SANTO DOMINGO.- La provincia Espaillat concentra el 60 por ciento de las 250 granjas productoras de huevos de República Dominicana, con una generación de empleos que superan los 1,200.

Alrededor de 115 empresarios del sector avícola son responsables de más de la mitad de los 135 millones de unidades que son producidas mensualmente en el país.

La información fue ofrecida por Manuel Escaño, presidente de la Asociación Nacional de Productores de Huevos (Asohuevos), quien afirma que el país está obligado a reducir los costos de producción, especialmente los relacionados con el precio de electricidad, transporte y falta de apoyo oficial.

Datos de la organización indican que al finalizar el 2006 los productores esperan cerrar con un crecimiento cercano al 30 por ciento, respecto al año pasado. La producción mensual durante el 2005 fue de 115 millones de unidades, equivalente a 1,380 millones en el año.

Para Asohuevos, el Tratado de Libre Comercio que firmó el país con Centroamérica y Estados Unidos (DR-Cafta), representa un reto, pues tienen que competir con productores subsidiados y costos inferiores a los nacionales.

“Nosotros tenemos unos costos de energía bastante elevados y altos costos de producción, por lo que tenemos como nuestro principal reto, mejorar nuestra eficiencia, bajar los costos de producción para competir con los productores de otros países con más desarrollo industrial que el nuestro”, sostiene.

La producción nacional de huevos se estima en 135 millones mensuales, de los cuales 120 millones se consumen en el país y de 15 a 20 millones se trasladan hacia Haití.

La cadena de comercialización del huevo está compuesta por: del productor al mayorista-mayorista que los vende a camiones y camionetas y éstos a distribuidores que los llevan a los colmados y supermercados para llegar a los consumidores.

De acuerdo con Asohuevos, se tiene un margen de beneficio de 20 centavos por unidad, aunque aclara que no siempre es así, ya que los precios fluctúan con mucha frecuencia.

Escaño explicó que por el huevo un producto perecedero, o sea, que se daña si se deja mucho tiempo almacenado, debe venderse con rapidez, lo que dificulta su comercialización. “Cuando cierran la frontera o cuando hay cualquier situación que impide que los huevos se comercialicen con normalidad, los precios tienden a la baja. Los precios de los huevos en el ámbito de productor son muy fluctuantes, pero al nivel de consumidor son estables”, sostiene el presidente de Asohuevos.

Según informa Escaño, se desarrolla una campaña publicitaria para dar a conocer los atributos nutritivos del huevo, como forma de incrementar el consumo del mismo. El huevo aporta 12% de proteínas que necesita una persona al día. Sus vitaminas y oligoelementos tienen

antioxidante que previenen enfermedades.