



Lea esta memoria
en la APP y en
lpncongress.com



Programa
Proceedings
Sponsors
Revista aviNews



**Alfredo
Acebedo Silva**

Avícola el Guamito
– Colombia

Análisis de la producción de huevos en latinoamérica

INDUSTRIA DEL HUEVO EN AMÉRICA LATINA
Manteniendo la asequibilidad a la proteína más completa:
EL HUEVO.

Hoy por hoy la inquietud por mantener una alimentación balanceada y saludable va en ascenso, llevando al consumidor a incluir dietas ricas en alimentos que aporten componentes nutricionales que mejoren su salud y bienestar, incluyendo dentro de estos el huevo.

© 15:30 h
24 de octubre 2018, Miami



Introducción

El huevo es un producto que aunque a simple vista es pequeño, es grande en valores nutricionales dentro de los que se suma su contenido proteico; adicionalmente, al tener un precio inferior al de otras proteínas es asequible a todos los niveles socio-económicos y contribuye a la seguridad alimentaria de poblaciones vulnerables.

La industria avícola a nivel mundial es consciente que aún no todos los consumidores saben lo que consumir huevo diariamente puede hacer por ellos, y es por esto que se han venido desarrollando en numerosos países y desde hace varios años, campañas de fomento al consumo basadas principalmente en la educación de los beneficios nutricionales del huevo más allá del contenido de proteína.

En Colombia a través de la Federación Nacional de Avicultores (FENAVI) se aborda este compromiso de enseñar el valor del huevo desde diferentes etapas de la vida, como por ejemplo: madres gestantes, niños(as) en crecimiento, estudiantes, trabajadores y adultos con restricciones en su alimentación.

Gracias a su precio competitivo y a las campañas de fortalecimiento del consumo de huevo, que buscan promover una alimentación saludable y nutritiva, se ha visto un incremento en el consumo per cápita de huevo en los últimos 8 años a nivel mundial. De acuerdo a la información que reportan al International Egg Commission sus países miembro, en América Latina la tasa de crecimiento compuesta (CAGR) es del 3,4% en promedio, siendo más alta que el promedio de este mismo indicador en países europeos como lo muestra la Gráfica 1.



Figura 1. Consumo Per cápita 2016 y Tasa de Crecimiento 2009-2016

En la gráfica 1 los países están ordenados de mayor a menor consumo per cápita en Europa, América del Norte y América Latina, leyendo la información de izquierda a derecha. Entre los países incluidos en la gráfica, México y Rusia reportan el consumo per cápita más alto en el 2016 con 371 y 295 unidades de huevo al año respectivamente. Le siguen Argentina, Estados Unidos y Colombia con más de 250 unidades de huevo consumidas por persona en el mismo periodo. Como se puede evidenciar en este simple ranking, el top 5 de países con mayor consumo de huevo está integrado por 3 países de América Latina.

Específicamente en Colombia el consumo per cápita en los últimos 9 años ha aumentado a una tasa CAGR del 3,3% alcanzando las 279 unidades en el 2017 (frente a la Gráfica 1 ésta segunda gráfica incluye el año 2017), y el porcentaje de personas que consume huevo diariamente alcanzó el 49% en el 2017. Estos resultados se deben al esfuerzo por enseñar a la población colombiana, entre los nutrientes más relevantes, el contenido de vitaminas, minerales, colina, proteína (9 aminoácidos) del huevo.

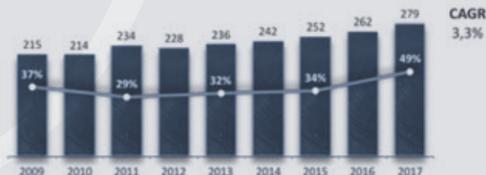


Figura 2. Consumo Per cápita en Colombia y % de Personas que Consumen Huevo Diariamente

En el 2017 la industria del huevo en Colombia tuvo el crecimiento más alto de los últimos 9 años, tanto desde la oferta como desde la demanda. Desde la perspectiva de la oferta han existido diversos factores que han aumentado la productividad tales como los avances en genética, el comportamiento histórico de los costos de producción, y las positivas condiciones sanitarias al interior de las granjas y en los alrededores; todos estos factores han sido determinantes para garantizar la disponibilidad del huevo en todos los niveles socio económicos. En resumen el encasamiento creció 7,5% y la producción de huevos 7,9% en el 2017.

Por otro lado está la demanda, la cual se ha visto incentivada por el precio principalmente. En los últimos 18 años el precio del huevo ha aumentado 91% en términos nominales pasando de \$140 en el año 2000 a \$268 en el 2017, un indicador que no es insignificante y pareciera indicar que el huevo es un bien inelástico al sumar el incremento del consumo; sin embargo, en términos reales (es decir deflactado) el precio del huevo ha disminuido -14% pasando de \$140 a \$120 en el mismo periodo de tiempo. Esto quiere decir que en realidad con el mismo salario mínimo que se devengaba hace 18 años, actualmente se puede comprar más cantidad de huevos.

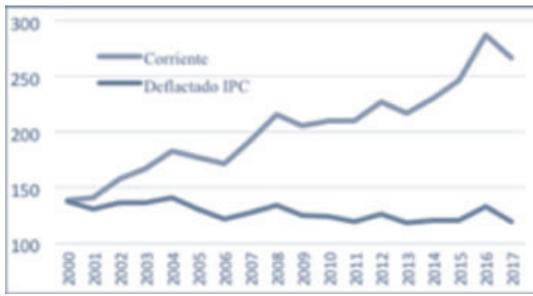


Figura 1. Precio Huevo Rojo AA Canal Mayorista en Bogotá

Teniendo en cuenta lo anterior, si bien la creciente oferta de huevo ha creado su propia demanda y se ha evidenciado que es un mercado en expansión, el precio ha incentivado este comportamiento y se ha convertido en un reto de sostenibilidad empresarial no solo en Colombia, sino en otros países también.

Mantener la competitividad y los márgenes de utilidad no ha sido una tarea fácil y no se trata solamente de amparar los resultados económicos de las empresas desde el punto de vista del desarrollo rural del país, se trata también de garantizar la asequibilidad del producto y resguardar la seguridad alimentaria.

Hasta 1950 la producción por ave en Colombia era de 100 huevos al año, con ausencia de tecnificación científica e industrial, falta de controles sanitarios y una alimentación poco balanceada pensando en el ave. No fue sino hasta 1960 cuando se comenzaron a implementar sistemas de semiconfinamiento, se crearon las primeras empresas incubadoras, empresas de concentrados especializados y se comenzaron a mejorar las condiciones de sanidad con planes preventivos de vacunación.

Actualmente la productividad por ave se ha incrementado 2,5 veces y los costos de producción han tenido periodos favorables para la industria, resultados que en gran medida provienen de las decisiones tomadas en materia de alianzas estratégicas con los principales proveedores a lo largo de toda la cadena productiva logrando así una mejor eficiencia; de la modernización tecnológica, como ambientes controlados en los galpones, comederos automáticos, clasificadoras de huevo; también del conocimiento adquirido al escuchar que es lo que quiere el consumidor y de la preocupación por mantener un entorno sanitario adecuado, con base en el diseño de planes de manejo ajustados a la gran variedad de sistemas de producción que existen actualmente y los cuales siguen evolucionando, para convertir la bioseguridad y gestión ambiental en aliadas que permitan ofrecer un producto apto para el consumo humano.

En el futuro cercano a las empresas avícolas les espera nuevamente una etapa de adaptación, en la tendencia creciente de buscar la sostenibilidad ambiental y la sanidad animal, y al mismo tiempo manteniendo la productividad sin socavar la seguridad alimentaria.

Definitivamente un reto que implicará nuevas inversiones con tasas de retorno de largo plazo, ajuste de márgenes y segmentación del mercado; pero que sin duda será otro gran logro de la industria avícola formal y dinamizará el ambiente de este sub-sector agrícola.

Por esto, es importante que los empresarios exploren nuevas alternativas que les permitan aprovechar al máximo las ventajas comparativas y competitivas de la industria, como ubicación geográfica, fuentes de aprovisionamiento de las materias primas, el Know how, la productividad de la mano de obra, la actualización tecnológica; que le ayuden a disminuir o poder reaccionar a tiempo ante los riesgos propios de la avicultura, como son: el cambio climático que altera las condiciones de producción, aumento de la probabilidad de nuevas enfermedades que pongan en riesgo la mortalidad, alterando sustancialmente el rendimiento del negocio; razones de sobra para apasionarse y enfocarse en el desarrollo modelos de producción sostenible.

Un camino que deberá recorrer de la mano con la gestión gremial; entendiendo que este negocio está influido por políticas y acciones de gobierno, donde se hace vital trabajar unidos para obtener de él las mejores condiciones para producir.

A partir de estas agremiaciones, se pueden adelantar muchas gestiones en el frente político, manteniéndose cerca a los altos mandos del gobierno, enterándolos y actualizándolos acerca de la magnitud económica y social del sector avícola, buscando siempre óptimas condiciones para la productividad del sector.

Otro punto importante de estar agremiados es poder hacer gestiones frente a los tratados de libre comercio que brinden verdaderas oportunidades de mejora, aprovechamiento y avance para toda la industria.

Este empeño por lograr que el sector Avícola sea sostenible en el mediano y largo plazo, lleva a visualizar un camino alternativo y más “sofisticado” que puede estar direccionado a la producción de los derivados del huevo, conocidos como ovoproductos, por ejemplo, pasteurizados, en polvo, líquido o congelado, ya que estos son más fáciles de almacenar y de mejor intercambio a nivel mundial. Estos productos son el resultado de la innovación en el procesamiento del huevo fresco, que sirven a la industria para otorgar a los consumidores un valor agregado a un producto tradicional como es el huevo de mesa, manteniendo los estándares de calidad y la inocuidad del alimento.

