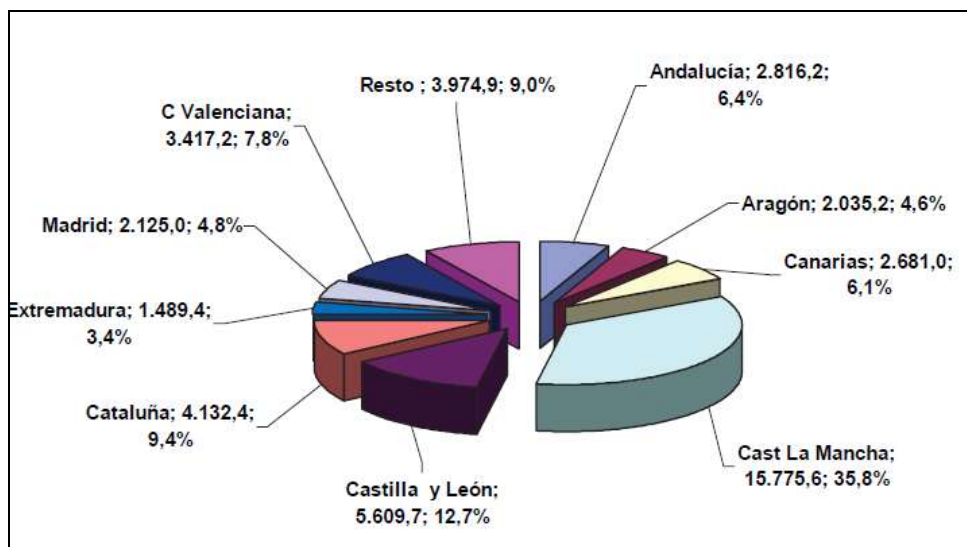


Gráfico: Distribución de nº de aves por CCAA.

Fuente: Registro General de Explotaciones Ganaderas (REGA)

Ampliamos la información anterior con los datos del número de explotaciones número y censo de gallinas por CC.AA. atendiendo también a la forma de cría.

Destacamos que en el caso de Aragón únicamente se localizan en el Registro General de Explotaciones Ganaderas dos explotaciones ecológicas que agrupan un total de 8.850 gallinas (media 4.425), una campera y veintiocho en jaula (media 73.369).



CC. AA.	FORMA DE CRÍA	Nº EXPLOT	CENSO
Andalucía	Sin forma de cría	3	37.460
	Producción ecológica	12	17.365
	Campera	8	7.415
	En suelo	3	7.180
	En jaula	154	2.746.818
Aragón	Producción ecológica	2	8.850
	Campera	1	
	En suelo	1	
	En jaula	28	2.026.355
Principado Asturias	Producción ecológica	1	140
	En jaula	8	196.074
Illes Balears	Sin forma de cría	1	35
	Producción ecológica	2	870
	Campera	1	220
	En jaula	9	317.500
Canarias	Sin forma de cría	2	222
	Producción ecológica	4	2.970
	Campera	12	70.308
	En suelo	45	85.907
	En jaula	93	2.521.601
Cantabria	Producción ecológica	3	822
	Campera	3	0
	En suelo	3	82
	En jaula	18	79.045
Castilla La Mancha	Producción ecológica	2	1.912
	Campera	2	0
	En suelo	6	20.906
	En jaula	80	15.752.736
Castilla y León	Producción ecológica	2	
	Campera	46	89.755
	En suelo	92	12.194
	En jaula	108	5.507.782
Cataluña	Sin forma de cría	14	
	Producción ecológica	9	2.750
	Campera	19	557.892
	En suelo	65	604.379
	En jaula	208	2.967.354



Extremadura	Producción ecológica	3	1.500
	Campera	27	100
	En suelo	4	34
	En jaula	12	1.487.764
Galicia	Producción ecológica	5	4.750
	Campera	27	283.056
	En jaula	30	1.286.818
Madrid	Sin forma de cría	6	134
	Campera	3	52
	En suelo	6	165
	En jaula	10	2.124.688
Murcia	En jaula	21	419.300
C. Foral de Navarra	Producción ecológica	2	1.575
	Campera	2	8.000
	En jaula	17	1.307.483
País Vasco	Producción ecológica	3	
	Campera	4	
	En jaula	29	
La Rioja	En suelo	2	56
	En jaula	11	68.990
C. Valenciana	Producción ecológica	4	2.162
	Campera	3	49.640
	En suelo	2	18.300
	En jaula	67	3.347.122
Total		1.370	44.056.588

Gráfico: Distribución producción huevos por CCAA.

Fuente: Registro General de Explotaciones Ganaderas (REGA)

Ampliamos la información anterior con la distribución de la producción de huevos de gallina por comunidades CC.AA. que como cabe esperar sigue el patrón de la distribución por censo de gallinas, pero destacamos el caso Castilla la Mancha en el que disminuye su peso en producción (24.6%) con respecto al del censo (35.8%), lo contrario que sucede en Aragón en el que su peso en producción es del (7.7%) y en el censo es del (4.6%), lo que indica que las explotaciones aragonesas son altamente productivas.



CC. AA.	Miles docen.	%
Galicia	55.678	5,1
País Vasco	30.990	2,8
C. F. Navarra	23.068	2,1
Aragón	84.096	7,7
Cataluña	128.464	11,7
Cast y León	202.331	18,4
Madrid	37.053	3,4
Cast.-Mancha	270.310	24,6
C. Valenciana	95.617	8,7
Extremadura	31.575	2,9
Andalucía	74.808	6,8
Canarias	37.545	3,4
Resto	25.642	2,3
Total	1.097.177	100,0

Gráfico: Distribución producción huevos por CCAA. Fuente: Registro General de Explotaciones Ganaderas (REGA)



4. PRINCIPALES FACTORES CONDICIONANTES DEL MERCADO DEL HUEVO

Destacamos a continuación los factores condicionantes que influyen y que hay que tener presentes en el mercado del huevo.

1) Precios de los piensos

- Precio cereales
- Evolución de los biocarburantes
- Mercados de futuro
- Estacionalidad en consumo

2) Impacto de la trazabilidad (marcado/ etiquetado)

- Ventajas e inconvenientes a efectos de costes/ingresos

3) Normativa sobre bienestar animal

- Nuevas disposiciones normativas (cambio sistema actual de **jaulas** a las de tipo acondicionado **Directiva 74/1999**)
- Necesidad de responder a las demandas de los consumidores
- Mayores exigencias en algunos EEMM
- Respuesta a las demandas de la distribución

4) Modelos de funcionamiento alternativos

- **Suelo/campero/ecológico**
- Intensificación de la producción/venta local
- Nuevos modelos empresariales, nuevas dimensiones empresariales, etc.
- Nuevos desarrollos industriales

5) Hábitos y tendencias de los mercados

- Comportamiento grandes mercados (China, India, Rusia, etc.)
- Mercado de productos alternativos en Europa
- Crecimiento del mercado mundial
- Crecimiento del Foodservice



6) Desarrollo de nuevos modelos de comercialización/distribución

- Venta directa
- Comercio electrónico
- Cambios en las tiendas tradicionales
- Logos de calidad

7) Factores de carácter sanitario/salud humana

- Salmonella
- Contaminación alimentaria
- Alarmas sanitarias

8) Desarrollo de futuros nuevos mercados exportadores/importadores

- Redistribución de mercados productores/consumidores

9) Factores relativos a sanidad animal

- Influenza Aviar
- Otras epidemias y toxinas

10) Acuerdo OMC/Acuerdos bilaterales UE

- Compromisos con países terceros



5. CADENA DE VALOR DEL HUEVO DE CONSUMO²

En este apartado nos centramos en la cadena de valor del huevo de consumo, analizamos el caso general del “*huevo tipo*”, más común en el mercado, que sigue todo el proceso de la cadena de valor, de manera que podemos ver todo el proceso completo en la formación de precios. En el caso concreto de huevos ecológicos y camperos, que pueden seguir un esquema diferente, suele acortarse las acciones y para ser una cadena más breve y directa, con menos agentes.

Tenemos también que destacar en este apartado la distribución de la producción de huevos en España, de manera que del total de la producción se destina a exportación (16%), al foodservice (18%) y a la industria (un 16%), quedando el **50% destinado al consumo en hogar**, siendo éste último en el que nos centramos para analizar la cadena de valor que vamos a presentar.

Definición del “*huevo tipo*”:

- ✓ Huevo de gallina sistema de jaula.
- ✓ Huevo fresco de categoría A.
- ✓ Huevo de dimensión promedio M y L (60% L / 40% M).
- ✓ Huevos blancos o morenos, normales, no especiales ni mejorados
- ✓ Huevos estuchados.
- ✓ Huevos envasados en cartón, plástico, retráctil u otros.
- ✓ Huevos en formatos de 0,5/1/1,5/2 docenas o en recipientes de 30 huevos.
- ✓ Huevos con marca del fabricante o con marca de la distribución (MDD).

² Fuente: Observatorio de Precios de los Alimentos. MARM. “Estudio de la Cadena de Valor y Formación del Sector del Huevo”.



5.1. Identificación de los factores



Gráfico: Cadena de valor del huevo de gallina. Fuente: MARM

a) Granjas Ponedoras

Se presentan varias tipologías:

- Exclusivamente explotaciones avícolas de puesta, propiedad de un avicultor o un grupo de avicultores.
- Explotaciones avícolas de puesta pertenecientes a una integración, incluso con fábrica de piensos propia de ésta.
- Explotaciones avícolas de puesta integrada con un centro de envasado y embalaje, incluso con fábrica de piensos propia.
- Integraciones que cuenten con su propio centro de envasado y embalaje.

También, puede diferenciarse entre granjas de ponedoras con actividad de recría de pollitas o sin ella. **En general, las grandes empresas del sector tienden a integrar todas las fases de producción y transformación industrial.**

Cómo hemos visto anteriormente actualmente hay en España más de 1.300 granjas de ponedoras, con más de 44 millones de gallinas en total sólo 90 ó 100 tendrían una gran dimensión.

Así pues, el principal rasgo diferenciador de esta primera fase de la cadena de valor del huevo es la **fuerte atomización empresarial existente**, así como la **gran**



diversidad de tipologías de estructuras empresariales en función del mayor o menor grado de desarrollo de su proceso de integración.

Las actividades que se realizan en la fase producción son las siguientes:

- Adquisición y/o recría de pollitas
- Alimentación y manejo de aves ponedoras
- Manipulación de huevos para traslado a centro de envasado
- En su caso, transporte a centro de envasado y embalaje

b) Centros de Envasado

En la fase de comercialización en origen se incluyen los centros de envasado y embalaje que pueden ser de distintas tipologías:

- Con actividad exclusiva e independiente, como centro de envasado y embalaje.
- Perteneiente o unido a una granja de ponedoras.
- Perteneiente a una integración de granja ponedoras.

En España hay alrededor de **830 centros de envasado y embalaje**, en su inmensa mayoría integrados con granjas de ponedoras o bien pertenecientes a una integración.

Normalmente, el centro de envasado y embalaje está ubicado físicamente junto a la granja de ponedoras; pero también es frecuente que esté ubicado separado de ella, por lo que entonces se necesitará transportar el huevo desde la granja al centro.

La facturación global de los centros de envasado (considerados como referentes de la facturación industrial sectorial) se aproxima a los **900 millones de euros**.

Las actividades realizadas en los centros de envasado (comercialización en origen) son las siguientes:

- Recepción de huevos
- Selección y clasificación de huevos
- Marcado de los huevos y etiquetado de los estuches



- Envasado y embalaje de huevos
- Almacenamiento y expedición de huevos envasados
- Transporte a destino intermedio o final

c) Mayoristas

Aunque, su presencia y actividad en la cadena de valor del huevo viene reduciéndose, todavía conservan cierta relevancia numerosos Mayoristas /Distribuidores de huevos, aunque casi exclusivamente se orientan a:

- ✓ Abastecimiento de **tiendas tradicionales** (el 70% de éstas utilizan este circuito de abastecimiento).
- ✓ Abastecimiento del **foodservice** (el 75% de las compras de huevos que realiza éste pasa por mayoristas).

d) Plataformas

Se trata de las grandes **centrales de compra y/o plataformas de la distribución moderna**, equivalentes a cualquier otra figura similar en otra línea de productos. También, se incluirían aquí las plataformas especializadas en foodservice en los casos de restauración moderna organizada.

e) Tiendas tradicionales

Todavía un 22% de las ventas de huevos para consumo se realizan a través de las denominadas **tiendas tradicionales**, y este porcentaje aumenta considerablemente si nos centramos en casos de los huevos ecológicos y/o camperos

Sin embargo, bajo esa denominación de tienda tradicional hay muy pocas tiendas especializadas exclusivamente en la venta de huevos (salvo casos especiales o determinados puestos en los mercados de abastos o galerías de alimentación), mientras que la mayoría de las ventas en este circuito se realizan a través de una infinidad de tipologías de tiendas (pollerías, carnicerías, charcuterías, fruterías, ultramarinos en general, formatos conveniencia, panaderías, pastelerías, estaciones de servicio, tiendas gourmet, tiendas ecológicas, tiendas étnicas, quioscos, bares, etc.).



Así pues, **los planteamientos comerciales y precios de venta, en cada caso, difieren extraordinariamente** y no siempre serían suficientemente explicativos de la realidad económica de la cadena de valor del huevo.

f) Distribución moderna

El 60% de las compras de huevos por los consumidores las realizan en la distribución moderna (los hipermercados venden el 12% y los supermercados y tiendas descuento el 48%) y la tendencia es que ese porcentaje seguirá creciendo poco a poco.

Actualmente, el 78% de las ventas de la distribución moderna se hacen bajo **marca de la distribución (MDD)** y solo un 22% con marca del fabricante; y la tendencia es a aumentar aún más el peso de las MDD que practica precios mucho más bajos que las marcas de fabricante, lo cual contribuirá, sin duda, a una mayor implantación de las MDD y de la propia distribución moderna en este sector.

En el caso de los huevos camperos y ecológicos esta situación es muy diferente, ya que no suelen ser distribuidos a través de este circuito, si bien es verdad que va siendo cada vez más habituales que cadenas de distribución ofrezcan este tipo de productos a precios competitivos.

Ejemplos:

- **Centro de clasificación de huevos de Euskaber S.L.,**

Mostramos el caso del centro de clasificación de huevos de Euskaber S.L., que se encarga de clasificar, marcar, envasar, distribuir y comercializar el huevo producido mediante técnicas de avicultura diferenciada.

Euskaber es una empresa cuyo objeto social es el desarrollo rural por medio de la producción de huevos diferenciados. Agrupa a 9 productores los que supone 50.000 gallinas en producciones alternativas y esperan llegar a 40 productores en los próximos años. El producto estrella son los huevos camperos con certificado de calidad EUSKO LABEL y han comenzado con los huevos ecológicos.

El formato del envase es el clásico de media docena y el formato de caja de 8 doc.




EUSKABER, S.L.
 Olaeta Agroaldea, 1, Zaldibia, GUIPUZCOA 20247
 Goierri
 p: 943 16 09 71 f: 943 16 31 01
 Blog: <http://euskolabel.blogspot.com/>

Se puede ampliar información sobre el trabajo de Euskaber en el artículo: “Esteban Atxa, Gerente de Euskaber S.L.”, link: <http://www.deia.com/ocio-y-cultura/gastroteka/produce-con-k/esteban-atxa>

- **Huevos COREN**

Acompañamos este apartado con el ejemplo de la empresa HUEVOS COREN, que ofrece un catálogo amplio de producto de huevos frescos en los que incluye un producto de huevos camperos y publica los Puntos de Venta de sus productos (huevos frescos) en su página web, como mostramos a continuación.

Tipos de huevos:

	<p>HUEVO CAMPERO 1/2 20 DOC.Cod. EAN18412406009744</p> <p>Descripción: Huevos frescos de gallinas camperas. Categoría A y clase M. Peso Aprox./Envase 378 g</p>
---	---

HUEVO M RETRACTIL
 HUEVO CORRAL L RETRACTIL MORENO
 HUEVO ENRIQUECIDO 10 DOC.MEDIAS
 HUEVO L RETRACTIL-MEDIA DOCENA
 HUEVO OMEGA 3 - CAJA 12 DOC. EXP.
 HUEVO VITA-E 1/2 10 DOC.

Puntos de Venta:





Inicio | CORPORATIVO | PRODUCTOS | TU Y COREN | MEDIOS | CONTACTAR

Productos

Catálogo de Productos

Novedades

Puntos de Venta

coren

CATÁLOGO PRODUCTOS

¿dónde comprar nuestros productos?

Estamos muy cerca de ti

Indicanos tu Localidad o Código Postal para localizar los establecimientos donde puedes conseguir nuestros productos.

Filtra por familias: **HUEVO**

Buscar

ASAMAR S A AREA PORTUARIA BOLUZAS
 ADA SOAD COOP LTDA CTRA. DE MOLINERÍA, KM. 1,5
 AHORRAMAS S.A. CTRA. ARGANDA A VELILLA KM.5
 ALFRE ALIMENTACION S L CL/ ROSALIA DE CASTRO, Nº.54
 ALIMENTACION CELANOVA S.A. BOLZA BREV. 5/N
 ALIMENTACION CELANOVA S.A. AVD. ZAPORA Nº.36
 ALIMENTACION CELANOVA S.A. MANZANEDA,6 BAJO
 ALIMENTACION CELANOVA S.A. JOSE ANTONIO 29
 ALIMENTACION CELANOVA S.A. VELLAR
 ALIMENTACION CELANOVA S.A. VILARCHAO
 ALIMENTACION CELANOVA S.A. PLAZA DE TOLDAS
 ALIMENTACION CELANOVA S.A. CARRETERA DE LA GRANJA, Nº.34
 ALIMENTACION CELANOVA S.A. AV BUENOS AIRES 134 - 136
 ALIMENTACION CELANOVA S.A. DR.FLEMING 4
 ALIMENTACION CELANOVA S.A. CL/ RUIA NOVA, Nº.8
 ALIMENTACION CELANOVA S.A. EMELIA PARDO BAZAN 62

Fuente: <http://www.coren.es/estamos-muy-cerca-de-ti#>

5.2. Estructura de precios

Mostramos la elaboración de la estructura de precios a partir de la información sobre costes y beneficios de cada etapa, suministrada por el sector, como venimos haciéndolo en el estudio para el caso del “huevo tipo”.



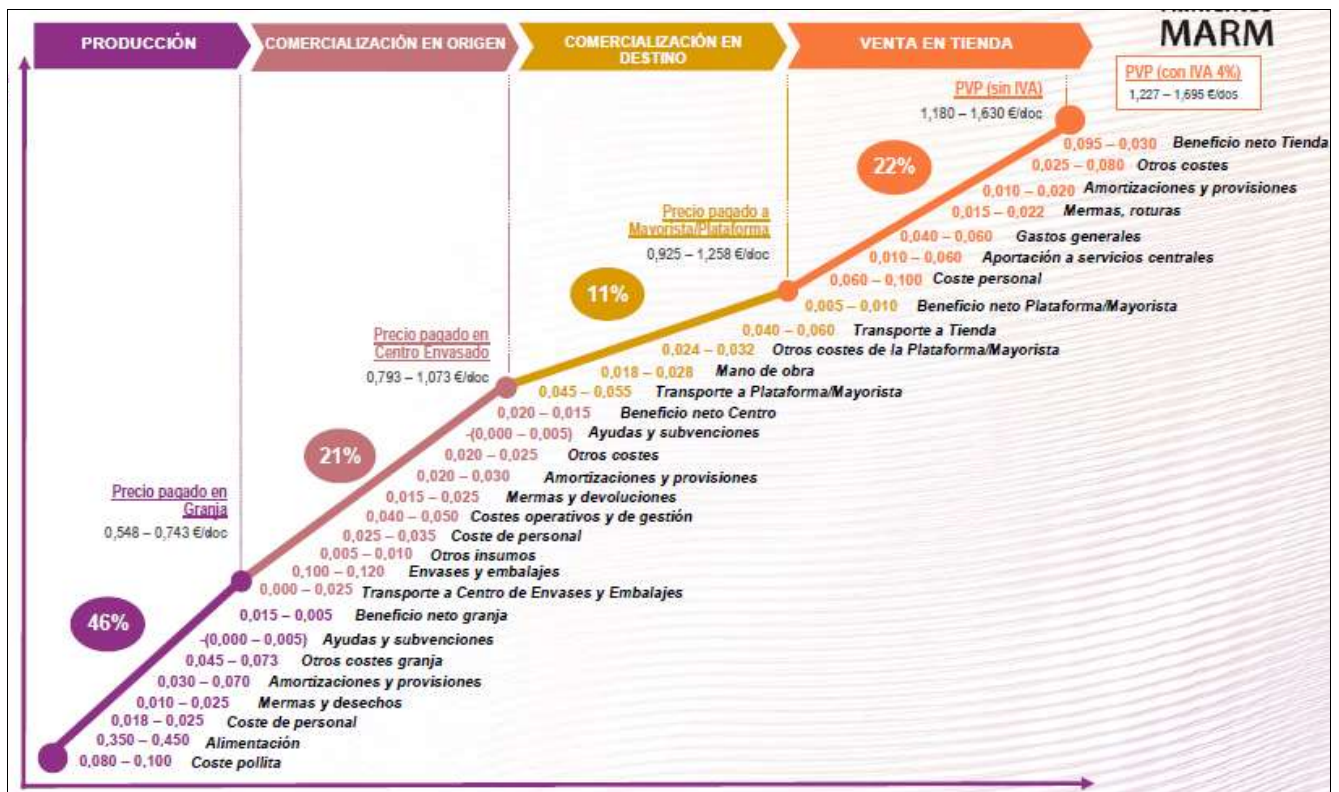


Gráfico: Estructura de precios en la cadena de valor del “huevo tipo” **Fuente:** Observatorio de Precios de los Alimentos. MARM. “Estudio de la Cadena de Valor y Formación del Sector del Huevo”.

CONCEPTOS DE COSTES PRINCIPALES	Horquilla (euros/docena)		% s/precio final sin IVA	
1. Costes de alimentación de la ponedora	0,360	0,450	29,7	27,6
2. Costes de envases y embalajes	0,100	0,120	8,5	7,4
3. Costes de transporte (comercialización en destino)	0,085	0,115	7,2	7,1
4. Costes de la pollita ponedora	0,080	0,100	6,8	6,1
5. Costes de personal en la Tienda	0,060	0,100	5,1	6,1
6. Costes totales de Mayorista o Plataforma	0,047	0,070	4,0	4,3
7. Gastos generados en Tienda	0,040	0,060	3,4	3,7
8. Costes operativos del Centro de Envasado	0,040	0,050	3,4	3,1
9. Amortizaciones de la Granja de Ponedoras	0,030	0,070	2,5	4,3
10. Margen neto en la Tienda	0,025	0,030	8,0	1,8
TOTAL 10 CONCEPTOS DE COSTES PRINCIPALES			78,6	71,5
(% sobre precio final sin IVA)				

Cuadro: Costes principales en el precio final del huevo. **Fuente:** Observatorio de Precios de los Alimentos. MARM. El precio medio en línea de venta 1.18 -1.63 €/ (sin IVA) Huevo jaula M-L.

Destaca el gran peso de la **alimentación de la gallina**, por lo que los cambios en los precios de cereales y oleoproteaginosas (normalmente fijados en los precios de exportaciones) pueden tener importantes impactos en los precios finales del huevo y rentabilidad del sector.



5.3. Precios y costes del huevo de mesa

PERIODO	HUEVO M			HUEVO L		
	ORIGEN	DESTINO	DIFERENCIA	ORIGEN	DESTINO	DIFERENCIA
Julio 2008	0,59	1,33	0,74	0,68	1,65	0,97
Agosto 2008	0,58	1,33	0,75	0,68	1,65	0,97
Septiembre 2008	0,59	1,33	0,74	0,69	1,65	0,96
Octubre 2008	0,62	1,33	0,71	0,72	1,65	0,93
Noviembre 2008	0,65	1,34	0,69	0,73	1,64	0,91
Diciembre 2008	0,69	1,34	0,69	0,77	1,64	0,87
Enero 2009	0,76	1,34	0,58	0,84	1,63	0,79
Febrero 2009	0,78	1,35	0,57	0,85	1,61	0,76
Marzo 2009	0,87	1,35	0,48	0,93	1,60	0,67
MEDIA	0,68	1,34	0,66	0,77	1,64	0,87
Valor máximo	0,87	1,35	0,48	0,93	1,65	0,97
Valor mínimo	0,58	1,33	0,75	0,68	1,60	0,67

MEDIA HUEVOS L y M (60% L + 40% M):
 • Origen: 0,734 (máximo = 0,93; mínimo = 0,58)
 • Destino: 1,520 (máximo = 1,65; mínimo = 1,33)

Cuadro: Precios y Costes principales en el precio final del huevo de mesa, "huevo tipo".

Fuente: Observatorio de Precios de los Alimentos. MARM.

Datos: (Unidad: euros/docena precio sin IVA)

Tiendas tradicionales			
	Precio mínimo (€/docena)	Precio máximo (€/docena)	Precio medio (€/docena)
Clase L	1,10 *	2,20	1,60
Clase M	1,00 *	2,00	1,42
Supermercados y Gran Distribución. MDD			
Clase L	1,24	2,32	1,69
Clase M	1,04	1,64	1,30
Supermercados y Gran Distribución. Marca del fabricante			
Clase L	1,88	3,00	2,20
Clase M	2,70	2,96	2,85

Cuadro: Precios venta al público del huevo de mesa. "huevo tipo".

Fuente: Observatorio de Precios de los Alimentos. MARM.

Datos: (Unidad: euros/docena precio sin IVA)

Mostramos ejemplos concretos en el caso de productos de huevos camperos y ecológicos los que se mueven en otros niveles de precios como mostramos a



continuación, y en los que también se registran diferencias atendiendo al tipo de establecimiento en el que se vende.

	<p>12 huevos camperos Valdemarta</p> <p>12 huevos camperos de gallinas criadas en libertad. Categoría A. Clase ML. Peso 53-73 grs. Origen: Segovia Marca: Sitio de Valdemarta Precio: 2,80 €/ Cartón Fuente: www.hermanos-gomez.es</p>
	<p>Huevos Camperos</p> <p>Una docena de huevos de gallinas camperas. Criadas al aire libre. Clase M-L (entre 53 y 73 gr). Origen: España Marca: Dagú Precio: 2,80 €/ Cartón Fuente: www.hermanos-gomez.es</p>
	<p>Huevos de Corral</p> <p>Una docena de huevos frescos de gallinas camperas. Criadas al aire libre. Clase M (entre 53 y 63 gr). Origen: España Marca: Coren Precio: 2,80 €/ Cartón Fuente: www.hermanos-gomez.es</p>
	<p>Huevos de gallina trufados</p> <p>6 huevos de gallina trufados Valle de Yerri. Categoría A, 63-73 grs. Los huevos adquieren el inconfundible sabor de la trufa a través de los poros de la cáscara. Origen: España Marca: Valle de Yerri Precio: 7,6 €/ Cartón Fuente: www.hermanos-gomez.es</p>



	<p>12 huevos ecológicos Pedaque</p> <p>12 huevos de producción ecológica. Categoría A. Clase ML. Peso: entre 53 y 73 grs. Origen: España Marca: Pedaque Precio: 4,20 €/ Cartón Fuente: www.hermanos-gomez.es</p>
	<p>12 huevos ecológicos Torre Jirauta</p> <p>12 huevos de producción ecológica. Categoría A+. Origen: España Marca: Torre Jirauta Precio: 4,20 €/ Cartón Fuente: www.hermanos-gomez.es</p>
	<p>Una docena de huevos frescos procedentes de gallinas criadas en libertad. Procedentes de nuestros vecinos de la granja Vidal. Precio: 3,50 € (semanal), 3,70 € (quincenal) y 4,00 € (mensual) Fuente: www.disfrutaverdura.com</p>

Cuadro: PVP huevos especiales 15/07/2011



CARREFOUR	Precio	EROSKI	Precio	MERCADONA	Precio
<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
Buscar					
← Huevos extra grande XL (Servicio: Madrid) - Carre	2.35	← Huevo campero DE LUCAS, cartón 6 unid.	1.45	← Clara Huevo Liquida Pasteurizada, Guillen, Botell	1.06
← Huevos extra grandes XL. - Carrefour - Cartón de	2.35	← Huevo codorniz PITAS, paquete 15 unid.	1.49	← Huevo Cocido, Guillen, Carton 6 U (null/kg)	1
← Huevos frescos grandes L (Servicio:Madrid) - Car	1.6	← Huevo fresco L EL GRANJERO, cartón 12 unid.	1.59	← Huevo Codorniz, Guillem, Carton 12 U (null/kg)	0.99
← Huevos frescos grandes L - Carrefour - Cartón de	1.59	← Huevo fresco L EROSKI, cartón 12 unid.	1.22	← Huevo Gallina Campera Carton 6 U (null/kg)	1.19
← Huevos L - Carrefour - Bandeja de 6 unidades.	0.85	← Huevo fresco L EROSKI, cartón 12 unid.	1.2	← Huevo Grande L Carton 12 U (null/kg)	1.2
← Huevos L - Carton de 6 unidades	0.85	← Huevo fresco L EROSKI, cartón 6 unid.	0.84	← Huevo Grande L Carton 6 U (null/kg)	0.85
← Huevos M - Carrefour - Carton 12 unidades	1.35	← Huevo fresco L GRAN CHEF, cartón 12 unid.	1.69	← Huevo Mediano M Carton 12 U (null/kg)	1.05
← Huevos M. Cartón de 12 unidades	1.05	← Huevo fresco M DAGU, cartón 12 unid.	1.52	← Huevo Super Grandes XI Carton 12 U (null/kg)	2.03
← Huevos medianos M. - Carrefour - Cartón de 12 u	1.35	← Huevo fresco M EROSKI basic, cartón 12 unid.	1.05		
		← Huevo fresco XL EL GRANJERO, cartón 10 unid.	2.15		
		← Huevo fresco XL EROSKI, cartón 12 unid.	1.99		
		← Huevo fresco XL EROSKI, cartón 12 unid.	1.99		
		← Huevo L GRANJERO, cartón 18 unid.	1.99		
		← Huevo Omega3 M EROSKI, cartón 6 unid.	1.15		
		← Huevo XL GRAN CHEF DAGU, cartón 12 unid.	2.2		
		← Huevos campero dieta 65% cereal M EROSKI, ca	1.29		

Cuadro: Comparativa de precios: Huevos 13/07/2011. Fuente: <http://comparasuper.com>

5.4. Conclusiones

Los componentes principales de la cadena de valor del huevo de consumo son la granja de ponedoras y el centro de envasado y embalaje. Normalmente están unidos física y empresarialmente en un mismo establecimiento y proceso industrial y comercial. Incluso las granjas más importantes y de mayor dimensión han integrado el ciclo completo:

- Recría de ponedoras.
- Naves de puesta.
- Centro de envasado y embalaje.
- Logística de los huevos.
- Fábrica de piensos.
- Incluso industria de ovoproductos (en algunos casos)

Como hemos visto anteriormente en otros apartados, existe una tendencia **desaparición de numerosas granjas de menor tamaño**; y favorecido, con ello, la **concentración sectorial**.





ASESORES

Todavía un 22% de las compras de huevo para consumo, que realizan los hogares, se llevan a cabo en las denominadas “**tiendas tradicionales**”, agrupándose bajo este término una enorme variedad de formatos de distribución minorista generalmente informal y no especializada, en la que la oferta de huevos complementa a la de otros productos u otras líneas principales de productos. Esta dispersa y variada estructura de tiendas tradicionales, junto a la importancia creciente del canal foodservice, explica la todavía **significativa presencia de los mayoristas-distribuidores como figura intermedia entre el centro de envasado y la tienda**, presentándose como alternativa de las clásicas plataformas en las que se apoya la distribución moderna.

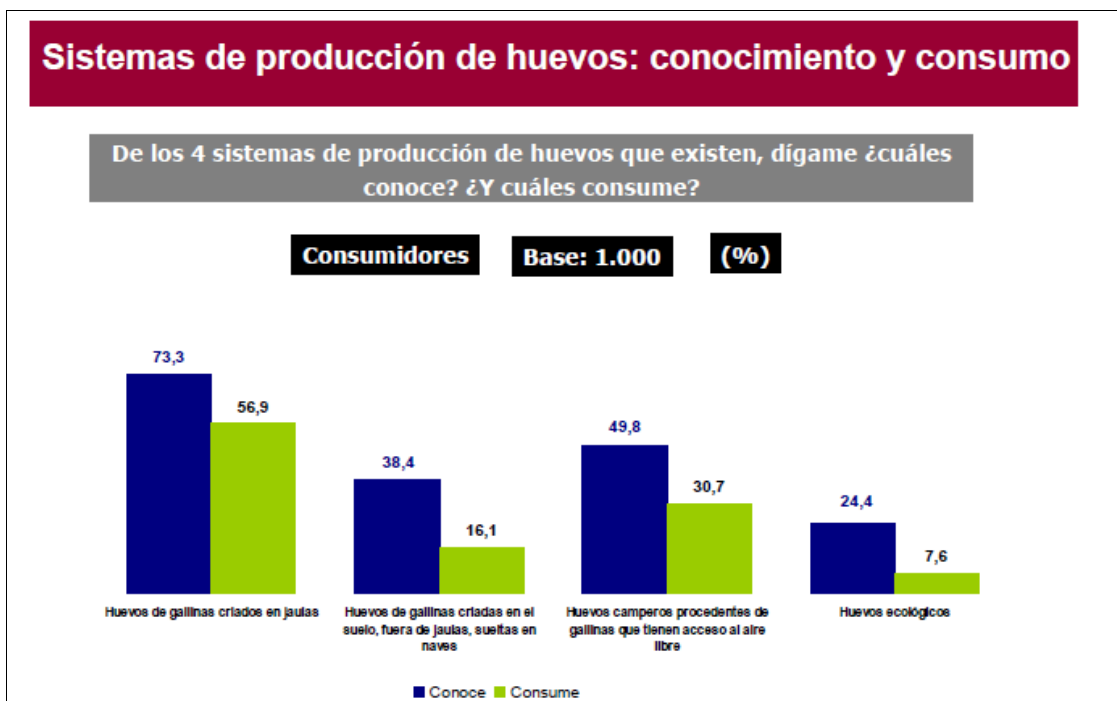
Uno de los **aspectos más preocupantes para el sector, en los momentos actuales, es conocer cuál podrá ser el impacto de las MDD** (ya representan más del 78% de las ventas de la distribución moderna) en los precios y rentabilidad futura del sector, así como la viabilidad futura de determinadas políticas de marcas de fabricantes, diferenciación, etc.



6. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FINAL³

Nos servimos del estudio realizado por el MARM, “*Monográfico productos ecológicos*”, para conocer el comportamiento del consumidor medio español, aunque este estudio sea del 2007 nos ayudará a tener una aproximación al consumidor medio de huevos frescis.

6.1. Factores que influyen en la elección del huevo



Cuadro: Conocimiento del sistema de producción por parte del consumidor.

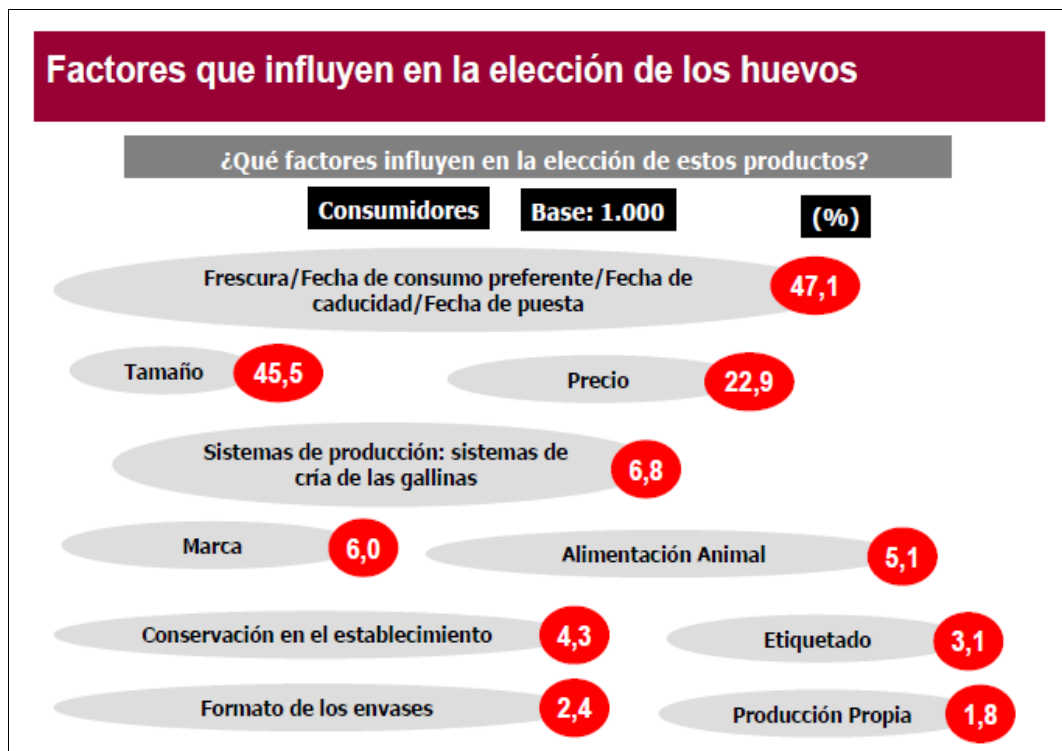
Fuente: Monográfico productos ecológicos. La alimentación en España del 2007

Destacamos del gráfico que si bien existe un conocimiento de los huevos camperos (49,8%) el consumo es bastante inferior (30,7%) aunque esta brecha es menor que en el caso de los huevos ecológicos. Por lo que se debe hacer un mayor trabajo en la promoción y divulgación de los huevos camperos.

³

Fuente: Monográfico productos ecológicos. La alimentación en España del 2007





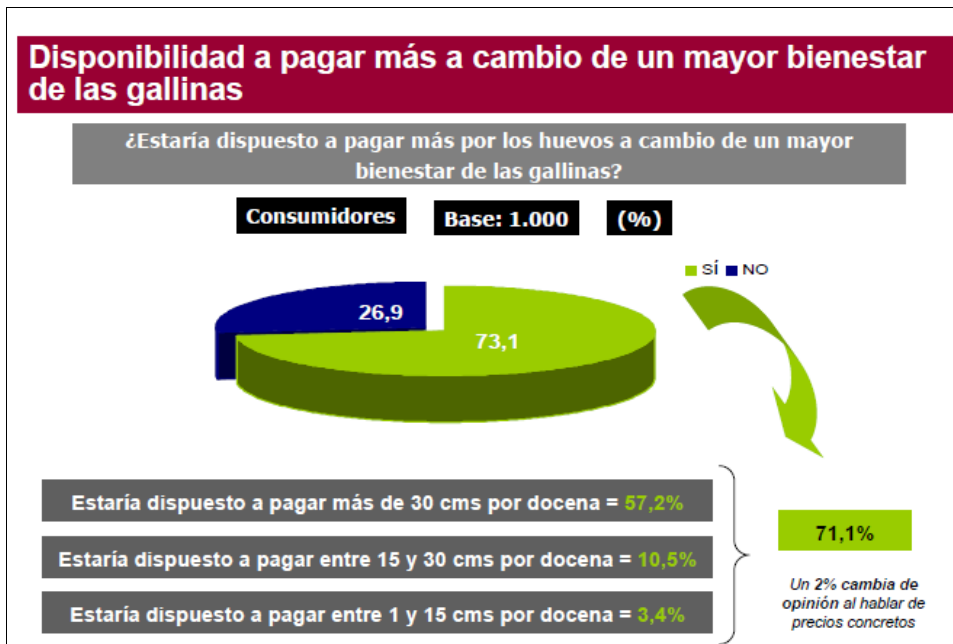
Cuadro: Factores influyentes en la elección del consumidor.

Fuente: Monográfico productos ecológicos. La alimentación en España del 2007

Los factores que más influyen en la elección del consumidor, y con gran diferencia, son la frescura de los huevos (fecha de caducidad/ puesta) y el tamaño, y sorprendentemente el precio en menor medida, seguido por el tipo de cría de las gallinas, que tiene más relevancia que la marca.

Si nos centramos en el factor del precio, observamos que un gran porcentaje de individuos estarían dispuestos a aumentar el precio por adquirir huevos de gallinas criadas por vías que ofrezcan mayor bienestar al animal (sean ecológicas/camperas).





Cuadro: Elasticidad del precio – cría gallinas.

Fuente: Monográfico productos ecológicos. La alimentación en España del 2007

El porcentaje del 71,1%, es un porcentaje muy elevado, y si desgranamos ese porcentaje observamos que más de la mitad estarían dispuestos a pagar más de 30cms en la docena de huevos (alternativos), aunqua la diferencia suele ser entre 1-1.5€ en el caso de camperas y hasta 2-3€ en el caso de ecológicas.

6.2. Conclusiones en el comportamiento del consumidor

De la situación expuesta anteriormetne podemos destacar sobre el comportamiento del consumidor las siguiente ideas:

- Existe cierto desconocimiento del sistema de crias de las gallinas ponedoras y en concreto de las gallinas camperas
- La marca no es relevante en la elección, está incluso por debajo del sistema de cría.
- Los consumidores están dispuestos a pagar más si se asegura un mejor trato a la gallina ponedora.

Por lo que se augura una gran oportunidad para las huevos camperos, ya que pequeñas granjas pueden competir en el mercado con grandes empresas con sus marcas propias, pero para favorecer la comercialización de los huevos camperos se debe realizar mayor promoción y divulgación – educación alimentaria y





ASESORES

sensibilización del consumidor hacia las diferentes tipos de cría de las gallinas ponedoras, así como un mayor conocimiento sobre la calidad y propiedades del huevo fresco, por ejemplo habría que hacer hincapié en el que el tamaño del huevo (gran factor de decisión) NO va unido a la calidad del huevo, si no que se da incluso una relación inversa, ya que un huevo tamaño XL no suele proceder de un método de producción natural.



orientamos...

7. ANEXO I: FUENTES DE INFORMACIÓN Y RECURSOS

7.1. Fuentes de Información:

Instituto del Huevo:

www.institutohuevo.com ; www.huevo.org.es

INNOVO - Asociación Española de Industrias de Ovoproductos

www.inovo.es; www.huevo.org

ASEPRHU - Asociación Española de Productores de Huevos

www.aseprhu.es

Asociaciones regionales:

- Asociación de Avicultores de Castilla La Mancha (AVICAM),
- Asociación Castellano Leonesa de Empresas de Avicultura (ASCLEA)
- Federación Avícola Catalana (FAC)
- Asociación de Avicultores de Guipúzcoa
- Asociación de Avicultores de Vizcaya
- Asociación Avícola Valenciana (ASAV)
- Asociación Andaluza de Avicultura

INPROVO - Organización Interprofesional del Huevo y sus Productos

www.inprovo.com

Miembros

- ASEPRHU** Asociación Española de Productores de Huevos
- ASAJA** Asociación Agraria Jóvenes Agricultores
- CAE** Cooperativas Agro-alimentarias de España
- UPA** Unión de Pequeños Agricultores
- INOVO** Asociación Española de Industrias de Ovoproductos

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CIENCIA AVÍCOLA – WPSA

www.wpsa-aeca.es





ASESORES

FEDERACIÓN AVÍCOLA DE CATALUÑA

<http://www.federacioavicola.org/>

Real Escuela de Avicultura - Selecciones Avícolas

www.avicultura.com

El sitio avícola

www.elsitioavicola.com

Feria Expoaviga: www.expoaviga.com

7.2. Estudios

Detallamos los estudios e investigaciones analizadas para la realización del Estudio de Mercado que hemos presentado, si lo estiman necesario podemos hacerle llegar el informe completo para que amplíen la información específica.

Producción del Huevos, 2009

Fuente: Real Escuela de Avicultura www.avicultura.com

<http://www.avicultura.com/huevos/descargas.html>

Folleto del huevo 2009

“Todo lo que debe saber del huevo”

Fuente: INPROVO

Producción de huevos y pollos alternativos en España y en la U. E.: Situación actual y perspectivas de futuro

Autor: Dr. Ricardo Cepero Briz (eggmeat@unizar.es)

Fuente: Dpto. Producción Animal y Ciencia de los Alimentos. Facultad de Veterinaria. Universidad de Zaragoza

ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS DEL SECTOR DEL HUEVO

Junio 2009 Observatorio de precios de los Alimentos MARM



7.3. Informes adjuntados

Adjuntamos los siguiente informes ya que creemos que pueden resultar interesante su lectura:

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN DE HUEVOS DE GALLINAS BAJO REGÍMENES EXTENSIVOS.

Autor: José Carlos Terraz Cuenca

Granja Pinseque, S.A., Eras, 6. 50298 – PINSEQUE (Zaragoza). Tfno.: 976 617 052.

Fax: 976 651 848

Fuente: Escuela Agraria de Cogullada – Ibercaja.

REFLEXIONES PREVIAS A LA PLANIFICACIÓN DE UNA GRANJA

Autor: Enrique García Martín (Proavial, S.C.P.)

INSTALACIONES PARA LA PRODUCCIÓN DE HUEVOS ALTERNATIVOS ¿QUÉ MODELO ELEGIR EN FUNCIÓN DE LA INVERSIÓN?

Autor: Enrique García Martín (PROAVIAL, C.C.P.)

Jornadas Profesionales de Avicultura de Puesta

GUÍA DE MEJORES TÉCNICAS DISPONIBLES DEL SECTOR DE LA AVICULTURA DE PUESTA

Fuente: MARM 2010

ESTUDIO DE VIABILIDAD GRANJA DE HUEVO ECOLÓGICOS

Fuente: www.aderlan.org

ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA DE HUEVOS DE GALLINA

Auntor: Caudiel (Castellón), diciembre de 2005, Más de Noguera



8. ANEXO II: SERIE HISTÓRICA DE PONEDORAS, RENDIMIENTO Y PRODUCCIÓN

Años	Gallinas Ponedoras (miles de aves)			Rendimiento (huevos/ave)		Producción de huevos (millones de docenas)		
	Selectas	Camperas y otras	Total	Selectas	Camperas y otras	Selectas	Camperas y otras	total
1990	43.397	5.774	49.171	246	144	888,3	69,5	957,8
1991	41.503	5.379	46.882	245	151	848,8	67,7	916,5
1992	39.299	5.034	44.331	245	159	802,2	66,9	869,1
1993	34.546	5.235	39.781	245	153	704,5	66,7	771,2
1994	39.250	4.996	44.246	246	154	805,8	64,3	870,1
1995	40.720	4.888	45.608	246	156	833,2	63,7	896,9
1996	36.399	4.756	41.155	245	157	743,3	62,3	805,6
1997	38.466	4.674	43.140	246	158	787,7	61,4	849,1
1998	37.033	4.514	41.547	245	160	757,3	60,0	817,3
1999	38.503	4.275	42.778	246	165	788,6	58,9	847,5
2000	42.245	4.198	46.443	262	161	922,3	56,3	978,6
2001	42.959	4.137	47.096	262	164	937,5	56,5	994,0
2002	43.066	3.852	46.919	281	182	1.007,0	58,4	1.065,4
2003	44.884	3.544	48.428	263	161	985,2	47,5	1.032,7
2004	49.092	3.341	52.433	264	163	1.081,5	45,4	1.126,9
2005	47.991	3.150	51.141	263	163	1.052,3	42,9	1.095,4
2006	48.180	2.910	51.090	262	163	1.053,9	39,6	1.093,5
2007	47.552	2.943	50.495	265	163	1.051,2	40,1	1.091,3
2008	47.647	2.348	49.995	263	163	1.042,7	31,9	1.074,7
2009	48.428	2.165	50.593	264	174	1.065,8	31,4	1.097,2

Cuadro: Huevos de gallina para consumo: Serie histórica de ponedoras, rendimiento y producción
Fuente: ANUARIO DE ESTADÍSTICA 2009 (MARM)

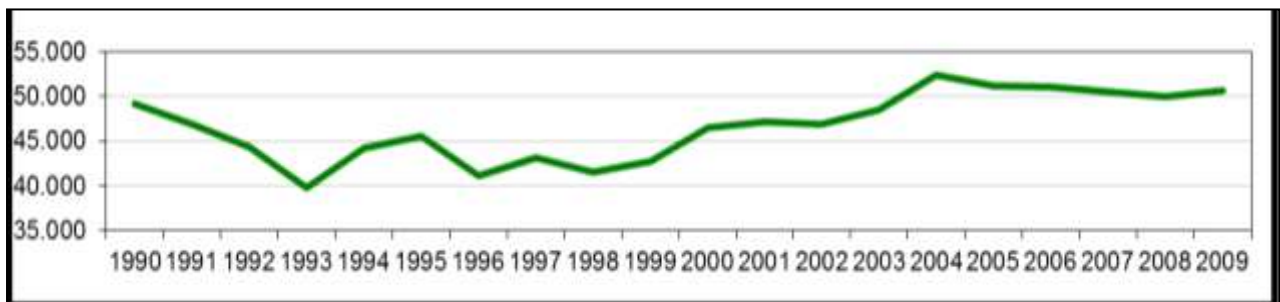


Gráfico: Evolución gallinas ponedoras Fuente: ANUARIO DE ESTADÍSTICA 2009 (MARM)

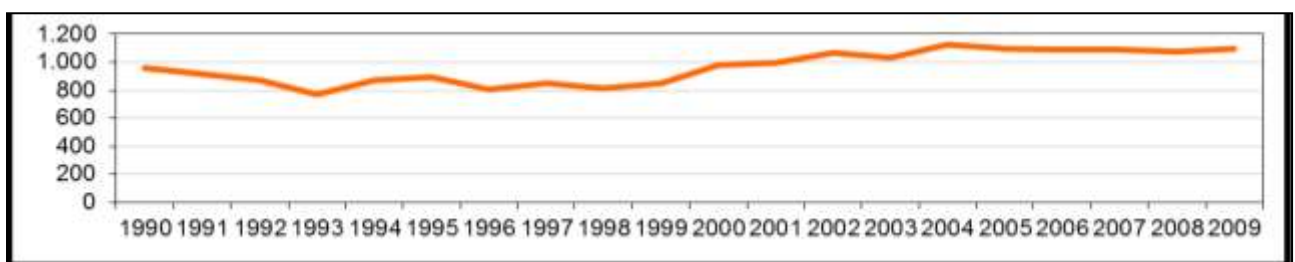


Gráfico: Evolución Producción gallinas ponedoras Fuente: ANUARIO DE ESTADÍSTICA 2009 (MARM)



9. ANEXO III: DISTRIBUCIÓN POR CC.AA.

Provincias y Comunidades Autónomas	Gallinas Ponedoras (Nº)				
	Selectas	Camperas	% Camperas	Total	%
A Coruña	252.059	352.240	16,27%	604.299	1,19%
Lugo	403.446	155.320	7,17%	558.766	1,10%
Ourense	906.478	84.335	3,90%	990.813	1,96%
Pontevedra	374.100	573.305	26,48%	947.405	1,87%
GALICIA	1.936.083	1.165.200	53,82%	3.101.283	6,13%
			0,00%		0,00%
P. DE ASTURIAS	20.000	130.000	6,00%	350.000	0,69%
			0,00%		0,00%
CANTABRIA	79.171	2.520	0,12%	81.691	0,16%
Álava	277.200	10.400	0,48%	287.600	0,57%
Guipúzcoa	521.840	19.525	0,90%	541.365	1,07%
Vizcaya	538.000	25.000	1,15%	563.000	1,11%
PAÍS VASCO	1.337.040	54.925	2,54%	1.391.965	2,75%
			0,00%		0,00%
NAVARRA	923.000	50.000	2,31%	973.000	1,92%
			0,00%		0,00%
LA RIOJA	132.881	14.950	0,69%	147.831	0,29%
Huesca	1.352.562		0,00%	1.352.562	2,67%
Teruel	139.612		0,00%	139.612	0,28%
Zaragoza	2.600.242	100.000	4,62%	2.700.242	5,34%
ARAGÓN	4.092.416	100.000	4,62%	4.192.416	8,29%
Barcelona	668.638	530	0,02%	669.168	1,32%
Girona	381.922	9.405	0,43%	391.327	0,77%
Lleida	1.855.104	1.484	0,07%	1.856.588	3,67%
Tarragona	2.242.207	55.165	2,55%	2.297.372	4,54%
CATALUÑA	5.147.871	66.584	3,08%	5.214.455	10,31%
			0,00%		0,00%
BALEARES	327.333	16.413	0,76%	343.746	0,68%
Ávila	264.465	18.792	0,87%	283.257	0,56%
Burgos	1.581.962	781	0,04%	1.582.743	3,13%
León	157.130	110.000	5,08%	267.130	0,53%
Palencia	349.300	5.000	0,23%	354.300	0,70%
Salamanca	95.000	5.000	0,23%	100.000	0,20%
Segovia	1.210.641	30.000	1,39%	1.240.641	2,45%
Soria	63.317	138	0,01%	63.455	0,13%
Valladolid	5.347.988	6.500	0,30%	5.354.488	10,58%
Zamora		20.000	0,92%	20.000	0,04%
CASTILLA Y LEÓN	9.069.803	196.211	9,06%	9.266.014	18,31%
			0,00%		0,00%
MADRID	1.697.078		0,00%	1.697.078	3,35%
Albacete	40.170	13.000	0,60%	53.170	0,11%



Ciudad Real	258.500	34.250	1,58%	292.750	0,58%
Cuenca	1.438.258	10.480	0,48%	1.448.738	2,86%
Guadalajara	5.173.497	51	0,00%	5.173.548	10,23%
Toledo	5.567.059	22.357	1,03%	5.589.416	11,05%
CASTILLA-LA MANCHA	12.477.484	80.138	3,70%	12.557.622	24,82%
			0,00%		0,00%
Alicante	292.929	5.852	0,27%	298.781	0,59%
Castellón	513.760	-	0,00%	513.760	1,02%
Valencia	3.411.011	51.830	2,39%	3.462.841	6,84%
C. VALENCIANA	4.217.700	57.682	2,66%	4.275.382	8,45%
			0,00%		0,00%
R. DE MURCIA	331.150	17.510	0,81%	348.660	0,69%
Badajoz	1.406.000,00	32.000,00	1,48%	1.438.000,00	2,84%
Cáceres	36.000,00	39.000,00	1,80%	75.000,00	0,15%
EXTREMADURA	1.442.000,00	71.000,00	3,28%	1.513.000,00	2,99%
Almería	60.000	4.000	0,18%	64.000	0,13%
Cádiz	452.123	56.850	2,63%	508.973	1,01%
Córdoba	345.346	-	0,00%	345.346	0,68%
Granada	124.738	3.065	0,14%	127.803	0,25%
Huelva	154.870	-	0,00%	154.870	0,31%
Jaén	89.941	4.734	0,22%	94.675	0,19%
Málaga	333.976	-	0,00%	333.976	0,66%
Sevilla	1.794.250	5.000	0,23%	1.799.250	3,56%
ANDALUCÍA	3.355.244	73.649	3,40%	3.428.893	6,78%
Las Palmas	809.972	37.239	1,72%	847.211	1,67%
S.C. de Tenerife	832.000	31.000	1,43%	863.000	1,71%
CANARIAS	1.641.972	68.239	3,15%	1.710.211	3,38%
ESPAÑA	48.428.226	2.165.021	100,00%	50.593.247	100,00%

Provincias y Comunidades Autónomas	Gallinas. producción (miles de docenas)				
	Selectas	Camperas	% Camperas	Total	%
A Coruña	5.041	4.917	15,66%	9.958	0,91%
Lugo	8.069	1.650	5,26%	9.719	0,89%
Ourense	18.885	1.054	3,36%	19.939	1,82%
Pontevedra	8.417	7.644	24,34%	16.061	1,46%
GALICIA	40.412	15.266	48,62%	55.678	5,07%
			0,00%		0,00%
P. DE ASTURIAS	4.492	1.463	4,66%	5.954	0,54%
			0,00%		0,00%
CANTABRIA	1.781	40	0,13%	1.821	0,17%
			0,00%		0,00%
Álava	6.237	165	0,52%	6.402	0,58%
Guipúzcoa	11.741	325	1,04%	12.067	1,10%
Vizcaya	12.105	417	1,33%	12.522	1,14%
PAÍS VASCO	30.083	907	2,89%	30.990	2,82%



			0,00%		0,00%
NAVARRA	22.460	608	1,94%	23.068	2,10%
			0,00%		0,00%
LA RIOJA	3.211	249	0,79%	3.460	0,32%
Huesca	27.488	–	0,00%	27.488	2,51%
Teruel	2.839	–	0,00%	2.839	0,26%
Zaragoza	52.144	1.625	5,18%	53.769	4,90%
ARAGÓN	82.471	1.625	5,18%	84.096	7,66%
Barcelona	16.549	8	0,03%	16.557	1,51%
Girona	9.453	149	0,47%	9.601	0,88%
Lleida	45.914	23	0,07%	45.937	4,19%
Tarragona	55.495	873	2,78%	56.368	5,14%
CATALUÑA	127.410	1.054	3,36%	128.464	11,71%
			0,00%		0,00%
BALEARES	7.365	178	0,57%	7.543	0,69%
Ávila	5.950	313	1,00%	6.264	0,57%
Burgos	35.594	11	0,04%	35.605	3,25%
León	3.274	1.513	4,82%	4.786	0,44%
Palencia	7.859	69	0,22%	7.928	0,72%
Salamanca	2.138	73	0,23%	2.210	0,20%
Segovia	25.222	400	1,27%	25.622	2,34%
Soria	1.398	2	0,01%	1.400	0,13%
Valladolid	118.101	81	0,26%	118.183	10,77%
Zamora		333	1,06%	333	0,03%
CASTILLA Y LEÓN	199.536	2.795	8,90%	202.331	18,44%
			0,00%		0,00%
MADRID	37.053	–	0,00%	37.053	3,38%
Albacete	870	130	0,41%	1.000	0,09%
Ciudad Real	5.127	451	1,44%	5.578	0,51%
Cuenca	31.162	192	0,61%	31.354	2,86%
Guadalajara	112.092	1	0,00%	112.093	10,22%
Toledo	118.048	2.236	7,12%	120.284	10,96%
CASTILLA-LA MANCHA	267.300	3.010	9,58%	270.310	24,64%
Alicante	5.614	59	0,19%	5.673	0,52%
Castellón	11.560	–	0,00%	11.560	1,05%
Valencia	77.157	1.227	3,91%	78.385	7,14%
C. VALENCIANA	94.331	1.286	4,10%	95.617	8,71%
			0,00%		0,00%
R. DE MURCIA	6.623	241	0,77%	6.864	0,63%
Badajoz	30.111,8	320,0	1,02%	30.431,8	2,77%
Cáceres	753,0	390,0	1,24%	1.143,0	0,10%
EXTREMADURA	30.864,8	710,0	2,26%	31.574,8	2,88%
Almería	1.300	40	0,13%	1.340	0,12%
Cádiz	10.173	624	1,99%	10.797	0,98%
Córdoba	7.482	–	0,00%	7.482	0,68%
Granada	2.599	45	0,14%	2.644	0,24%
Huelva	3.226	–	0,00%	3.226	0,29%





A S E S O R E S

Jaén	2.024	47	0,15%	2.071	0,19%
Málaga	6.819	-	0,00%	6.819	0,62%
Sevilla	40.353	75	0,24%	40.428	3,68%
ANDALUCÍA	73.976	832	2,65%	74.808	6,82%
Las Palmas	17.549	621	1,98%	18.170	1,66%
S.C. de Tenerife	18.859	517	1,65%	19.375	1,77%
CANARIAS	36.408	1.137	3,62%	37.545	3,42%
ESPAÑA	1.065.778	31.400	100,00%	1.097.178	100,00%



orientamos...

10. ANEXO VI: COYUNTURA ECONÓMICA SECTOR HUEVOS

DATOS DE COYUNTURA DEL SECTOR HUEVOS (RESUMEN ANUAL)								
	Años	PARÁMETROS						
		Censo de ponedoras (miles de aves)	Producción de huevos (miles de docenas)	Comercio Intra - CE (toneladas, equiv. Huevo cáscara)		Comercio Extra - CE (toneladas, equiv. Huevo cáscara)		Precios de mercado Huevos L / M €/100 kg
				Importación	Exportación	Importación	Exportación	
ESPAÑA (*)	2008	49.995	1.074.659	22.785	149.279	775	7.001	103,09
	2009	50.593	1.097.177	27.780	159.088	333	4.931	110,40
	% 09/08	1,20	2,10	21,92	6,57	-57,03	-29,57	7,09
	2010	46.671	1.000.239	30.726	135.734	519	7.193	90,03
	% 10/09	-7,75	-8,84	10,60	-14,68	55,88	45,87	-18,45
UNIÓN EUROPEA	2008	366.841	8.146.917	sin datos	sin datos	33.870	266.387	113,21
	2009	362.462	8.182.417	sin datos	sin datos	46.419	215.389	119,89
	% 09/08	-1,19	0,44	---	---	37,05	-19,14	5,90
	2010	380.752	8.615.083	sin datos	sin datos	43.224	258.874	112,09
	% 10/09	5,05	5,29	---	---	-8,88	20,19	-6,51

(*) En España se considera tanto el censo como la producción total de huevos (ponedoras selectas y estimación de las destinadas al autoconsumo en la explotación agraria).

Fuentes : S.G. Estadística (MARM).
 Agencia Estatal de la Administración Tributaria (A.E.A.T.).
 Comisión de la Unión Europea.

Año 2010: datos provisionales.
 Elaboración: S.G. Productos Ganaderos.
 Fecha de actualización: 04/05/2011



11. ANEXOV: EVOLUCIÓN MERCADO AVICOLA EN ESPAÑA (Precios)

Evolución del mercado avícola en España
Año 2010

Semana	Fecha	Pollo (€/kg)		Huevos color (€/doc.)			
		Amarillo	Bianco	XL	L	M	S
1	04-ene-10	0,95	0,90	1,16	0,95	0,94	0,84
2	11-ene-10	0,95	0,90	1,00	0,95	0,79	0,84
3	18-ene-10	1,00	0,94	0,97	0,92	0,70	0,81
4	25-ene-10	1,00	0,94	0,97	0,92	0,70	0,81
5	01-feb-10	0,90	0,84	0,97	0,92	0,70	0,81
6	08-feb-10	0,90	0,84	0,97	0,93	0,70	0,83
7	15-feb-10	0,75	0,68	0,98	0,95	0,81	0,83
8	22-feb-10	0,75	0,80	1,01	0,90	0,85	0,87
9	01-mar-10	0,71	0,87	1,00	0,91	0,80	0,70
10	08-mar-10	0,96	0,97	1,00	0,91	0,80	0,70
11	15-mar-10	1,00	1,00	1,00	0,91	0,80	0,70
12	22-mar-10	1,00	1,00	1,00	0,91	0,80	0,70
13	29-mar-10	1,00	1,00	1,00	0,91	0,80	0,70
14	05-abr-10	1,00	1,00	1,00	0,91	0,80	0,70
15	12-abr-10	1,00	1,00	1,00	0,87	0,81	0,88
16	19-abr-10	1,15	1,00	1,00	0,84	0,70	0,84
17	26-abr-10	1,15	1,00	1,00	0,80	0,72	0,80
18	03-may-10	0,90	1,00	1,00	0,78	0,67	0,88
19	10-may-10	0,80	0,80	1,00	0,71	0,60	0,80
20	17-may-10	0,80	0,80	1,00	0,68	0,57	0,45
21	24-may-10	0,75	0,80	1,00	0,64	0,54	0,40
22	31-may-10	0,75	0,80	1,00	0,64	0,54	0,40
23	07-jun-10	0,85	0,80	1,00	0,64	0,54	0,40
24	14-jun-10	0,89	0,87	1,00	0,64	0,54	0,40
25	21-jun-10	0,89	0,87	1,00	0,64	0,54	0,40
26	28-jun-10	0,89	0,80	1,00	0,61	0,51	0,39
27	05-jul-10	0,96	0,84	1,00	0,59	0,49	0,37
28	12-jul-10	0,96	0,84	1,00	0,57	0,47	0,38
29	19-jul-10	0,96	0,86	1,00	0,55	0,45	0,33
30	26-jul-10	0,96	1,00	1,00	0,55	0,45	0,33
31	02-ago-10	0,99	1,00	1,00	0,55	0,45	0,33
32	09-ago-10	1,10	1,06	1,00	0,55	0,45	0,33
33	16-ago-10	1,17	1,06	1,05	0,50	0,47	0,34
34	23-ago-10	1,17	1,09	1,07	0,61	0,50	0,37
35	30-ago-10	1,17	1,09	1,00	0,64	0,54	0,39
36	06-sep-10	1,20	1,11	1,00	0,60	0,50	0,40
37	13-sep-10	1,30	1,21	1,00	0,60	0,50	0,40
38	20-sep-10	1,39	1,29	1,00	0,60	0,54	0,39
39	27-sep-10	1,39	1,29	1,00	0,60	0,51	0,37
40	04-oct-10	1,31	1,29	1,05	0,60	0,40	0,35
41	11-oct-10	1,20	1,29	1,00	0,50	0,47	0,34
42	18-oct-10	1,10	1,29	1,00	0,50	0,47	0,34
43	25-oct-10	1,10	1,20	1,00	0,50	0,47	0,34
44	01-nov-10	0,85	1,04	1,00	0,50	0,47	0,34
45	08-nov-10	0,99	1,04	1,00	0,50	0,47	0,34
46	15-nov-10	0,99	1,04	1,04	0,50	0,40	0,35
47	22-nov-10	0,80	1,04	1,04	0,50	0,40	0,35
48	29-nov-10	0,79	1,04	1,04	0,50	0,40	0,35
49	06-dic-10	0,80	0,95	1,04	0,50	0,40	0,35
50	13-dic-10	1,01	0,95	1,04	0,50	0,40	0,35
51	20-dic-10	1,05	0,95	1,04	0,50	0,40	0,35
52	27-dic-10	0,90	0,95	1,04	0,50	0,40	0,35
Media acumulada 2010		1,00	1,00	1,00	0,70	0,61	0,47
Media mismo periodo año 2009		1,00	1,00	1,11	0,89	0,69	0,67
Variación 2010/2009		-3%	-0%	-7%	-21%	-34%	-17%

Fuente: Real Escuela de Avicultura
www.avicultura.com

Todos los precios son de la lonja de Bellpuig excepto el del pollo blanco que es Zaragoza
Precio pollo: por kg de peso vivo (a pie de granja). Huevos: precio por docena
Categorías de huevos: XL (>73 g), L (63-73 g), M (53-63 g) y S (<53 g)





A S E S Cotizaciones del Huevo en España (lonja de Bellpuig) - Fuente: revista SELECCIONES AVICOLAS - Categorías de huevos: XL (>73 g), L (63-73 g), M (53-63 g) y S (<53 g)

Semana	2002				2003				2004				2005				2006				2007				2008										
	XL	L	M	S	media	XL	L	M	S	media	XL	L	M	S	media	XL	L	M	S	media	XL	L	M	S	media	XL	L	M	S	media					
1	0,84	0,73	0,69	0,54	0,70	0,93	0,74	0,67	0,53	0,72	1,18	0,96	0,86	0,72	0,93	0,65	0,48	0,46	0,35	0,49	0,82	0,69	0,63	0,48	0,66	1,01	0,80	0,74	0,51	0,77	1,14	0,93	0,87	0,70	0,91
2	0,84	0,73	0,69	0,54	0,70	0,88	0,70	0,61	0,44	0,66	1,10	0,86	0,76	0,65	0,84	0,65	0,48	0,46	0,35	0,49	0,82	0,69	0,63	0,48	0,66	1,01	0,80	0,74	0,51	0,77	1,14	0,93	0,87	0,70	0,91
3	0,78	0,65	0,59	0,50	0,63	0,83	0,67	0,57	0,43	0,63	1,05	0,78	0,72	0,62	0,79	0,65	0,48	0,46	0,35	0,49	0,80	0,66	0,60	0,46	0,63	1,01	0,80	0,74	0,51	0,77	1,14	0,93	0,87	0,70	0,91
4	0,78	0,65	0,61	0,51	0,64	0,83	0,67	0,57	0,43	0,63	1,05	0,78	0,72	0,62	0,79	0,65	0,48	0,46	0,35	0,49	0,80	0,66	0,60	0,46	0,63	1,01	0,80	0,74	0,51	0,77	1,14	0,93	0,87	0,70	0,91
5	0,78	0,65	0,61	0,51	0,64	0,83	0,67	0,59	0,44	0,63	1,05	0,78	0,72	0,62	0,79	0,65	0,48	0,46	0,35	0,49	0,80	0,66	0,60	0,40	0,62	1,01	0,80	0,74	0,51	0,77	1,10	0,90	0,84	0,65	0,87
6	0,78	0,65	0,61	0,51	0,64	0,83	0,67	0,60	0,44	0,64	1,05	0,78	0,72	0,62	0,79	0,65	0,48	0,46	0,35	0,49	0,80	0,66	0,60	0,46	0,63	1,01	0,80	0,74	0,51	0,77	1,10	0,90	0,84	0,65	0,87
7	0,78	0,65	0,61	0,51	0,64	0,83	0,67	0,60	0,44	0,64	1,05	0,78	0,72	0,62	0,79	0,65	0,48	0,46	0,35	0,49	0,83	0,66	0,60	0,46	0,64	1,01	0,80	0,74	0,51	0,77	1,10	0,90	0,84	0,65	0,87
8	0,78	0,65	0,61	0,51	0,64	0,83	0,67	0,60	0,44	0,64	1,05	0,78	0,72	0,62	0,79	0,65	0,48	0,46	0,35	0,49	0,85	0,67	0,62	0,47	0,65	1,01	0,86	0,75	0,53	0,79	1,10	0,90	0,84	0,65	0,87
9	0,78	0,65	0,61	0,51	0,64	0,83	0,67	0,61	0,44	0,64	1,00	0,73	0,67	0,57	0,74	0,65	0,50	0,48	0,38	0,50	0,85	0,67	0,63	0,49	0,66	1,01	0,82	0,77	0,55	0,79	1,10	0,90	0,84	0,65	0,87
10	0,78	0,65	0,61	0,51	0,64	0,83	0,69	0,63	0,46	0,65	1,00	0,70	0,64	0,54	0,72	0,65	0,52	0,50	0,38	0,51	0,85	0,67	0,63	0,49	0,66	1,01	0,83	0,78	0,57	0,80	1,10	0,90	0,84	0,65	0,87
11	0,78	0,65	0,61	0,51	0,64	0,83	0,72	0,66	0,48	0,67	1,00	0,70	0,64	0,54	0,72	0,65	0,52	0,50	0,38	0,51	0,85	0,67	0,63	0,49	0,66	0,98	0,80	0,75	0,55	0,77	1,10	0,90	0,84	0,65	0,87
12	0,78	0,65	0,61	0,51	0,64	0,83	0,72	0,66	0,48	0,67	1,00	0,70	0,64	0,54	0,72	0,65	0,52	0,50	0,38	0,51	0,85	0,67	0,63	0,49	0,66	0,98	0,80	0,75	0,55	0,77	1,10	0,90	0,84	0,65	0,87
13	0,78	0,65	0,61	0,51	0,64	0,83	0,70	0,64	0,48	0,66	1,00	0,70	0,64	0,54	0,72	0,65	0,52	0,50	0,38	0,51	0,85	0,67	0,63	0,49	0,66	0,98	0,80	0,75	0,55	0,77	1,10	0,90	0,84	0,65	0,87
14	0,78	0,65	0,61	0,51	0,64	0,83	0,70	0,64	0,48	0,66	1,00	0,70	0,64	0,54	0,72	0,65	0,52	0,50	0,38	0,51	0,85	0,67	0,63	0,49	0,66	0,98	0,83	0,76	0,55	0,78	1,05	0,85	0,78	0,61	0,82
15	0,81	0,62	0,54	0,45	0,61	0,83	0,70	0,64	0,48	0,66	0,97	0,63	0,55	0,45	0,65	0,95	0,52	0,50	0,38	0,51	0,85	0,67	0,63	0,49	0,66	0,98	0,83	0,76	0,55	0,78	1,05	0,83	0,75	0,59	0,81
16	0,83	0,60	0,51	0,44	0,60	0,83	0,70	0,64	0,48	0,66	0,95	0,57	0,48	0,40	0,60	0,95	0,50	0,45	0,33	0,48	0,85	0,67	0,63	0,49	0,66	0,95	0,78	0,71	0,50	0,74	1,05	0,81	0,72	0,55	0,78
17	0,83	0,58	0,49	0,42	0,58	0,86	0,70	0,64	0,48	0,67	0,95	0,57	0,48	0,40	0,60	0,95	0,49	0,43	0,31	0,47	0,85	0,67	0,63	0,49	0,66	0,98	0,75	0,64	0,45	0,71	1,05	0,79	0,70	0,53	0,77
18	0,81	0,56	0,46	0,40	0,56	0,88	0,70	0,64	0,48	0,68	0,95	0,58	0,49	0,40	0,61	0,95	0,47	0,40	0,25	0,44	0,85	0,67	0,63	0,49	0,66	0,98	0,75	0,64	0,45	0,71	1,05	0,77	0,68	0,50	0,75
19	0,81	0,54	0,46	0,40	0,55	0,90	0,68	0,60	0,49	0,67	0,95	0,58	0,49	0,40	0,61	0,71	0,47	0,39	0,25	0,46	0,87	0,65	0,60	0,45	0,64	0,99	0,70	0,59	0,40	0,67	1,05	0,76	0,65	0,47	0,73
20	0,81	0,55	0,47	0,41	0,56	0,90	0,68	0,60	0,49	0,67	0,95	0,58	0,49	0,40	0,61	0,75	0,47	0,39	0,25	0,47	0,87	0,63	0,58	0,43	0,63	1,00	0,65	0,54	0,39	0,65	1,05	0,75	0,63	0,45	0,72
21	0,81	0,55	0,47	0,41	0,56	0,90	0,68	0,60	0,49	0,67	0,93	0,55	0,47	0,35	0,58	0,80	0,49	0,40	0,28	0,49	0,87	0,61	0,55	0,40	0,61	1,00	0,65	0,54	0,39	0,65	1,05	0,75	0,63	0,45	0,72
22	0,81	0,56	0,48	0,42	0,57	0,90	0,68	0,60	0,49	0,67	0,93	0,55	0,47	0,35	0,58	0,84	0,50	0,41	0,28	0,51	0,87	0,59	0,52	0,36	0,59	1,02	0,67	0,56	0,41	0,67	1,05	0,75	0,63	0,45	0,72
23	0,83	0,57	0,49	0,44	0,58	0,90	0,68	0,60	0,49	0,67	0,93	0,55	0,47	0,35	0,58	0,84	0,50	0,41	0,28	0,51	0,87	0,58	0,50	0,34	0,57	1,02	0,67	0,56	0,44	0,67	1,05	0,75	0,63	0,45	0,72
24	0,88	0,59	0,50	0,44	0,60	0,91	0,68	0,58	0,50	0,67	0,93	0,55	0,47	0,35	0,58	0,84	0,50	0,41	0,28	0,51	0,89	0,58	0,50	0,34	0,58	1,02	0,69	0,58	0,46	0,69	1,05	0,75	0,63	0,45	0,72
25	0,90	0,59	0,50	0,44	0,61	0,93	0,68	0,55	0,50	0,67	0,93	0,55	0,47	0,35	0,58	0,84	0,50	0,41	0,28	0,51	0,95	0,58	0,50	0,34	0,59	1,02	0,69	0,58	0,46	0,69	1,06	0,77	0,65	0,46	0,74
26	0,92	0,59	0,50	0,44	0,61	0,97	0,68	0,50	0,44	0,65	0,93	0,55	0,47	0,35	0,58	0,87	0,52	0,41	0,28	0,52	0,97	0,58	0,50	0,34	0,60	1,02	0,69	0,58	0,46	0,69	1,06	0,77	0,65	0,46	0,74
27	0,92	0,59	0,50	0,44	0,61	1,02	0,68	0,50	0,44	0,66	0,93	0,55	0,47	0,35	0,58	0,90	0,54	0,41	0,28	0,53	0,99	0,58	0,50	0,34	0,60	1,02	0,69	0,58	0,46	0,69	1,07	0,77	0,65	0,46	0,74
28	0,92	0,59	0,50	0,44	0,61	1,04	0,68	0,50	0,44	0,67	0,93	0,55	0,47	0,35	0,58	0,93	0,56	0,43	0,30	0,56	1,01	0,58	0,50	0,34	0,61	1,02	0,70	0,60	0,48	0,70	1,07	0,77	0,65	0,46	0,74
29	0,92	0,59	0,50	0,44	0,61	1,06	0,68	0,53	0,44	0,68	0,93	0,55	0,47	0,35	0,58	0,96	0,58	0,45	0,30	0,57	1,01	0,58	0,50	0,34	0,61	1,02	0,71	0,61	0,49	0,71	1,07	0,77	0,65	0,46	0,74
30	0,92	0,59	0,50	0,44	0,61	1,06	0,69	0,55	0,45	0,69	0,95	0,55	0,47	0,35	0,58	0,99	0,60	0,46	0,30	0,59	1,01	0,58	0,50	0,34	0,61	1,02	0,72	0,62	0,51	0,72	1,07	0,77	0,65	0,46	0,74
31	0,92	0,59	0,50	0,44	0,61	1,06	0,69	0,55	0,45	0,69	0,95	0,55	0,47	0,35	0,58	0,99	0,60	0,46	0,30	0,59	1,01	0,58	0,50	0,34	0,61	1,02	0,72	0,62	0,51	0,72	1,07	0,77	0,65	0,46	0,74
32	0,92	0,59	0,50	0,44	0,61	1,06	0,69	0,55	0,45	0,69	0,95	0,55	0,47	0,35	0,58	0,99	0,60	0,46	0,30	0,59	1,01	0,60	0,50	0,34	0,61	1,02	0,73	0,63	0,51	0,72	1,07	0,77	0,65	0,46	0,74
33	0,92	0,59	0,50	0,44	0,61	1,06	0,70	0,55	0,46	0,69	0,95	0,55	0,47	0,35	0,58	0,99	0,62	0,47	0,30	0,60	1,01	0,61	0,51	0,34	0,62	1,02	0,74	0,65	0,51	0,73	1,07	0,77	0,65	0,46	0,74
34	0,92	0,59	0,50	0,44	0,61	1,06	0,70	0,55	0,46	0,69	0,95	0,55	0,47	0,35	0,58	1,01	0,64	0,50	0,32	0,62	1,01	0,64	0,54	0,36	0,64	1,03	0,76	0,67	0,54	0,75	1,07	0,77	0,65	0,46	0,74
35	0,92	0,59	0,50	0,44	0,61	1,07	0,71	0,57	0,49	0,71	0,95	0,55	0,47	0,35	0,58	1,03	0,66	0,54	0,34	0,64	1,01	0,67	0,57	0,38	0,66	1,04	0,78	0,69	0,57	0,77	1,08	0,78	0,66	0,46	0,75
36	0,92	0,59	0,50	0,44	0,61	1,10	0,73	0,62	0,51	0,74	0,95	0,55	0,47	0,35	0,58	1,03	0,68	0,58	0,38	0,67	1,01	0,68	0,59	0,39	0,67	1,05	0,80	0,71	0,57	0,78	1,08	0,78	0,66	0,46	0,75
37	0,93	0,61	0,51	0,46	0,63	1,18	0,83																												



12. ANEXO VI: FICHAS DE PRODUCTORES (ASEPRHU)

CRIADORES DE HUEVOS

GRANJA BAILON

Provincia Zaragoza
Comunidad Autónoma Aragón
Teléfono 976600782
Fax 976812756
E-Mail granjabailon@yahoo.es
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

GRANJA AVICOLA LAGUNAS, S.L

Provincia **Teruel**
Comunidad Autónoma Aragón
Teléfono 978822604 Fax 978822586
E-Mail lagunas@public.ibercaja.es
Forma de Cría Jaula
Exportación No

COOPERATIVAS OURENSANAS S.C.G

Provincia **Ourense**
Comunidad Autónoma Galicia
Teléfono 988227785
Fax 988253317
E-Mail clasificadora@coren.es
Página Web www.coren.es
Forma de Cría Campera | Jaula
Exportación Si

GRANJA CAMPOMAYOR, S.L.

Provincia Lugo
Comunidad Autónoma Galicia
E-Mail matines@campomayor.com
Página Web www.campomayor.com
Especialidades Huevos enriquecidos con Omega 3.
Forma de Cría Campera | Jaula
Exportación No

ADS DE AVICULTURA DE RECRÍA Y PUESTA

Provincia Pontevedra
Comunidad Autónoma Galicia
E-Mail adsavicultura@hotmail.com
Forma de Cría Jaula
Exportación No

ASTURIANA DE AVICULTURA S.L.

Provincia Asturias
Comunidad Autónoma Asturias
Teléfono 985770942 Fax 985772663





ASESORES

E-Mail sancucao@asturianadehuevos.es
Página Web www.asturianadehuevos.es
Forma de Cría Jaula
Exportación No

RUALMAR, S.L.

Provincia León
Comunidad Autónoma Castilla y León
E-Mail rualmar.facturacion@gmail.com
Forma de Cría Campera | Jaula
Exportación Si
Ver artículo 2005: "Hoy visitamos: una granja de gallinas camperas RUALMAR"
<http://www.avicultura.com/docsav/SA2005Jul451-453.pdf>

HIBRAMER, S.A.

Provincia Valladolid
Comunidad Autónoma Castilla y León
E-Mail hibramer@hibramer.com
Página Web www.hibramer.com
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

PRODUCCIONES AVICOLAS EL GRANJERO, S.L.

Provincia Segovia
Comunidad Autónoma Castilla y León
E-Mail elgranjero@telefonica.net
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

HUEVOS DE CAMPOS, S.L.

Provincia Palencia
Comunidad Autónoma Castilla y León
E-Mail huevos@terra.es
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

RESERVADO LA ANDAYA, S.A.T.

Provincia Burgos
Comunidad Autónoma Castilla y León
E-Mail granjamartinez@telefonica.net
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

GRUPO LECHE PASCUAL S.A.

Provincia Burgos
Comunidad Autónoma Castilla y León
E-Mail relacionesexternas@lechepascual.com
Página Web www.lechepascual.com
Forma de Cría Jaula
Exportación No

AVICOLA ARBARAITZ

orientamos...





ASESORES

Provincia Álava
Comunidad Autónoma País Vasco
Teléfono 943651589
Fax 943651798 E-Mail avicolaarbaraitz@stl.logiccontrol.es
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

GIPUZCOANO OILOZAINEN ELKARTEA (GOE)

Provincia Gipuzcoa
Comunidad Autónoma País Vasco
Teléfono 943083888 Fax 943083889
E-Mail abelur@abelur.net
Forma de Cría Jaula
Exportación No

AVICOLA TOLOSA

Provincia Guipúzcoa
Comunidad Autónoma País Vasco
Teléfono 945403084 Fax 943674104
E-Mail tolosa@avicolatolosa.com
Página Web www.avicolatolosa.com
Forma de Cría Jaula
Exportación No

EXPLORACIONES AGROPECUARIAS SAKANA, S.L

Provincia Navarra
Comunidad Autónoma Navarra
Teléfono 948467784 Fax 948468260
E-Mail grupolizarraga@yahoo.es
Forma de Cría Campera | Jaula
Exportación No

S.A.T. 582 MORRAS-AGUINAGA & AVICOLA NAVARRA

Provincia Navarra
Comunidad Autónoma Navarra
Teléfono 948520384 Fax 948520254
E-Mail avicolanavarra@avicolanavarra.com
Página Web <http://www.avicolanavarra.com/2008/index.php>
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

SAN DONATO

Provincia Navarra
Comunidad Autónoma Navarra
Teléfono 948460233 Fax 948460713
E-Mail administracion@granjasandonato.com
Página Web www.huevospitas.es
Forma de Cría Jaula
Exportación No

AVICOLA BETELU

Provincia Navarra



orientamos...



A S E S O R E S

Comunidad Autónoma Navarra
Teléfono 948513226
Fax 948513310
E-Mail tsotilgo@cfnavarra.es
Forma de Cría Jaula
Exportación No

AVICOLA ELORZ, 2, S.L.

Provincia Navarra
Comunidad Autónoma Navarra
Teléfono 948242151 Fax 948231025
E-Mail ebrosat@infonegocio.com
Forma de Cría Jaula
Exportación No

LUIS CARMELO GUTIERREZ PASTOR

Provincia La Rioja
Comunidad Autónoma La Rioja
Teléfono 941448055 Fax 941448017
E-Mail novalido@novalido.com
Forma de Cría Jaula
Exportación No

AVICOLA LA FLORETA S.L

Provincia La Rioja
Comunidad Autónoma La Rioja
Teléfono 941 371371 Fax 941417045
E-Mail avicolalafloreta@hotmail.com
Forma de Cría Jaula
Exportación No

LIDEROU, S.L

Provincia Girona
Comunidad Autónoma Cataluña
Teléfono 972590393 Fax 972590249
E-Mail liderou1@wanadoo.es
Forma de Cría Campera
Exportación Si

PROCOBER S.A

Provincia Tarragona
Comunidad Autónoma Cataluña
Teléfono 977474398 Fax 977474311
E-Mail procober@huevosпитas.es
Forma de Cría Jaula
Exportación No

AVICOLA BARCO

Población Madrid
Provincia Madrid
Comunidad Autónoma Madrid
Teléfono 913032190



orientamos...



A S E S O R E S

Fax 913031159
E-Mail avicolabarco@avbarco.e.telefonica.net
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

AVICULTORES DEL CENTRO, S.A.T

Provincia Madrid
Comunidad Autónoma Madrid
Teléfono 918746264 Fax 918746018
E-Mail huevosace@huevosace.com
Página Web www.huevosace.com/
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

AGROPECUARIA LA ALAMEDA

Provincia Madrid
Comunidad Autónoma Madrid
Teléfono 918877365 Fax 918861608
E-Mail granalameda@gmail.com
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

GRANJAS CANTOS BLANCOS SUR S.L

Provincia Badajoz
Comunidad Autónoma Extremadura
Teléfono 924677313 Fax 924671312
E-Mail uriofrio@cantosblancos.com
Página Web www.cantosblancos.com
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

DAGU

Provincia Guadalajara
Comunidad Autónoma Castilla-La Mancha
Teléfono 949208832 Fax 949-203086
E-Mail dagu@dagu.es
Página Web www.dagu.es
Especialidades Huevos con Omega 3.
Forma de Cría Campera | Jaula
Exportación Si

GRANJAS CANTOS BLANCOS, S.A

Provincia Guadalajara
Comunidad Autónoma Castilla-La Mancha
Teléfono 949275537 Fax 949275540
E-Mail uriofrio@cantosblancos.com
Página Web www.cantosblancos.com
Forma de Cría Suelo
Exportación Si

RANCHOS PECUARIOS

Provincia Toledo



orientamos...



A S E S O R E S

Comunidad Autónoma Castilla-La Mancha
Teléfono 925506132 Fax 925506033
E-Mail ranchospecuarios@grupoavimosa.com
Página Web www.grupoavimosa.com
Forma de Cría Jaula
Exportación No

NATUROVO

Provincia Toledo
Comunidad Autónoma Castilla-La Mancha
Teléfono 925592419 Fax 925592419
E-Mail naturovo@gmail.com
Forma de Cría Jaula
Exportación No

LOS PARRALES, S.A

Provincia Guadalajara
Comunidad Autónoma Castilla-La Mancha
Teléfono 949213386 Fax 949248185
E-Mail losparrales@wanadoo.es
Forma de Cría Jaula
Exportación No

INDUSTRIAS AVICOLAS HERPOGA, S.L

Provincia Cuenca
Comunidad Autónoma Castilla-La Mancha
Teléfono 969125049 Fax 969125054
E-Mail herpoga@wanadoo.es
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

FRANCISCO DE LUCAS E HIJOS, S.A

Provincia Guadalajara
Comunidad Autónoma Castilla-La Mancha
Teléfono 949387716 Fax 949387029
E-Mail paco@granjasdelucas.com
Página Web <http://www.huevosdelucas.com/>
Forma de Cría Jaula
Exportación No

EL CANTO AGROALIMENTARIA, S.L

Provincia Toledo
Comunidad Autónoma Castilla-La Mancha
Teléfono 925594224 Fax 925558113
E-Mail general@huevoselcanto.com
Página Web www.huevoselcanto.com
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

CAMAR AGROALIMENTARIA, S.L

Provincia Toledo
Comunidad Autónoma Castilla-La Mancha
Teléfono 925558586



orientamos...



A S E S O R E S

Fax 925558113
E-Mail comercial@huevoscamar.com
Página Web www.huevoscamar.com
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

AVICOLA PADRINO SIERRA,S.A.

Provincia Toledo
Comunidad Autónoma Castilla-La Mancha
Teléfono 925531422
Fax 925530234
E-Mail padrinosierra@padrinosierra.com
Página Web <http://www.ctv.es/USERS/padrino.sierra/index.htm>
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

AGROPECUARIAS HIJOSA, S.L

Provincia Toledo
Comunidad Autónoma Castilla-La Mancha
Teléfono 925506540
Fax 925506540
E-Mail agropecuariashijosa@gmail.com
Forma de Cría Jaula
Exportación No

HUEVOS GUILLEN

Provincia Valencia
Comunidad Autónoma Comunidad Valenciana
Teléfono 961549311
Fax 961533292
E-Mail info@huevosguillen.com
Página Web www.huevosguillen.com
Forma de Cría Campera
Exportación Si

ALVAREZ CAMACHO

Provincia Sevilla
Comunidad Autónoma Andalucía
Teléfono 955846352
Fax 955846456
E-Mail alvarezcamacho@alvarezcamacho.com
Página Web <http://www.alvarezcamacho.com/>
Forma de Cría Campera | Jaula
Exportación Si

ALVAREZ CAMACHO

Provincia Sevilla
Comunidad Autónoma Andalucía
Teléfono 955846352
Fax 955846456
E-Mail alvarezcamacho@alvarezcamacho.com
Página Web <http://www.alvarezcamacho.com/>



orientamos...



ASESORES

Forma de Cría Campera | Jaula
Exportación Si

HUEVOS GUERRERO S.L

Provincia Córdoba
Comunidad Autónoma Andalucía
Teléfono 957525314
Fax 957521563
E-Mail huevosguerrero@hotmail.com
Forma de Cría Jaula
Exportación Si

AVICULTORES SEVILLANOS

Provincia Sevilla
Comunidad Autónoma Andalucía
Teléfono 954690717
Fax 954691908
E-Mail jfs@huevosgiralda.com
Forma de Cría Jaula
Exportación No

AVICULTORES MALAGUEÑOS ASOCIADOS S.A.T 955

Provincia Málaga
Comunidad Autónoma Andalucía
Teléfono 952179121
Fax 952179267
E-Mail huevosama@huevosama.com
Página Web www.huevosama.com
Forma de Cría Jaula
Exportación Si



orientamos...

13. LISTADO DE PRINCIPALES PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE HUEVOS

	Empresa	Ubicación	2009	2010	Prev.-2011	Marca/s
1	HUEVOS GUILLÉN, S.L. (1)	Quart de Poblet (V)	101,44	103,38	108,88	Guillén
2	DAGU, S.A. (GRUPO) (2)	Guadalajara	70,60	73,18	74,00	Dagu/Dagu Natura/Dagu Campero/Dagu Omega 3/MDD
3	MATINES IBÉRICA CDC, S.L. (3)	Tres Cantos (M)	67,80	67,40	--	Matines/Campomayor/Giralda/Avícola Navarra/Liderou/MDD
4	CAMAR AGROALIMENTARIA (GRUPO)	Toledo	45,77	49,00	--	Camar/El Canto/Plaine Nature/MDD
	CAMAR AGROALIMENTARIA, S.L.	Cedillo del Condado (TO)	25,00	29,00	--	Camar/Plein Nature
	EL CANTO AGROALIMENTARIA, S.L.	Almonacid de Toledo (TO)	21,00	20,00	--	El Canto
5	GRANJA SAN MIGUEL (4)	Villarreal de Huerva (ZA)	30,50	30,50 (*)	--	San Miguel/MDD
6	CORP. ALIMENTARIA GUISSONA, S.A.	Guissona (LLE)	28,00	30,00	--	Guissec/Arrullo
7	HUEVOS PITAS, S.A. (5)	Tielmes (M)	29,00	29,80	29,80	Pitas Pitas/El Aldeano/MDD
8	INTEROVO (GRUPO)	Huesca	26,70	29,17	30,32	Interovo
9	AGUSTÍN ROIG, S.A.	Tortosa (TA)	24,00	24,70	24,70	Roig/Sabor d'Abans/Naturelle
10	PRODUC. AVÍCOLAS EL GRANJERO, S.L.	Cuéllar (SE)	21,00	23,50	--	El Granjero/MDD
11	S.A.T. GRANJA VIRGEN DEL ROSARIO	Villarreal de Huerva (ZA)	15,20	15,00	--	Virgen del Rosario/MDD
12	INDUSTRIAS AVÍCOLAS HERPOGA, S.L.	El Acebrón (CU)	13,00	14,30	15,00	Herpoga/La Receta (MDD)
13	ÁLVAREZ CAMACHO, S.L.	Marchena (SE)	13,10	14,05	15,00	Ovopak/Yemasol/MDD
14	COOP ORENSANAS (COREN)	S. Cruz de Arrabaldo (OU)	14,00 (*)	14,00 (*)	--	Coren/MDD
15	HUEVOS MARYPER, S.A.	Totana (MU)	15,00 (*)	14,00 (*)	--	Huevos Maryper
16	ANGEL BALDOMA, S.A.	Belaguer (LLE)	14,00	14,00 (*)	--	Ous Baldoma/MDD
17	SDAD. COOP. OVO 12 (7)	Vitoria	12,00	11,75	12,50	Hobea/MDD
18	GRANJA AGAS, S.A.	Motilla del Palancar (CU)	10,95	10,94	11,15	Granja Agas
19	OVOFRES, S.L. (6)	Cabezón de Pisuerga (VA)	12,00	10,00	10,00	Ovofres/MDD
20	AVICULTORES MALAGUEÑOS ASOC.,S.A.	Málaga	11,00 (*)	10,00 (*)	--	Ama/La Huertecilla
21	AVÍCOLA VELASCO, S.L.	Villascastín (SE)	8,30	9,50	13,00	Huevos Velasco
22	AVÍCOLA BARCO, S.L.	Madrid	7,80	8,50 (*)	--	Barco/Albaclara
23	AVÍCOLA LLOMBAY, S.A.	Liombai (V)	8,00	7,50 (*)	--	Avícola Llombay
24	AVÍCOLA TRATANTE, S.L.	Lalín (PO)	6,50	6,70	7,50	Avícola Tratante/MDD
25	HUEVOS INMACULADA, S.A. (8)	Totana (MU)	4,46	6,54	8,50	Inmaculada
26	GRANJA VILELA, S.L.	Valdemoro (M)	6,00 (*)	5,00 (*)	--	Huevos Padrino
27	EL PEDREGAL	Sinarcas (V)	4,37	4,00	--	El Pedregal/Monterde
28	RANCHOS PECUARIOS, S.A. (GRUPO AVIMOSA)	Añover de Tajo (TO)	3,58	3,58	--	Ranchos Pecuarios
29	NUTME, S.A.	Valladolid	3,00 (*)	3,00 (*)	--	Coto Verde/Vegafria
30	S.A.T. PROD. AGRÍCOLA I AVÍCOLA EL PILAR	L'Aldea (TA)	4,33	2,68	--	El Pilar

(*) Estimación.

(1) Comercializa la producción propia y del grupo CANTOS BLANCOS, integrado por GRANJAS CANTOS BLANCOS, S.A. y GRANJAS CANTOS BLANCOS SUR, S.L.

(2) Los datos incluyen también la comercialización de las empresas DAGU AGROPECUARIA y EL ESPINAR DEL HENARES.

(3) Incluye la comercialización de sus socias HIBRAMER, LIDEROU, S.L., AGROPECUARIA Y AVÍCOLA, S.A., AVÍCOLA DE NAVARRA, S.L. y GRANJA CAMPO-MAYOR, S.L.

(4) Dato de producción anual.

(5) Incluye la comercialización de sus socias AVÍCOLA GORROTXATEGUI, S.A., PROCOBER, S.A., SAN DONATO, S.A., ACE, GRANJAS RUALMAR, S.L. y JAMA-LOA, S.L.

(6) Plataforma de comercialización de los huevos producidos por GERARDO DE LUCAS, S.L., GRANJA LUIS BAEZA, S.L. y HUEVOS DE CAMPOS, S.L.

(7) Suministra parte de la producción de huevos de sus doce socios, todos dedicados al negocio avícola de puesta.

(8) Incluye también huevos destinados a la fabricación de sus ovoproductos, nueva línea de la compañía desde marzo de 2010.

Fuente: ALIMARKET

