

## Artículos originales

# En el País Vasco, un buen ejemplo de promoción del huevo

José A. Castelló (\*)



Aunque la inconcreción de las estadísticas españolas siempre nos haga dudar en el momento de tener que recurrir a ellas, en el caso de medir el consumo "per cápita" de huevos del país creemos que no cabe la menor duda de que nos hallamos frente a un hecho de la mayor gravedad: la brusca caída que ha tenido en los últimos años, desde las 300 y pico de unidades de mediados de la pasada década hasta las poco más de 230 de 1992.

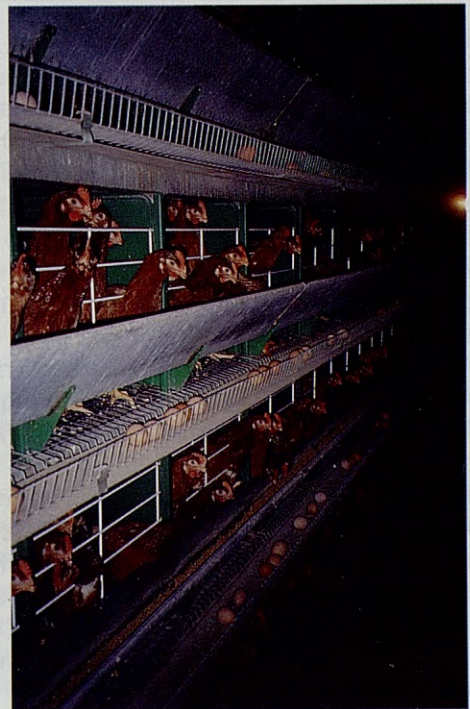
No hemos de meternos a analizar las causas de este fenómeno, que si bien no es exclusivo de nuestro país, sí lo es en lo que se refiere a su cuantía. El temor al colesterol y a las enfermedades coronarias, el problema de las salmonelas – aireado exageradamente por la prensa – y los cambiantes hábitos alimenticios de las nuevas generaciones han formado un cuadro que no ha hecho más que perjudicar a la imagen del huevo ante el consumidor.

Lo malo es que, mientras tanto, el sector productor ha permanecido en silencio, no sabiendo reaccionar ante la gravedad de la situación. Ha intentado, eso sí, producir cada vez con una mayor eficiencia –modernizando no pocas instalaciones, afinando en la formulación de los piensos, utilizando unas estirpes cada vez mas productivas, etc– pero no consiguiendo – y, que nosotros sepamos, posiblemente ni intentando –aunar esfuerzos para conseguir cambiar el rumbo de las cosas.

Y aunque es muy fácil hablar desde fuera de la barrera, hay un hecho evidente: el no

hacer nada para luchar contra esta tendencia parece como la aceptación implícita de la situación. Esto es lo que nosotros hemos denunciado en más de una ocasión, como si hoy no dispusiésemos de unos medios de difusión para intentar al menos conseguir detener la citada tendencia y, a ser posible, darle el giro que nos agradaría.

Sin embargo, no podemos dejar de reconocer algo que indican los entendidos en es-



Vista de un pasillo de una de las naves de baterías de 4 pisos de la Granja Gorrotxategi, una de las más importantes del País Vasco.

(\*) Dirección del autor: Real Escuela de Avicultura. Plana del Paraíso, 14. 08350 Arenys de Mar (Barcelona).



Dos de los principales artífices de la Asociación Profesional de Avicultores de Guipúzcoa, los Srs. Luis Gorrotxategi y Esteban Acha.

tudios de mercado: lo difícil que parece ser, en estos casos, el conseguir que una campaña publicitaria institucional de un determinado producto se realice de forma que colaboren todos los que de una forma u otra se pueden beneficiar de ella. Porque lo sencillo, en estos casos, es decir que hay que hacer algo pero de ahí a arrimar el hombro –es decir, ayudando económicamente en la campaña– media una buena distancia ...

Valga este preámbulo para decir lo que nos satisface el haber visto que, al fin, y aunque sólo sea a nivel de una sola provincia española, una Asociación ha tenido la valentía de afrontar el reto e iniciar una campaña de promoción del huevo. Nos referimos concretamente a Guipúzcoa y a la Asociación Profesional de Avicultores, dos de cuyos directivos, los Sres Luis Gorrotxategi y Esteban Acha, no tuvieron ningún inconveniente en explicarnos con todo detalle lo que se proponen.

### Presentando la situación

Presentemos en primer lugar a nuestros

interlocutores. D. Luis Gorrotxategi es uno de los 6 hijos de D. Pedro Gorrotxategi, posiblemente el más destacado avicultor guipuzcoano, quien medio jubilado –del todo creemos que le costará estarlo– ha cedido las riendas de su granja de 200.000 ponedoras a éstos. A Luis le conocemos ya desde hace años, desde que en 1977 realizó el Curso de Avicultura en Arenys de Mar, habiendo seguido en ello los pasos de otro de sus hermanos, Ignacio.

Por su parte, D. Esteban Acha es hijo de otro avicultor de Guipúzcoa que, aunque más modesto –50.000 gallinas– une a su juventud un entusiasmo y un espíritu de trabajo no menos importante que el de su amigo.

Para completar el cuadro, diremos que en los momentos actuales alrededor del 50 % de los huevos que se consumen en Guipúzcoa provienen de fuera de la provincia y que, de éstos, más o menos un 90 % proceden de las provincias limítrofes. La población de Guipúzcoa es actualmente de unos 730.000 habitantes y el censo de gallinas selectas de unas 560.000.

Y, para terminar, dos simples detalles acerca del tipo de huevo: todo lo consumido es de cáscara marrón, requiriéndose además una fuerte pigmentación de la yema, del orden de un 14 en la escala Roche. Los varios intentos que ha habido por introducir huevo blanco, procedente de otras provincias españolas, han terminado en fracaso, indicándonos que ni aún vendiéndolos mucho más baratos serían aceptados por el consumidor...

### El nacimiento de una Asociación

La idea de realizar una campaña de promoción del huevo no es nueva pues nació en 1990 en la mente de varios avicultores de Guipúzcoa, creando ya entonces una Asociación Profesional de Avicultores con este fin. Sus promotores fueron D. Luis Gorrotxategi, D. Esteban Acha y D. Vicente Dorronsoro, contando en aquel entonces con 20 asociados, de los cuales 2 han desaparecido, quedando ahora 18.

Según datos actuales, entre estos 18 socios tienen 417.200 gallinas en puesta, lo que representa el 75 % de las existentes en Guipúzcoa. Las 18 granjas de los socios re-

presentan el 54 % de las que hay en la provincia.

La Asociación no se creó, sin embargo, sólo para la promoción del huevo sino que sus fines han sido más ambiciosos. Según nos concretan nuestros entrevistados, los tres principales problemas con los que se ha enfrentado han sido:

-La actualización de las instalaciones obsoletas.



El cartel de promoción del huevo, junto con un envase de cartón de la Granja Zelaigain.

-La eliminación de la gallinaza de las granjas.

-La promoción del huevo.

La Asociación realiza determinadas acciones comunes, como es por ejemplo, el plan sanitario, para lo cual todos los avicultores de la provincia suelen ir al unísono a efectos de aplicar las mismas vacunas, cuya compra se halla centralizada. En materia de piensos cada uno utiliza los que quiere, aunque entre algunos de los socios disponen de una fábrica

propia de la que se surten y que, además, tiene algo de venta libre.

Otra acción común de la Asociación es la venta de las gallinas viejas. En Guipúzcoa no hay ningún matadero que se haga cargo de ellas, así que se tienen que sacar fuera de la provincia en una acción coordinada en el tiempo.

Otra acción conjunta es el Seguro de Responsabilidad Civil a efectos de poder responder mancomunadamente a cualquier problema que haya con su producto, el huevo. Por tanto, el seguro no cubre las instalaciones -que cada uno se puede asegurar o no, pero por su cuenta- sino sólo el huevo a efectos de que si hay algún problema, por ejemplo, por una intoxicación masiva por salmonellas, sea la Asociación la que responda. Esto les cuesta alrededor de una peseta por gallina y año, siendo 13 los asociados que participan en él.

El presupuesto de gestión de la Asociación es reducido debido a que la ejecución de las actividades está subcontratada a una Cooperativa de Servicios. Este sistema permite ajustar los medios técnicos y los recursos humanos a las necesidades de cada momento, optimizando en consecuencia los gastos.

Por otra parte, existe un convenio de colaboración entre la Asociación y la Excma. Diputación Foral de Guipúzcoa, mediante el cual es posible financiar parte de los costes. Esto permite, en definitiva, que la aportación a realizar por cada avicultor sea muy asumible.

### Actualización de instalaciones

Constituyó desde un principio uno de los objetivos prioritarios de la Asociación ya que mal se podría mantener en plena pujanza la producción local partiendo de unas instalaciones que año tras año fueran quedando cada vez más obsoletas. La actualización de las instalaciones tiene por objetivo así el que éstas sean siempre operativas, haciendo para ello las obras que se crean necesarias o bien reequipándolas con los materiales más convenientes en cada caso.

El plan se halla apoyado por la Diputación de Guipúzcoa, no preveyendo en ningún caso la ampliación de instalaciones sino sólo su modernización. Se firmó con una vigencia de 3 años -para 1993, 1994 y 1995- y en este intervalo las inversiones se están realizando

escalonadamente. En su aplicación se tiene presente la Directiva de la CEE de 1986 sobre equipamientos para ponedoras en batería y en 1993 ha supuesto la inversión de unos 100 millones de pesetas en Guipúzcoa.

Cada asociado negocia por su cuenta la actualización con la Diputación pero debe comunicarlo previamente a la Asociación con



La única sección de venta de huevos en un supermercado Eroski, con contenedores de la Granja Gorrotxategi. Obsérvese el distinto color de los envases de cada categoría.

el fin de establecer un plan conjunto, escalonando adecuadamente las inversiones.

Según nos indicaron, la totalidad de los huevos de la Asociación se hallan producidos en baterías y, de éstas, la mayor parte de ellas pertenecen ya a los tipos de varios pisos superpuestos, con predominancia de un modelo comercial fabricado en Navarra.

### Eliminación de la gallinaza

Reconociendo que es uno de los más graves problemas de la avicultura de puesta, uno de los objetivos prioritarios de la Asociación desde su fundación fue resolverlo. Sin em-

bargo, la escasez de tierras de labor en Guipúzcoa y el conocimiento de que solo con retirar la gallinaza de las baterías no se resuelve el problema, hizo que el tema se analizase con mayor profundidad de lo habitual.

A tal fin y después de varios estudios se hizo un viaje a Italia para ver el funcionamiento de un sistema "solar", de patente japonesa, que allí tienen operando desde hace años. El fin de la operación era producir un producto seco que se pudiera comercializar como abono, con lo cual se podría disponer de una fuente de ingresos extra, a la par que se evitaría la dependencia ahora existente de los abonos inorgánicos.

El tema parecía que iba adelante pero se halla detenido de momento, por parte de ellos, por haberles informado el Gobierno Vasco de que están elaborando un plan conjunto para todo el país, que se espera sea operativo ya dentro de 1994.

### Promoción del huevo

Veamos ahora lo más interesante de la actuación de la Asociación, a buen seguro la parte más valiente de sus objetivos ya que no existe ningún precedente en Guipúzcoa ni tampoco en España.

El plan se ha diseñado en 1993, previendo su lanzamiento para comienzos de 1994, por lo que en el momento de ver la luz estas líneas ya habrá salido a la calle.

En principio se busca el promover el consumo del huevo de calidad, como el que ellos pueden producir en una provincia pequeña y con una gran densidad de población humana, circunstancias ambas que ayudan a que los puestos un día apenas tarden 24 horas en llegar al comercio.

Los objetivos de la campaña se podrían resumir en dos:

- Realizar una promoción general del huevo. Se trataría fundamentalmente de resaltar las características nutritivas del producto, instruir sobre su utilización adecuada en una dieta equilibrada, dar recomendaciones específicas para su uso y conservación, etc.

Con este fin se darían charlas y se promoverían coloquios, concursos, etc., abordándose valientemente los aspectos más conflic-



Reverso del calendario – tamaño original – insertado bajo la envoltura de plástico de los envases de 2 docenas de huevos. Como puede verse, no falta el sentido del humor.

tivos, como pueden ser el del colesterol, las salmonelosis, etc.

–Realizar una promoción del huevo producido en Guipúzcoa. Es el otro objetivo que se pretende lograr con el fin de que haya una diferenciación de los huevos producidos en aquellas explotaciones que han apostado y financiado en su totalidad la campaña.

Esto se espera conseguirlo mediante la impresión en los envases de huevos del logotipo GIPUZKOAKO ARRAUTZAK –huevos de Guipúzcoa–, el cual ya está patentado para evitar su uso fraudulento.

El enfoque de la publicidad dicen que ha de ser dinámico, para lo cual se va a enseñar una mano que tome un estuche de huevos de los suyos de los estantes de un mercado. Por tanto, para esto no sirve la radio, aunque es barata, ni tampoco la prensa –ésta al menos en una primera fase, aunque no se descarta acudir a ella más adelante–, necesitándose acudir a la televisión.

Inicialmente, la campaña publicitaria cuenta

con un presupuesto de 1,7 millones de pesetas aunque nos dicen que ello es muy poco pues la confección del video sólo ya les cuesta 600.000 pts. En Guipúzcoa hay 2 canales locales de televisión, en castellano y en vasco, lo que complica la situación pues deberán realizar la promoción bilingüe, con el aumento de coste que ello supone.

La evaluación de la campaña aseguran que podrá hacerse fácilmente en base a lo que vean que les cambian las ventas a cada uno de los asociados. Esto parece difícil de creer a no ser por la fidelidad que suelen tener las tiendas y las cadenas de supermercados a sus respectivas granjas proveedoras, las cuales se los entregan ya envasados con sus marcas. La compulsación de esto por parte de todos los asociados significará el éxito de la campaña.

### Cuestión de calidad

Sabiendo que para garantizar al máximo la calidad del huevo es fundamental asegurar su correcta clasificación, su edad y sus condiciones de conservación, la Asociación se ha preocupado de que todos sus integrantes cumplan estos requisitos al máximo. Veamos, como ejemplo típico de la actuación de los integrantes de la Asociación, la forma de operar que tienen en la granja Gorrotxategi.

Todos los huevos se transportan mecánicamente desde las naves de puesta hasta un almacén, en el cual son seleccionados y clasificados por peso. La operación del transporte se halla controlada mediante circuito cerrado de televisión, conociéndose así de qué nave y de qué piso de jaulas se están tomando los huevos y registrándose adecuadamente.

Los huevos los clasifican y envasan en la granja, colocándose inmediatamente en un almacén acondicionado a 15°C pero sólo durante unas pocas horas pues cada día se envía la producción a las tiendas, supermercados o puntos de venta, en contenedores y camiones propios. Se separan 4 clases de huevos: los resquebrajados, los sucios, los de cáscara pálida y los rotos. A estos últimos huevos se les quita en el acto la cáscara y se echa el contenido en bidones de plástico, que se congelan inmediatamente, guardándose

en cámara durante una semana y entregándose entonces a una empresa de ovoproductos.

Las otras 3 categorías de huevos separados se comercializan aparte, con bastante demérito las 2 primeras y a un canal separado los pálidos, éstos casi al mismo precio que los normales. Según nos explican, de las dos estirpes de ponedoras que suelen utilizar, una de ellas parece producir un porcentaje algo superior de huevos pálidos que la otra, aún salvando las diferencias individuales y teniendo en cuenta la conocida disminución del color a medida que avanza la puesta.

Todo lo venden envasado, bien en cajas de 1 docena o bien de 2, con su marca. La excepción son los huevos servidos a la cadena Eroski, para los cuales ésta registró la marca "Korok" al haber preferido Gorrotxategi que no utilizasen su nombre.

Todos los estuches llevan dos fechas, la del envasado y otra de caducidad, 20 días más tarde. La primera fecha se corresponde siempre con la de puesta ya que la planta funciona 7 días por semana y los 365 días del año, no acumulándose así nunca huevos de un día para otro. En cada envase se marca la clase europea y el peso, registrándose además con código de barras el número de la nave de procedencia de los huevos y yendo a parar estos datos al ordenador, gracias a lo cual se podría seguir la pista de cualquier anomalía, de producirse.

Lo bueno del caso es que los clientes tipo Eroski o incluso las tiendas pequeñas son muy adictos a las granjas de procedencia, no teniendo huevos de ninguna otra, ni siquiera de otros avicultores de la provincia. Esto es una garantía para los avicultores pertenecientes a la Asociación y al mismo tiempo un estímulo para premiar su seriedad –en lo que se refiere a la continuidad de una calidad determinada–, en tanto que para las tiendas

es también una seguridad en un producto que nunca les ha fallado.

### Comentario final

Aunque, explicada así rápidamente, la operación iniciada en el País Vasco parece sencilla, para que se haya podido ligar y para que funcione a la perfección se ha necesitado la coincidencia de varias condiciones.

En primer lugar, el convencimiento por parte de una serie de avicultores de que la situación a la que ha llegado el huevo, no haciendo más que aguantar críticas por todas partes y con un consumo en franco declive, no podía prolongarse por más tiempo.

En segundo lugar, el espíritu de colaboración de todos los que se hallan enfrentados al mismo problema, en este caso una buena proporción de los productores de una provincia, Guipúzcoa. Añadido a esto, se halla el hecho de la ilusión que han puesto los creadores del proyecto, todos ellos jóvenes que pertenecen a una segunda generación de avicultores que ha sido capaz de superar las "viejas diferencias" que existían entre sus progenitores.

Por último, no se puede olvidar la ayuda que han recibido de la Administración, en este caso la Diputación Foral de Guipúzcoa, la cual no se ha limitado sólo a las típicas palabras de aliento que se suelen encontrar en tales casos.

Nuestra pregunta final, para concluir, sería la siguiente: ¿tan difícil es coordinar una acción de este tipo, o similar, a nivel nacional?. Si esto se realizó en el Reino Unido, resucitando el emblema del león que ya se había estampado sobre los huevos del país hace años y si una parte del País Vasco decide ahora hacer lo mismo, ¿a qué esperan pues nuestras organizaciones avícolas para hacer algo similar en España? □

# SUS PONEDORAS SE MERECEEN LO MEJOR

Si quiere que su producción de huevos sea un éxito.

## EUROVENT

es su batería.

Los puntos clave:

- Un medio ambiental higienico y oxigenado.
- 1 kg. más de producción de huevo por gallina y año.
- 5% más de huevo de 1a clase.
- Reducción del 50% de problemas ambientales.

Y además:

- La gallinaza será facil de almacenar y transportar con un contenido del 50 - 55% de materia seca.

## EUROVENT

Le permite una altura de hasta ocho pisos sin necesidad de hacer obra adicional.  
¡Esto es la calidad Big Dutchman!



# Big Dutchman

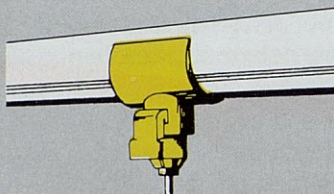
**BIG DUTCHMAN IBERICA S.A.**

Poligono Industrial Agro-Reus · Calle Victor Catalá · Nave 13  
43206 Reus (Tarragona), España · Tel. 977 / 31.78.77 · Fax 31.50.47

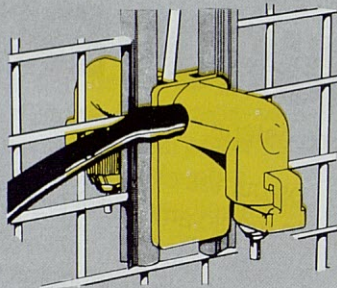
# VAL

SISTEMAS DE BEBEDEROS PARA AVES

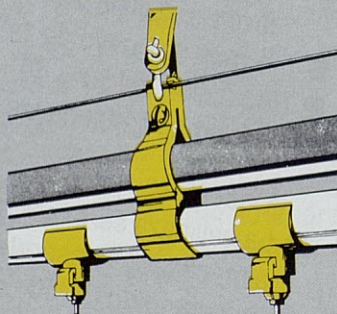
EL FUTURO ESTA  
AQUI HOY



PONEDORAS EN BATERIA



POLLITAS EN RECRÍA

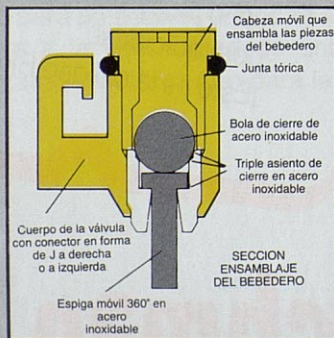


**BEBEDEROS ELEVABLES PARA TODO TIPO DE AVES CRIADAS SOBRE YACIJA**

Pólos, Reproductores, Pavos y Patos  
¡SIN GOTEO! GARANTIZADO

No se necesitan bebederos mini ni de 1.ª edad.

Bebedero de bola con asiento de triple cierre,  
en **acero inoxidable**, con acción lateral de 360°



¡OFERTA ESPECIAL DE PROMOCION!

SOLICITAMOS COLABORADORES PARA AMPLIAR NUESTRA RED DE CONCESIONARIOS / DISTRIBUIDORES EN DIVERSAS ZONAS. BIEN INTRODUCIDOS EN EL SECTOR AVICOLA.

## SELECCIONES AVICOLAS

# 30 años haciendo avicultura

**LEADER**  
PRODUCTOS AGROPECUARIOS, S.A.  
IMPORT/EXPORT

Paseo de Cataluña, 4  
43887 NULLES (Tarragona)  
Tel (977) 60 25 15 y 60 27 23  
Fax (977) 61 21 96

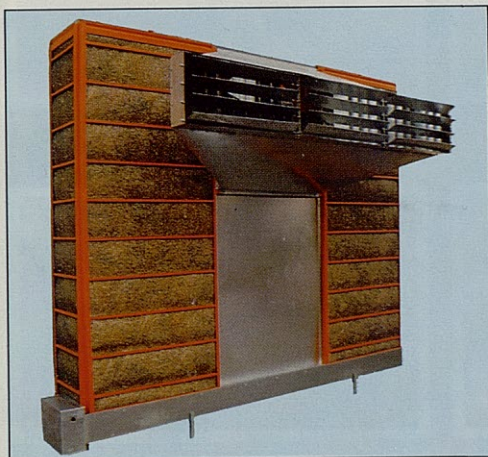


# TORRES DE REFRIGERACION PARA GALLINAS PONEDORAS

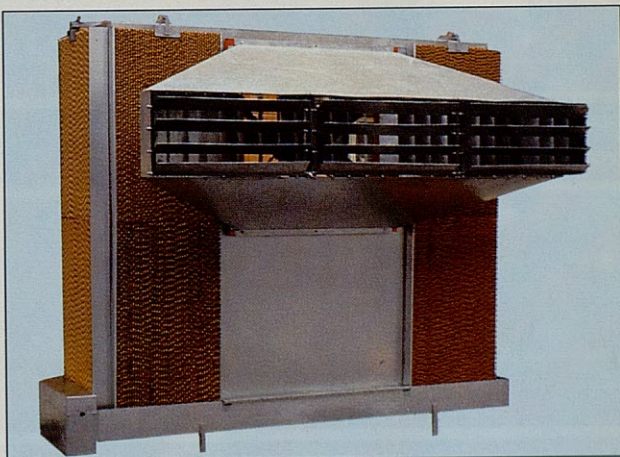
UAB  
Universitat Autònoma de Barcelona  
BIBLIOTECA  
FACULTAT  
DE VETERINÀRIA

## PRODUZCA HUEVOS GORDOS

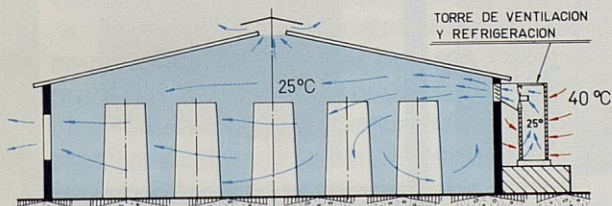
también en verano, justo cuando su precio es mayor, debido a la caída de tamaño que produce el estrés térmico en las gallinas de granjas mal acondicionadas.



Torre con paneles de viruta recambiable para aguas con mucha cal.



Torre con paneles de celulosa para aguas con poca cal.



Esquema de funcionamiento del sistema.

Con nuestro sistema de inyección de aire frío por encima de las jaulas se puede ventilar y refrigerar cualquier granja de gallinas de puesta: con ventanas o caballete abierto, o incluso sin ventanas, sin riesgo de asfixia en un corte de corriente.

El reparto del aire se realiza por difusor, o con embocadura plana especial, con lamas horizontales y verticales para orientación del aire.

Nuestras torres de inyección \* proporcionan la más **ALTA RENTABILIDAD.**

CAUDAL DE AIRE.....	35.000 m <sup>3</sup> hora, a 25 °C
SUPERFICIE DE PANEL CELULOSA .....	9 m <sup>2</sup>
SUPERFICIE DE PANEL VIRUTA.....	15 m <sup>2</sup>
CONSUMO DE ELECTRICIDAD .....	1,1 kw. hora (1,5 C.V.)
PRECIO con paneles celulosa .....	220.000 ptas.
PRECIO con paneles viruta .....	210.000 ptas.

INSTALACION Y MONTAJE MUY SENCILLO. SIN OBRAS.

(\* El sistema de torres de inyección fue desarrollado por PROGANADERA hace 5 años.

*¡Llámenos  
y le informaremos  
sin compromiso.*



**PROGANADERA**

LIDERES EN INNOVACIONES Y SISTEMAS PARA CLIMATIZACION DE GRANJAS

Cº Bajo Venta, naves 1 y 2 • Tels. (976) 50 41 06 - 50 34 12

Fax (976) 50 34 12 • 50410 CUARTE (Zaragoza)

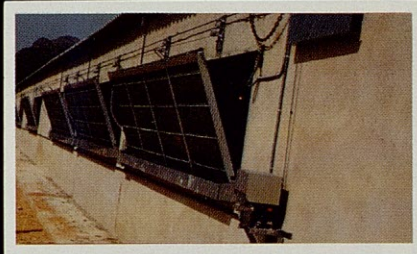
# Asegure LA RENTABILIDAD DE SU GRANJA CON UNA BUENA CLIMATIZACIÓN

Por eliminación de bajas por calor, aumento de la densidad de aves, mejora de la transformación en pollos y de la fertilidad en reproductoras, evita la caída de puesta y el descenso de tamaño en el huevo, etc. SON HECHOS PROBADOS.

TENEMOS SOLUCIONES PARA CUALQUIER NECESIDAD. VEA ALGUNAS:



Cabinas de inyección de aire frío para engorde de pollos, gallinas reproductoras, pavos, etc.



Abierto. Refrigeración por extracción con paneles abatibles de apertura automática.



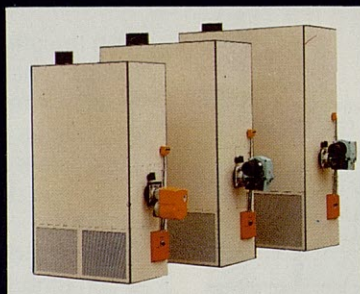
Refrigeración por extracción. Gallinas ponedoras, etc.



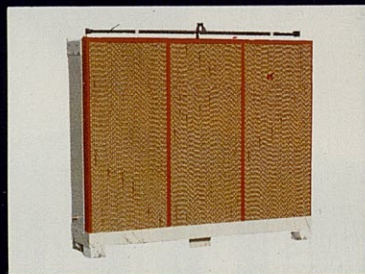
Refrigeración por inyección a baja velocidad. Gallinas ponedoras, pollos, etc.



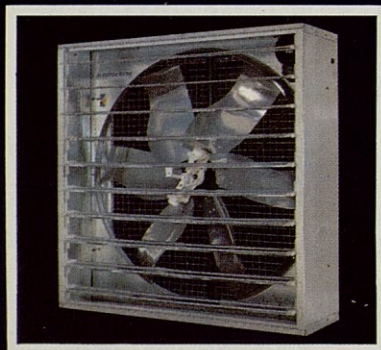
Refrigeración y calefacción por conducto de chapa. Codornices, pollitas, etc.



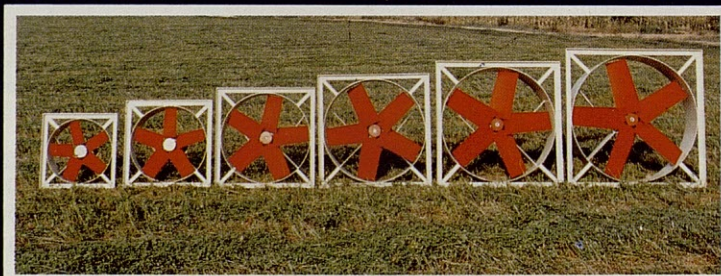
Generadores de aire caliente automáticos de gasóleo. Pollos, codornices, pollitas, etc.



Cabina de extracción e inyección a baja velocidad con panel de celulosa. Pollos, ponedoras, reproductoras, incubadoras, etc.



Ventiladores de gran caudal para extracción.



Ventiladores monofásicos y trifásicos regulables. Desde 8.000 a 40.000 m<sup>3</sup> horas.



## PROGANADERA

LIDERES EN INNOVACIONES Y SISTEMAS PARA CLIMATIZACION DE GRANJAS.

C.º Bajo Venta, naves 1 y 2. - Tels. (976) 50 41 06 - 50 34 12 • Fax (976) 50 34 12 - 50410 CUARTE (Zaragoza)

Nota: Estos sistemas han sido investigados y fabricados por PROGANADERA.

NECESITAMOS REPRESENTANTES