

COMERCIALIZACION Y PRESENTACION DE HUEVOS EN EL MERCADO

Lucio Rodríguez G. *

El objetivo de una buena comercialización, es el de llevar al mercado un producto de óptima calidad a un precio que beneficie al productor y sea atractivo al consumidor. Si damos como aceptable esta definición veamos algunas características del huevo que deben tenerse en cuenta en relación con el mercadeo del mismo.

1. ALTAMENTE PERECIBLE

Alrededor de un 99% de los huevos recién puestos, son de primera y menos de un 50% llegan al consumidor como tales. Corresponde tanto al avicultor como al intermediario que interviene en el mercadeo, el mantener tan alta como sea posible, la calidad del huevo. Entre las medidas que puede tomar el avicultor, están las siguientes :

- a. Los animales . Algunas de las características que sirven para clasificar los huevos son heredables. Por lo tanto debe buscar las razas o estirpes que den una más alta proporción de huevos de primera.
- b. La alimentación . La influencia más notoria se ve en la cáscara. Además, ciertas sustancias pueden

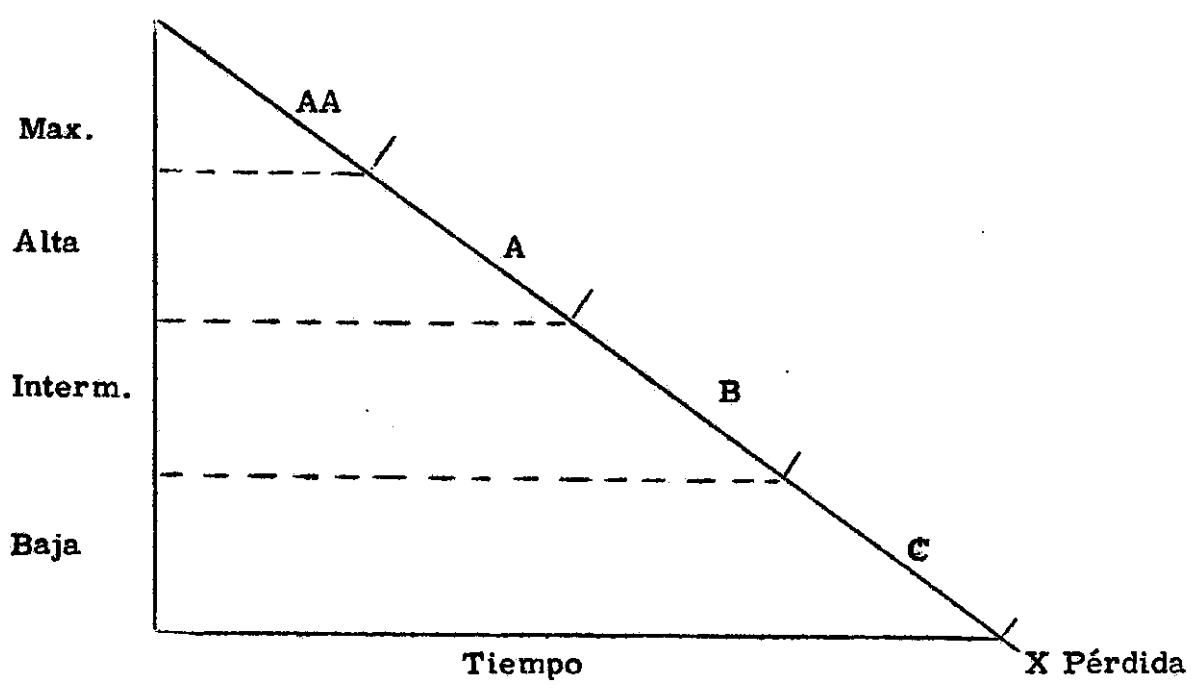
* M.S. en Avicultura. Profesor Universidad Nacional - Medellín.

transmitir sabores desagradables o producir algunos cambios físicos, como por ejemplo, el debilitamiento de la membrana vitelina cuando la ración contiene torta de algodón.

c. Normas de manejo . Son muchas las que influyen en el aspecto bajo consideración. Entre otras tenemos: el No. de recogidas, el estado de la cama, la limpieza de los nidos, la facilidad para cerrarlos durante la noche, el No. apropiado de los mismos, canastas adecuadas para la recolección, el lavado de los huevos, su ~~pronto~~ almacenamiento bajo temperatura y humedad correctas, su envío al mercado dos veces por semana, etc.

Por parte del intermediario, tenemos el transporte correcto del producto y el mantenerlo bajo refrigeración todo el tiempo.

GRAFICA 1. Pérdida de calidad



2. FRAGILIDAD

El huevo necesita empaques apropiados para protegerlo contra roturas. Para ventas al por mayor, se encuentran en el mercado varios tipos de cajas. Las más comunes son las de cartón, con capacidad para 196 huevos; no son muy caras pero duran poco tiempo y pueden servir de foco de contaminación. Existen bandejas de plástico para 30 unidades cada una; son durables, pero más costosas que las anteriores.

Para ventas al por menor, tenemos las cajas de 6 x 2, de cartón, plástico transparente y de material de espuma o acolchonado. Todas protegen muy bien el producto, pero elevan el costo del mismo, en forma tal que su uso no se justifica para la mayoría de la población.

3. TRANSPORTE

A pesar de su fragilidad, el huevo se puede transportar en grandes volúmenes, largas distancias, sin mayor deterioro en su calidad, si se llenan ciertos requisitos como buen empaque y temperatura apropiada.

4. VOLUMENES DE PRODUCCION DE GRANDES ALTIBAJOS

Debidos a : 1) Fácil incremento en el No. de animales; 2) La alta productiva del mismo animal; 3) Competencia de otros productos, lo cual merma la demanda del huevo. Estos factores producen grandes excedentes que al no tener otras salidas, obligan a la reducción de los precios con la consiguiente pérdida para el avicultor.

insinuar a lo largo de esta conferencia. No obstante, debemos preguntarnos qué beneficios ofrece al productor y cuáles al consumidor y si éstos superan las desventajas que pueda traer. Al productor lo alienta en la producción de huevos de mejor calidad, lo estimula a manejar mejor la parvada y puede traer beneficios económicos a quien produzca huevos de primera. Al consumidor le asegura la calidad y el peso indicados y le permite elegir entre varios tipos.

Los huevos se clasifican por peso y calidad. Hasta donde alcanzan mis conocimientos, en Colombia tan solo se usa la clasificación por peso y con una terminología, por lo menos en ciertas zonas del país, que tiende a confundir al comprador, ya que se habla de huevos tipo A, B y C, cuando se refieren a huevos grandes, medianos y pequeños.

A continuación incluimos la escala americana que se utiliza para agrupar los huevos en las diferentes categorías : *

<u>Categoría</u>	<u>Peso por docena</u>
Gigantes	30 o más onzas
Extravagantes	27 onzas
Grandes	24 "
Medianos	21 "
Pequeños	18 "
Enanos	15 o menos

Como nuestro mercado no es tan exigente, basta con que nos cifemos a las tres principales :

Grandes	60 gramos o más
---------	-----------------

* U.S.D.A. Egg Grading Manual. Agricultural Handbook No. 75. Washington, D.C.

Medianos	50 gramos
Pequeños	40 o menos

Naturalmente que el sistema que se utilice dependerá de la máquina que se posea, lo que quiere decir que en la mayoría de los casos el patrón original será el americano.

CLASIFICACION POR CALIDAD

La adopción de este sistema elimina en un alto porcentaje los huevos que por cualquier razón no deben llegar al consumidor, como son aquellos sucios, con manchas de sangre, contaminados con bacterias, hongos, etc., garantizándole la calidad del producto.

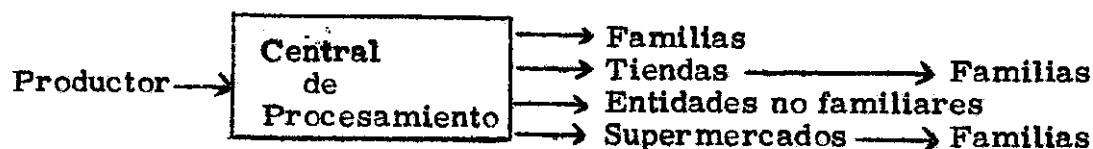
En la tabla siguiente, se encuentran las normas de clasificación :

Factor de calidad	A	B	C
Cáscara	Limpia - sana Prácticamente normal	Limpia a ligera+ mente manchada. Sana. Ligeramen- te anormal.	Limpia a modera- damente mancha- da. Sana (Sin ave- ría. Puede ser anormal.
Cámara aire	Profundidad 2/8" o menos. Prácti- camente regular.	3/8" o menos. Pue- de estar suelta pe- ro no formar bur- bujas	+ de 3/8" Suelta o formar burbu- jas
Albúmina	Translúcida. Ra- zonablemente firme	Translúcida. Lige- ramente débil	Débil o acuosa. puede tener peque- ñas manchas de sangre.
Yema	Más o menos cen- trada. Contorno ligeramente defí- nido. Libre de defectos	Descentrada, cen- torno bien definido Agrandada y apla- nada. No debe tener defectos serios.	Descentrada. Con- torno plenamente visible. Agrandada y aplanada. Puede mostrar desarrollo germina ¹

Como dijimos atrás, en Colombia no existe, que el autor sepa, la clasificación por calidad. Su falta de adopción se debe principalmente a que el público no exige huevos de calidad y acepta cualquier cosa que le vendan. Otras razones que podríamos insinuar son un mayor esfuerzo y un pequeño costo extra que esto implicaría.

No obstante, como creemos que a esto hemos de llegar en un futuro no muy lejano, dado el desarrollo de la Avicultura, la integración vertical en la misma y la mayor educación del pueblo colombiano, ~~hemos~~ creído conveniente discutir su posible aplicación.

La clasificación de los huevos se puede llevar a cabo a nivel de granja o en centros de acopio, los cuales contarán con personal especializado y la maquinaria apropiada. Por lo tanto, el canal de mercadeo sería :



Estos centros de procesamiento podrían ser organizados en forma de cooperativas para los pequeños y medianos avicultores. Los grandes se pueden defender independientemente.

PRESENTACION DE LOS HUEVOS EN EL MERCADO

1. En cáscara : Una ~~inmensa proporción~~, sino la totalidad de los huevos ~~que~~ se dan al consumo, se venden en cáscara.

Hay otras formas de presentación que debíamos aprovechar para aumentar las ventas, y también para ayudar al mejor mercadeo del producto, permitiendo su almacenamiento adecuado en las épocas de superproducción.

2. Huevos en polvo o deshidratados : Para un mercado cautivo bastante limitado.
3. Huevos congelados : De gran utilidad en panaderías, bizcocherías, hoteles, etc. Hay tres presentaciones : completos, yemas y claras.
4. Huevos semi elaborados
5. Nuevos productos .

CONCLUSIONES

1. Debemos procurar hacer más eficiente el mercadeo del huevo
2. Educar al consumidor sobre la bondad del producto. Así podríamos aplicar la clasificación por calidad.
3. Diversificar la presentación del huevo, haciéndolo más atractivo al ama de casa.
4. Ampliar las campañas de divulgación.