

## **EXPERIENCIA VENEZOLANA EN INCREMENTAR EL CONSUMO DE HUEVOS**

Durante las últimas décadas del pasado siglo, productores de huevos de muchos países del mundo han venido agrupándose en asociaciones e instituciones creando fondos que se destinen a promocionar el consumo de huevos, el cual ha venido descendiendo a nivel mundial desde la década de los 70, motivado principalmente a los mitos del colesterol.

Venezuela no se pudo escapar de este hecho, el consumo per-capita en el país descendió de 154 unidades/persona/año, en el año 1984 a menos de 100 unidades en el año 2000; este hecho colocó a muchos productores al borde del colapso y obligó a otros a desviar su actividad hacia la cría de pollos.

La disminución del consumo de huevos en Venezuela había sido materia prioritaria de la Federación Nacional de Avicultura de Venezuela "FENAVI", donde la Junta Directiva de dicha institución trató, en múltiples ocasiones, de buscar medios efectivos para realizar una campaña publicitaria que contribuya a incrementar el consumo del rubro. Los esfuerzos realizados fueron en vano.

La situación de los productores de huevos en Venezuela fue agravándose cada día más durante las décadas de los 80 y 90, donde el precio de una caja de 360 unidades descendió hasta Bs. 8.000,00, (Bs.F 8.00) en el año 2000.

Esta grave situación despertó el ánimo de 4 productores de huevos y 2 empresas relacionadas con el rubro, para tomar la decisión de crear un instituto que buscara las vías que fuesen necesarias para la recolección de fondos y hacer los estudios necesarios para incrementar el consumo mediante una campaña publicitaria efectiva a través de radio, televisión, medios impresos, etc.

Granja La Caridad, C. A.; OVOMAR, C. A.; El Tunal, C. A. y Agroavícola NIVAR, C. A. como productores de huevos y Moldeados Andinos, C. A. MOLANCA y Monómeros Colombo Venezolano, como empresas relacionadas con el sector de huevos fueron las empresas fundadoras del **INSTITUTO PARA LA INVESTIGACIÓN Y PROMOCIÓN DEL CONSUMO DE HUEVOS**  
**-INPROHUEVOS-.-**

El Instituto antes mencionado fue constituido y dado a conocer el 1ro. de agosto del año 2001 en reunión celebrada ese día, con la presencia de productores de huevos y empresas relacionadas con el sector, tales como plantas de alimentos balanceados, laboratorios farmacéuticos, banca, etc.

Entre los **objetivos** trazados, podemos mencionar los siguientes:

- ✓ **Incrementar el consumo de huevos en Venezuela, mediante la educación de los consumidores, divulgando su riqueza, valores proteicos y las excelencias de este alimento de origen animal.**
- ✓ **Combatir la leyenda negra que se ha forjado alrededor del huevo de gallinas como alimento perjudicial para el organismo humano, por aumentar el colesterol exageradamente.**

Electa la primera Junta Directiva de la institución, la misma se abocó a llevar a cabo las siguientes actividades.

- 1) Metodología de recolección de fondos, acordándose que fuese a través de material de empaque de huevos.
- 2) Estudio cualitativo sobre el consumo de huevos en Venezuela, el cual arrojó que el bajo consumo de huevos se debe a tres (3) factores básicos:
  - a) El venezolano perdió el hábito de desayunar en su hogar.
  - b) Los colegios en Venezuela comienzan muy temprano, las madres carecen de tiempo para preparar el desayuno para sus hijos.
  - c) Los mitos del colesterol.
- 3) Acciones tomadas en base al estudio cualitativo.

Se ejecutaron programas publicitarios tanto en radio como en televisión, al igual que la instalación de vallas en calles y autopistas del país que instan al público a consumir huevos.

Igualmente se llevaron a cabo promociones a través de medios impresos en revistas y periódicos, se elaboraron trípticos ilustrativos sobre los valores nutritivos de los huevos y calendarios que anualmente se distribuyen especialmente en colegios.

Los resultados obtenidos fueron muy positivos ya que, en sólo 6 años de arduo trabajo, o sea desde el año 2001 hasta el año 2007 el consumo en el país de huevos se incrementó de 100 a 140 unidades persona año.

La promoción y publicidad realizadas y aún en marcha, han merecido reconocimientos internacionales, ya **INPROHUEVOS** recibió el **Trofeo “Huevo de Oro ILH”** en Publicidad Alternativa en Panamá en el año 2005, **“Huevo de Oro Internacional”** de **IEC** en Guadalajara México en el año 2006 y el **“Huevo de Oro ILH”** en categoría Programa Integral en el 2007 en Brasil.

Los resultados alcanzados de la actividad realizada por **INPROHUEVOS** nos ha dado el reconocimiento de varios países latinoamericanos, por ello hemos sido invitados por productores de huevos en Perú, Brasil, Guatemala, Colombia y Santo Domingo, para darles a conocer las vías que hemos tomado para conseguir fondos, las actividades realizadas y los resultados obtenidos desde la fundación de **INPROHUEVOS**..



#### **Nagib M. Budejen**

- **Presidente de INPROHUEVOS.**
- **Vicepresidente Ejecutivo de OVOMAR, C. A.**
- **Ex-fundador y Gerente General de PROINVISA.**
- **Ex-Gerente General de la División Avícola de PURINA DE VENEZUELA, C. A.**
- **Ex-Miembro del STAFF de RALSTON PURINA INTERNACIONAL – DIVISIÓN AMERICA LATINA.**
- **Conferencista Internacional: Ponencias en Seminarios sobre Mercadeo de Productos Avícolas.**
- **Miembro Fundador de la FEDERACIÓN NACIONAL DE AVICULTURA –FENAVI–, llegando a ocupar la primera Vicepresidencia por varios períodos.**