



EDIMBURGO

2024





TEMAS PRINCIPALES

01

**TENDENCIAS
DEL MERCADO
DE CERALES**

02

**PANORAMA
MUNDIAL IA**

03

**RIESGOS
PERSISTENTES EN
LA INDUSTRIA**

04

**CASO DE BIOSEGURIDAD
FUERTE (TECNOLOGÍA E
INNOVACIÓN APLICADA
A LA BIOSEGURIDAD)**

05

**DETERMINACIÓN
DEL SEXO EN HUEVO**

06

**INNOVACIÓN Y CONSUMO
DE HUEVO**

07

**ACELERACIÓN DEL
CONSUMO DE PRODUCTO
COMMODITY A MARCA
PARA EL CONSUMIDOR**

Tendencias del mercado de cereales





2024 H1

¿Qué podemos esperar para 2024/2025? ADOLFO FONTES

- Se espera que los costes de los piensos se mantengan en niveles más bajos durante el primer semestre de 2024.
- Aunque el fenómeno de El Niño ha causado condiciones climáticas adversas, se espera que la producción de granos se recupere significativamente durante esta temporada.
- La bajada de precios de los piensos ha favorecido la mejora de los márgenes de producción de proteína animal.




2024 – 2025



¿Qué podemos esperar para 2024/2025?

ADOLFO FONTES

- Aunque se proyectan algunos cambios en el área cosechada en los EE.UU., se espera que los precios del maíz se mantengan por debajo de los 5,00 USD/bushel en el segundo semestre de 2024.
 - Los precios futuros de la harina de soja han registrado niveles en torno a los 340 USD/tonelada en Chicago, lo que refleja perspectivas positivas (preliminares) para 2024/2025.
 - Las condiciones de La Niña son más probables en el segundo semestre de 2024, lo que podría traer más volatilidad a los precios en la temporada 2024/2025:
- 

¿cómo podría afectar a los rendimientos?



China: grain production and imports

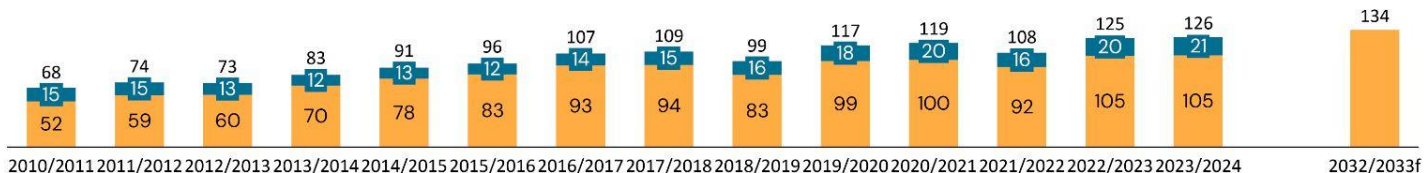
China corn production and imports

■ Production ■ Imports



China soybean production and imports

■ Production ■ Imports





Riesgos persistentes en la industria



"Aterrizaje suave pero los riesgos persisten".

TREVOR WILLIAMS

Una visión economista de lo que esto significa para la industria del huevo:

Influenza aviar

sigue siendo una gran preocupación, ya que los brotes pueden provocar pérdidas masivas de aves de corral, incluidas las gallinas ponedoras.

La enfermedad no solo afecta la salud de las aves, sino que también genera importantes impactos económicos debido a la pérdida de existencias y las restricciones comerciales.

Interrupciones en la cadena de suministro

eventos como la pandemia de COVID-19, han demostrado cuán vulnerable puede ser la cadena de suministro de alimentos con las interrupciones.

Para la industria del huevo, esto significa fluctuaciones en la disponibilidad del alimento, dificultades en el transporte de mercancías y desafíos para mantener fuerzas laborales.

Bienestar animal

la concienciación y la preocupación de los consumidores por el bienestar animal han ido en aumento. Hay una creciente presión por el óvulo.

La industria adoptará prácticas más humanas, como la eliminación gradual de las jaulas en batería y la adopción de entornos en libertad o enriquecidos para gallinas.

Cambios regulatorios:

en algunas regiones existe una tendencia hacia regulaciones más estrictas en materia de bienestar animal, impacto ambiental y seguridad alimentaria. Estas regulaciones podrían aumentar los costos para los productores que necesitan adaptar sus operaciones para poder cumplirlas.



Preocupaciones ambientales

el impacto ambiental de la producción de huevos, incluidas las emisiones de gases de efecto invernadero, el uso de agua y los desechos, están bajo escrutinio. Tanto los reguladores como los consumidores exigen cada vez más prácticas sostenibles.

Presiones económicas

el costo de insumos como piensos, energía y mano de obra sigue aumentando, reduciendo los márgenes de beneficio. Además, los productores deben navegar por los precios fluctuantes del mercado y la competencia, a veces de productores internacionales donde los costos de producción pueden ser menores.

Tendencias del consumidor

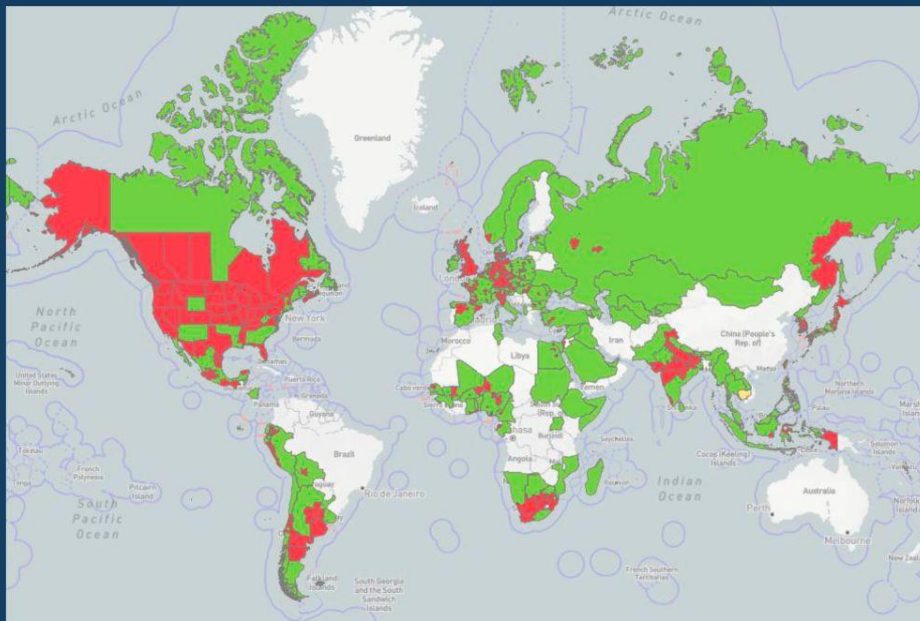
los cambios en las preferencias dietéticas y las preocupaciones sobre la salud y la sostenibilidad, pueden afectar la demanda. Por ejemplo, la popularidad de las dietas basadas en plantas y las alternativas a los productos de origen animal podría afectar los patrones de consumo de huevos.





Panorama mundial IA

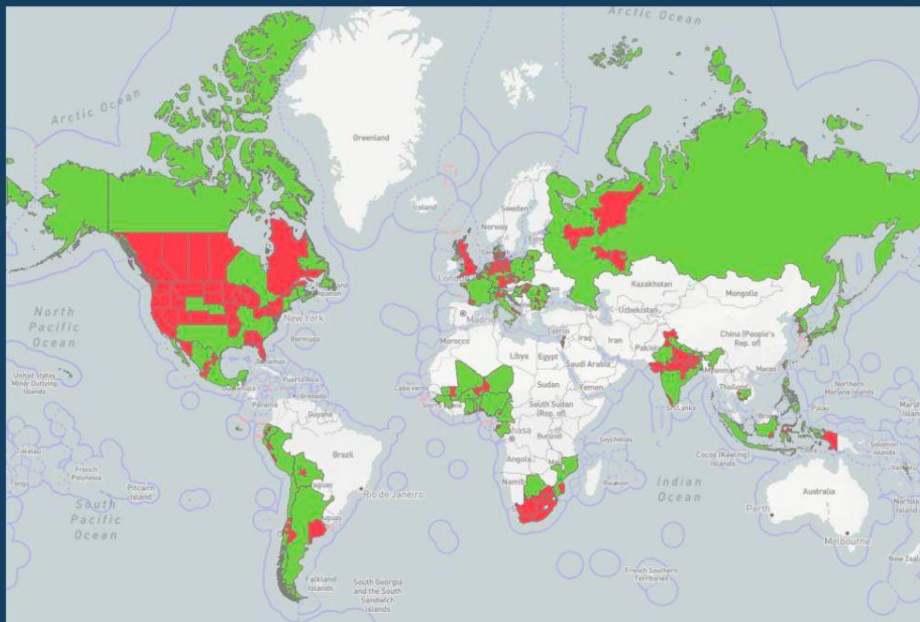




Jan – Jun 2023

Notified cases HPAI (WOAH)

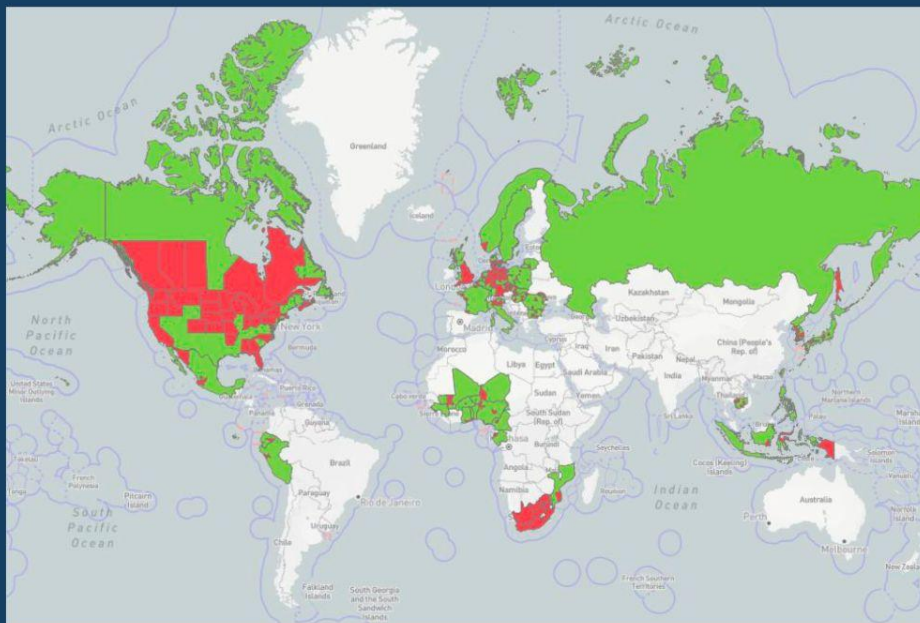




Jul – Dec 2023

Notified cases HPAI (WOAH)





Jan – Apr 2024

Notified cases HPAI (WOAH)





Detecciones de influenza aviar altamente patógena (IAAP) en ganado:

El Departamento de Agricultura de EE. UU., la Administración de Alimentos y Medicamentos, los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades y los funcionarios estatales de salud pública y veterinaria, están investigando una enfermedad entre las vacas lecheras.



Caso de bioseguridad fuerte

(tecnología e innovación aplicada a la bioseguridad)





Un estudio de caso de Granjas Rose Acre.

Amenazas a la bioseguridad derivadas de la IAAP “Brote de gripe aviar en los Estados Unidos ha resultado en aproximadamente 40 millones de pérdidas de aves y costos económicos. Entre 2,5 y 3 mil millones de dólares” -NIH. “El inventario de huevos se ha reducido en un promedio de 10% en todo Estados Unidos; la Región suroeste (que incluye California) bajó más del 25%” -USDA.

Aves silvestres y IAAP:


Las aves silvestres han sido y siguen siendo un transmisor clave de IAAP para rebaños domésticos. Las aves silvestres migratorias que eran de gran preocupación para las instalaciones de la RAF no se limitan a:

- Gansos de Canadá
- Gansos de nieve
- Cisnes
- Múltiples especies de patos

La migración de aves silvestres y huevos de la RAF cuentan con instalaciones de producción.

Más de 330 millones de aves silvestres están en vuelo directamente sobre el huevo de la RAF instalaciones de producción durante el pico temporada de migración.

El 80% de los huevos de la RAF instalaciones de producción, están en ubicaciones que experimentan temperatura media o alto tráfico de aves silvestres.





Estudio de compartimentación de WOAH

Nos están brindando una fantástica oportunidad gracias al trabajo de IEC: necesitamos que la industria participe cuando se le da la oportunidad.



Objetivo

- IEC actuará como la voz de la industria mundial del huevo en esta reunión, que discutirá cómo implementar la vigilancia en poblaciones vacunadas y consideraciones adicionales en torno a la vacunación contra la IAAP.
- Participación de una amplia variedad de partes interesadas (OMS, OFFLU, FAO, OMC, gobiernos, empresas avícolas y biológicas, organizaciones de bienestar animal, salud humana, científicos, etc.).
- Será concluido por un panel que establecerá recomendaciones.



Reunión de la IABS

- La Alianza Internacional para la Estandarización Biológica (IABS) y WOAH son celebración de una reunión sobre “Vacunación y vigilancia de la IAAP en aves de corral.
- Situación actual y perspectivas, los días 22 y 23 de octubre de 2024 en París, Francia.
- Asistirá el IEC, representado por Ben Dellaert y Julian Madeley.



Herramientas IEC

- Elementos Prácticos de Bioseguridad para la producción sostenible de huevos.
- Lista de verificación de bioseguridad y carteles.
- Comunicaciones de crisis de IA – Kit de herramientas de respuesta inmediata.
- IAAP en ponedoras: consideraciones y componentes esenciales para Vacunación y Vigilancia.



Another

Wild Goose Chase[®]



La experiencia de **Wild Goose Chase** para mitigar la amenaza de la IAAP en instalaciones de producción de huevos a nivel nacional, la RAF recurrió a persecución del ganso salvaje (WGC).

WGC es una empresa en control de aves y ayuda a las propiedades a gestionar el manejo de aves silvestres en molestas cuestiones en la intersección de:

- Ciencias animales
- Ciencias ambientales
- Ciencias de la construcción

Láseres automatizados

Se desplegaron láseres automatizados en todas las instalaciones de la RAF para dispersar aves silvestres, sin dañarlas a ellas ni al medio ambiente.

Los láseres automatizados funcionan bien por:

Su cobertura y alcance

el rayo láser puede viajar más de 1.600 metros y cubrir múltiples hectáreas

Su movimiento constante

capaz de funcionar las 24 horas, los 7 días de la semana.

Sus patrones variables

programas personalizados para cada sitio, con diferentes franjas horarias y velocidades.



Habilitación e Impacto:

Wild Goose Chase trabajó con todas las instalaciones de producción de huevos de la **RAF** proporcionando:

- Evaluaciones del sitio de las instalaciones realizadas por biólogos del personal.
- Instalación de láser automatizado.
- Programación específica del sitio.
- Capacitación para administradores de instalaciones de la **RAF** en sitio.
- Formación práctica para el equipo láser interno de la **RAF**.
- Equipo remoto continuo y soporte técnico.

Desde 2015, la **RAF** no ha tenido ningún brote importante de **IAAP** cuando el láser automatizado ha sido utilizado correctamente. A diferencia de otras soluciones disuasorias de aves, las aves silvestres no se han acostumbrado a la automatización láser en cualquier sitio de la **RAF**.



Determinación del sexo in ovo

Una perspectiva económica de Peter Van Horne

**Analista Económico IEC
IEC Edimburgo, abril de 2024**



¿Qué hay de nuevo?

Evolución positiva desde 2022

- Claridad en la legislación alemana.
- El precio del sexado in ovo está disminuyendo.
- Menos crecimiento de machos ponedores para producción de carne. El uso actual de pollitos ponedores machos en Europa. Eliminación y tratamiento adecuados en la planta de incubación.
- Informe de AWC (Reino Unido, 2023) eliminación mediante gas en una cámara de oxígeno empobrecido con SOP con las salvaguardias adecuadas. Los mayoristas congelan y venden pollitos ponedores para utilizarlos como alimento para animales.
- Ventas a zoológicos, cetrerías y tiendas de animales (reptiles).
- Las aves enteras (incluidas plumas y huesos) aportan algunas ventajas nutricionales como fuente de alimento.
- Destino útil.
- No hay problema de bienestar.

Alternativas para el sacrificio de machos ponedores

- Las aves de corral tienen valor intrínseco y la matanza de pollitos de un día lo es, desde el punto de vista ético, altamente problemático (AWC, 2023).
- Tema en algunos países de Europa y América del Norte.

Solución

- Determinación del sexo in ovo.
- Cría de machos ponedores para producción de carne.
- (Razas de doble propósito).



Discusión sobre ética

Cinco técnicas utilizadas en los criaderos comerciales de la UE

Empresa / nombre País con equipo

Seleggt / Respeggt Alemania, Países Bajos, Noruega

Plantegg Países Bajos

AAT / Cheggy Alemania, Francia, Bélgica

In ovo / Ella Países Bajos, Bélgica

Orbem Alemania, Países Bajos, Francia

Técnicas y equipos desarrollados en Alemania y Países Bajos.

Diferentes técnicas/principios con algunas ventajas y desventajas:
Velocidad, precisión, edad de detección, invasivo, etc.



Desarrollos en Francia

Legislación francesa:

- Enero de 2023: no se sacrificará el día 1 en los criaderos franceses.
- Se permite la determinación del sexo hasta el día 15.
- Algunas excepciones (sacrificio de “pollitos machos con error”, gallinas blancas, bandada reproductora).
- En Francia 85% son ponedoras marrones (IEC, 2024).
- Opción de utilizar el método hiperespectral (‘tarde’ el día 15).
- 2024: equipos AAT/Cheggy, Orbem y Nectra (hiperespectrales).
- Los costes en la situación francesa rondan 1 euro por gallina (Itavi, 2024).
- Los criaderos invierten en equipos (con apoyo del gobierno).

Países Bajos

- Exportación a Alemania (60% de exportación del cual 80% es a Alemania).
- Todos los criaderos cuentan con equipamiento (debido a la exportación de huevos).
- Disminución del sacrificio de pollitos de un día. Revisión en 2026 y posible prohibición en 2028.

Objetivo

En 2026, los huevos con cáscara en el comercio minorista de los Países Bajos estarán “libres de sacrificio de polluelos”. Aún no está claro cómo organizar esto y cómo obtener un bono del mercado por los costes adicionales. Opción de incluirlo en IKB o etiqueta de bienestar (Vida Mejor, propiedad de la organización protectora de animales DB).



Situación en Austria

- Pequeño 'productor de huevos' con 7 millones de ponedoras.
- Centrarse en el mercado interno.
- Ley austriaca: el sacrificio está prohibido a partir de julio de 2022, excepto para el uso alimentario.
- Permitido sacrificar machos si se utilizan como alimento (zoológicos, reptiles, etc.)
- Sector orgánico: cultivar machos hasta 1 kg y venderlos al consumidor ('Stuben Küken', mercado austriaco específico).

Otros países de Europa

Italia

- Prohibición hasta el 31 de diciembre de 2026.
- Legislación propuesta similar a la de Francia:
Todos los criaderos instalan equipos, los machos pueden ser sacrificados, día 14.

Suiza

- El sector analiza la adopción de técnicas de sexado in ovo.

Noruega

- No hay legislación / Un criadero tiene equipo Seleggt / El más grande Estación de embalaje con alta cuota de mercado FCC para 2025/2026.

Reino Unido

- Informe AWC. Discusión gobierno con sector.



Crecimiento de machos ponedores

¿Es sostenible el cultivo de machos ponedores?

- Bienestar.
 - Después de 12 semanas alta mortalidad.
 - Los machos mayores son agresivos.
 - Ambiente.
 - Aporte de pienso de 5,5 a 6 kg/macho.
- Clima.
 - Alta huella de carbono/kg de carne.
 - Economía.
 - Altos costos y ningún ingreso.
 - Difícil comercializar la carne.

Gallinas ponedoras ecológicas

Regulaciones:

Alemania: determinación del sexo in ovo, no aceptada.

Francia: se aplica la determinación del sexo in ovo.

Alemania: ponedoras masculinas en crecimiento.

- Con reglas específicas KAT (densidad, enriquecimiento): 3,50-4,00 euros/hombre.
- Con normativa ecológica (también pienso ecológico): 6,50-7,00 euros/macho.

Crecimiento de ponedoras masculinas:

- Valor bajo/utilizado en el procesamiento de alimentos.
- Todos los costos sobre el precio de los huevos orgánicos.

Comparación:

(Precios de las capas blancas, NL, enero de 2024).

Machos de capa en crecimiento:

Costes totales 3,50 – 4,00 euros

= Machos ponedores en crecimiento.

= Transporte

= Masacre

-/- Venta de producto alimenticio (gallina gastada).

Determinación del sexo in ovo:

Costes totales 3,10 – 3,30 euros

= Determinación del sexo en el criadero

= Eliminación de huevos para incubar

= crecer machos (los 'errores' pueden ser del 2%)

-/- Ahorro en eclosión (1-3 ct)



Ejemplo

Costes adicionales por pollita +3,50 euros / 350 huevos = 1 céntimo por huevo

¿A cuántos huevos hay bonificación? (supermercado de huevos de mesa, aprox. 70%)

Factores

- Duración del periodo de puesta, calidad de la cáscara, estándares del supermercado...
- El sexado in ovo de ponedoras marrones tiene menores costos.
- En Francia 1 euro
- En Holanda 1,60 euros.
- Mercado de huevos

Alemania

Certificado KAT con ventas de solo FCC en supermercados.

Mercado de huevos.

Bonificación integrada en el precio de mercado de los huevos (Weser Ems).

Países Bajos

Bonificación separada para FCC con exportación de huevos blancos a Alemania.

Situación 2024: el agricultor invierte en FCC y obtiene una bonificación de 1 a 1,2 céntimos por huevo.

Francia

Impuesto recaudado por el supermercado (0,59 €/100 huevo) y apoyo del gobierno (10 M).

Pago a la planta de incubación (diciembre de 2023, 0,96 € por pollita sexada in ovo).

Conclusiones

▪ Enfoque diferente por países:

- Alemania: legislación estricta (día 12, "errores").
- Francia: centrarse en los equipos en el día 15 de la planta de incubación, se descartan los "errores".
- Austria: se permite el sacrificio si se utiliza como alimento.
- Países Bajos: solo comercializa huevos con cáscara con bonificación.

▪ Rápido desarrollo de técnicas en los últimos 2 años.

▪ Introducción a gran escala en Alemania, Francia, Países Bajos y Bélgica.

▪ Competencia entre empresas con precios más bajos.

▪ Perspectiva: mayor descenso del precio/insumo de alta tecnología (A.I).

▪ No hay una solución fácil ni barata.

▪ Interacción color de gallinas y técnica/costos:

- Capas blancas: Alemania, Países Bajos, Suecia, Dinamarca.
- Capas marrones: Reino Unido, Hungría, Polonia, Francia, España, Italia.

▪ Costes adicionales asignados a los huevos: +1,5 a 2 céntimos en el comercio minorista para huevos blancos.

▪ Los países de Europa occidental se encuentran entre los 25 primeros del PIB.

▪ ¿Cuál es el impacto en el volumen de ventas de huevos? (interacción con la crisis energética).

▪ Discusión europea: ¿el resto del mundo?

▪ Otras soluciones basadas en la edición genética: ¿día 1 / menores costos?



Innovación y consumo de huevo





"La innovación es el proceso por el cual las nuevas ideas son explotadas exitosamente para crear economía y valor social".



Innovación

- Ventaja de primer movimiento
- Producto básico a marca
- Hacer frente a las fluctuaciones estacionales
- Crecer y reducir el riesgo

VEGANISMO

El mercado mundial de snacks saludables ascendió a 85,6 mil millones de dólares estadounidenses en 2021... y se espera que crezca a una tasa del 6,6% anualmente entre 2022 y 2030.

Diversificación de snacks.



Simple. Delicious. Nutrition.

A versatile, protein-powered way to
reimagine your favorite meals.



original

A soft, light, and clean canvas.



garden salsa

A zesty mix of just-picked flavors
including peppers, onion, and garlic.
Available exclusively at Aldi!



everything bagel

A mouth-watering mixture of garlic,
onion, poppy seed, hemp seed, and sea
salt.







**ACCELERACIÓN DEL
CONSUMO DE PRODUCTO
COMMODITY A MARCA
PARA EL CONSUMIDOR:**





Dr. Griff Ronda

- Profesor de marketing en la Universidad de Keele.
- Doctorado en Branding (Manchester).
- 20 años de experiencia previa en comercio minorista y servicios financieros.

Productos básicos:

- ¿Qué son?
- ... y la industria del huevo
- Marcas de consumo
- ¿Cuáles son y por qué podríamos querer uno?
- ¿Cómo desarrollamos una marca de consumo?
- Implicaciones y recomendaciones

Y la industria del huevo

- Sistema de producción
- Peso
- Color
- Calidad y aseguramiento de la calidad
- Ubicación

Un commodity

- Es un bien económico que específicamente tiene pleno o sustancial fungibilidad.
- Es decir, el mercado trata las instancias del bien como equivalente o casi sin tener en cuenta quién produjo a ellos.
- El precio de un bien básico suele determinarse como función de su mercado en su conjunto.

Esto normalmente conduce a márgenes de beneficio más pequeños y disminuye la importancia de factores como nombre de marca, aparte del precio.



Hay algo de marca, pero el sello propio todavía domina: (62% Reino Unido The Grocer 2023).



There is some branding

But own-label still dominates (62% UK The Grocer 2023)



Commodity v Brand



Orange juice is a product



Tropicana orange juice is a branded product



¿Qué es una marca?

Una marca es un “producto, pero añade otras dimensiones que lo diferencian de alguna manera” Keller et al., 2008

Para las marcas fuertes esta diferenciación la hace más valiosa hacia el consumidor.

¿Cómo hacer una marca diferente?

Las diferencias pueden ser

-racional y tangible = INNOVACIÓN

-simbólico y emocional = DESARROLLO DE MARCA

¿CUÁL ES EL PROPÓSITO DEL NIKE SWOOSH?

¿Por qué desarrollar una marca?

Las marcas poderosas permiten imponer precios más altos.



Skoda Citigo vs SEAT Mii vs VW arriba

<https://www.autoexpress.co.uk/car-reviews/14539/skoda-citigo-vs-seat-mii-vs-vw>

-El mismo producto pero diferentes marcas.

- ¡Se considera que la racionalidad es muy laxa!



¿Por qué desarrollar una marca?

Las marcas poderosas aumentan las ventas a través del consumidor.

¿Cómo desarrollar una marca?

Una marca de consumo tiene los siguientes elementos:

- Nombre
- Logotipo
- Lema
- Personajes y Portavoces
- Embalaje y Señalización



Pero aquí no es donde se empieza.

How to develop a consumer brand?



Keller's Brand Equity Model – CBBE Model



A RELATIONSHIP

**= 1ST CHOICE AND LESS
PRICE SENSITIVE**

**Consumers need to
judge your offer high
quality**

**Consumers need to
know what you do
(rationally)**



**Consumers need to like
your identity
(personality/positioning)**

**Consumers need to know
your identity
(personality/positioning)**

**Consumers need to
have heard of you**



Implicaciones



Los consumidores deben haber oído hablar de usted.

Visibilidad de publicidad/suministro:

Los consumidores necesitan saber lo que usted hace y juzgar la alta calidad.

Publicidad/Provisión de alta calidad/INNOVAR

Los consumidores necesitan conocer su identidad y esto es lo difícil. Cómo es el aspecto simbólico.

Pensar: personalidad, posicionamiento del consumidor.

Es importante reflejar esto en los elementos de su marca y comunicaciones.

Transformar un producto básico en recomendaciones de marcas de consumo:

- ➡ No es una opción fácil, requiere tiempo, esfuerzo y dinero: puede ser gratificante.
- ➡ Mírelo a través de los ojos de un consumidor.
- ➡ La calidad/innovación son aspectos simbólicos importantes.
- ➡ Piense en la personalidad de su marca y posicionamiento.
- ➡ Luego desarrolle los elementos de su marca y anunciélos o no, pero al menos considérelo.



Gracias

