

Ficha de Valorización de Resultados

68

PECUARIO / AVES

Selección y Manejo de la Gallina Mapuche Productora de Huevos Azules

Proyecto de Innovación
en las Regiones del
Biobío y de La Araucanía

El movimiento internacional *Slow Food* considera al huevo azul como un “baluarte”, ya que muestra una característica única en la producción aviar mundial, presente desde tiempos precolombinos y asociada a la cultura mapuche, donde su sistema de producción es artesanal, es decir, utiliza un mínimo de tecnología y valoriza el conocimiento campesino e indígena.

La gallina productora de huevos azules se originó en el pueblo mapuche; sin embargo, a través del tiempo se ha producido una gran variedad de características morfológicas entre las aves de los gallineros campesinos, producto de su cruce con distintas razas introducidas. Como consecuencia, la Fundación para la Innovación Agraria financió un proyecto, cuyo objetivo principal fue fijar el carácter del color del huevo azul. Para ello se llevó a cabo un proceso de selección participativa con 10 productoras distribuidas en 6 localidades, entre la Región del Biobío y de La Araucanía.

Además, el proyecto desarrolló un proceso de investigación y aplicación de los tipos y beneficios del uso de hierbas medicinales incorporadas al pastoreo de las aves. Junto a este innovador manejo, se incorporaron normas de *Slow Food* con el objetivo de que las mismas organizaciones sean protectoras de este legado y de difundir un producto de alta calidad obtenido por campesinos bajo un sistema completamente artesanal.



Esta ficha resume los resultados y lecciones aprendidas de este proyecto, expuestos en detalle en el libro correspondiente de la serie



Selección y Manejo de la Gallina Mapuche Productora de Huevos Azules

Proyecto de Innovación en las Regiones del Biobío y de La Araucanía

<p>Origen</p>	<p>Esta ficha fue elaborada a partir de la publicación que sistematiza los resultados, experiencias y lecciones aprendidas de la ejecución del proyecto “Gallinas de huevos azules: selección, manejo herbal y comercialización en sistemas campesinos e indígenas del sur de Chile”, cuya finalidad fue producir huevos azules bajo un manejo artesanal y ecológico, introduciendo el uso de hierbas medicinales, fijación del carácter azul de los huevos a través de mejoramiento genético y la introducción de protocolos y sello baluarte en la zona sur de Chile. La iniciativa fue ejecutada por el Centro de Educación y Tecnología para el Desarrollo del Sur (CET Sur), en asociación con la Universidad de Concepción, entre diciembre de 2006 y septiembre de 2009.</p>
<p>Tendencias del mercado</p>	<p>La producción mundial de huevos ha mostrado un aumento sostenido desde el año 2000 y en 2005 casi bordeó las 60 mil toneladas. A escala mundial China es el principal país productor de huevo fresco, con una participación del 41% del volumen producido el año 2005; otros países como Estados Unidos, India, Japón y Rusia aportan un volumen equivalente al 31%. Por lo tanto, cinco países representan el 62% de la producción mundial (Maggi, s/f).</p> <p>El mayor consumidor de huevos es Japón (400 huevos/persona/año), seguido por Israel y Francia (más de 350) y Estados Unidos (256). Chile se ubica en el segundo lugar de América Latina (175) después de México (aproximadamente 300); este consumo podría seguir aumentando debido a que el huevo es un producto de menor costo con relación a otros alimentos, especialmente si se considera su calidad y cantidad de proteínas.</p> <p>El comercio mundial de huevo señala una tendencia del crecimiento anual, cuya particularidad radica en el mayor crecimiento experimentado por el huevo industrializado en comparación con el huevo fresco, tanto de las importaciones como de las exportaciones. Se estima que este aumento se debe a la mayor tendencia del consumo de platos precocidos, ya sean tradicionales o de aquellos más sofisticados.</p> <p>El mercado internacional del huevo de mesa ha evolucionado desde la comercialización únicamente por diferenciación del tamaño, a huevos con otras características nutricionales, los cuales se venden a mayores precios en los supermercados. En Europa las nuevas exigencias de los consumidores obligan a la industria a involucrarse con tópicos relacionados con la responsabilidad social y el bienestar animal.</p>
<p>Situación del rubro en Chile</p>	<p>De acuerdo con la información consultada, no existe información sobre producción de huevos azules en Chile; las estadísticas corresponden a producción de huevos en general y de gallinas en producción, con referencia a gallinas blancas principalmente, y de color. Por otro lado, no existe un registro de la oferta de huevos azules ni de estadísticas sobre el número de gallinas en producción.</p> <p>De acuerdo a los antecedentes del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y de la Asociación de Productores de Huevos (Asohuevo), la producción de huevos nacional ha aumentado en los últimos cuatro años, a una tasa promedio anual de 3,4%, hasta alcanzar 2.890 millones de unidades en 2008, un 2,5% más que el año precedente. Según los últimos métodos de pronósticos de producción desarrollados por Asohuevo, la proyección hasta diciembre de 2009 fue de, aproximadamente, 2.940 millones de huevos, lo que representa un 1,7% de crecimiento respecto a igual período de 2008.</p> <p>El precio del huevo de color es mayor que el del blanco en, aproximadamente, 3 a 5% entre los meses de mayo y junio, período donde el precio normalmente aumenta. El proyecto precursor comercializó el huevo azul en ferias costumbristas, a \$ 2.000 y \$ 2.500 la docena, es decir entre 167 y \$ 208 la unidad; este precio, muy superior al de los huevos comunes, denota la valoración por parte del consumidor nacional respecto de este huevo de campo producido en forma artesanal (Cuadro 1).</p>

Alcances y desafíos del negocio

La producción de huevos azules se visualiza como una buena opción de negocio para los productores dueños de gallinas mapuches, insertos en la agricultura familiar campesina, que además de este valioso material genético, cuentan con el saber hacer y la herencia cultural del pueblo mapuche.

El mercado de huevo azul tendería al mercado local tanto por su estacionalidad de producción, como por el sistema de producción, ya que sería imposible la producción industrial bajo los estándares ecológicos, artesanales y de Slow Food, que promueve el proyecto. Aún falta cultivar nuevos nichos en el mercado nacional y seguir educando al consumidor respecto este tipo de producto, donde ya existe un aprecio especialmente por parte del consumidor de las ciudades cercanas.

Cabe señalar que en el proyecto precursor se establecieron relaciones comerciales en los ámbitos local-comunal, regional y nacional; el primero, asociado a ferias y circuitos turísticos (rutas turísticas) locales, no obstante los precios de venta son menores (cerca de \$ 2.000). La estrategia para los ámbitos regional y nacional se realizó a través de la inserción y difusión del producto huevo azul en circuitos económicos tipo ferias regionales/nacionales, circuitos gastronómicos (restaurantes e intermediarios gourmets), para lo cual, el rol de las redes de consumidores u otra institucionalidad (cooperativas, redes de organizaciones) cobran una mayor relevancia; además son espacios en los que los precios de venta, asociados a un mayor interés de los consumidores, pueden alcanzar valores entre 2.500 y \$ 3.500.

Claves de viabilidad

Aumento de la masa de gallinas mapuches. Junto con el rescate del huevo azul, es necesario aumentar el número de gallinas mapuches en el mundo campesino, para evitar definitivamente su desaparición y llegar con un volumen de huevos estable a los diferentes mercados locales.

Búsqueda y establecimiento de nichos de mercados locales. Junto con el aumento de la masa de gallinas mapuches, se deben buscar nichos de mercados locales y establecer alianzas con supermercados, restaurantes, hoteles y otros, tanto para asegurar la comercialización del producto, como para que los consumidores de la ciudad accedan a un producto natural y artesanal, con sello inmediato de campo.

Lineamientos para el manejo artesanal. Una de las claves de viabilidad de este modelo de aprendizaje es el seguimiento de los lineamientos del manejo de gallinas mapuches y la producción de huevos azules, ya que es necesario mantener la producción artesanal de productos de calidad bajo estándares de producción natural, lo que permite el reconocimiento del consumidor, el sello de calidad y le da valor agregado a los huevos azules.

Organización campesina. Los campesinos deben enfrentar su propia agrupación y organización, lo que constituye un factor clave complejo en el escenario de campesinos que generalmente han trabajado en forma independiente. Las estructuras asociativas les permitirían generar volúmenes adecuados y ofrecer el producto en forma constante durante su período de producción.

El valor del proyecto

El proyecto precursor se centró en el rescate de la “gallina mapuche” y en la producción del “huevo azul” bajo condiciones de manejo ecológicas y artesanales. Como actualmente existe la necesidad de proteger los alimentos artesanales en un mundo industrializado, el proyecto se enfocó en la conservación de un patrimonio cultural que se espera sea mantenido por los campesinos, con el objetivo de conservar el legado y protegerlo bajo las condiciones de producción artesanal que sólo los campesinos pueden otorgar.

La comercialización de este tipo de productos generalmente se orienta a mercados locales; sin embargo, cada vez son más valorados ya que mundial y nacionalmente existe una mayor demanda por productos de mejor calidad que, manteniendo o mejorando las cualidades nutricionales, estén insertos en un sistema productivo que favorezca la producción limpia y sustentable, que sean culturalmente pertinentes y que estén asociados a una producción artesanal que, además de asegurar una calidad diferenciada, promueva una mayor solidaridad hacia el mundo campesino e indígena.

CUADRO 1. Precios promedio a consumidor del huevo fresco (\$/unidad)

Categoría	MES/TIPO (\$)					
	Mayo		Junio		Julio	
	Blanco	Color	Blanco	Color	Blanco	Color
Súper	48,40	51,63	52,50	57,88	54,80	62,50
Extra	45,40	47,38	50,20	52,88	53,80	55,50
1ª	42,90	44,63	48,30	50,50	52,60	54,50
2ª	40,50	40,88	45,20	47,00	49,80	50,75
3ª	35,88	36,88	41,88	43,00	46,50	46,50

Fuente: Elaborado por ODEPA [en línea] con datos de Asohuevo.

