La panacea del TLC

Termómetros de mercado

Sisbén y el consumo per cápita





Año 13

Nº 241

Mayo de 2017

Horas extras

Generar empleo a partir de nuevas fuentes de trabajo o de simplemente cambiar la jornada, es una estrategia que siempre está en la agenda de gobierno. Sin objeción a dudas, recortar la jornada de trabajo implicaría la necesidad per cápita de contratar más personas pero, en un régimen de economía abierta, una propuesta de este estilo sería negativa, al aumentar los costos de producción las empresas del país no serían competitivas respecto a los proveedores foráneos.

> En el momento hace trámite en el Congreso de la República un proyecto de Ley orientado a cambiar el rango de horas que comprende el trabajo diurno y nocturno. Actualmente, según el Art. 160 del Código Sustantivo del Trabajo, el trabajo ordinario es el que se realiza entre las 6:00 a.m. y las 10:00 p.m., en tanto que el nocturno va entre las 10:00 p.m. y las 6:00 a.m.

> Con lo propuesto en el proyecto de Ley, se cambiaría el trabajo diurno de 6:00 a.m. a 8:00 p.m. y, el nocturno entre las 8:00 p.m. y las 6:00 a.m. ¿Cuál es el impacto en las empresas? que se tendrá que pagar un recargo por la contratación de personas que laboren entre las 8:00 p.m. y las 10:.00 p.m.

IMPACTO DEL PROYECTO DE LEY 1/		
Impacto proyecto de ley	\$ millones	(%)
Nómina implícita 2015	132.500.528	
Incremento nómina por recargo nocturno desde las 8:00 p. m.	1.942.484	1.5%
Costos Mintrabajo	411.000	0.3%

Fuente: Andi. 1/ Corresponde al empleo formal teniendo en cuenta aportes a Cajas de Compensación Familiar.

Con este escenario, el mencionado proyecto de Ley le implicaría un sobre costo a las empresas, en las estimaciones de la ANDI de \$1.9 billones año, y, tomando el registro de sueldos y salarios del DANE, el impacto sería de 3.6 billones anuales.

Por ahora una voz en contra, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, quien considera que una iniciativa como la indicada le termina generando, no sólo un problema a las empresas, sino al objetivo mismo de generar empleo y riqueza en nuestro país. Definitivamente, ésta resulta siendo una materia que se debería visualizar en función de nuestra capacidad competitiva de nuestra economía.

1. Horas extras

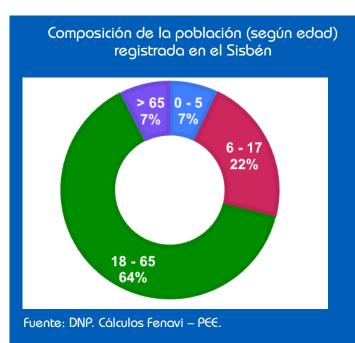
- 2. Sisbén y el consumo
- 3. Pollitas en alta mar.
- 4. Dificultades: sectoriales o empresariales
- 5. E: pollito. En competencia
- 6. E. Pollita: en el ritmo del crecimiento
- 7. El mapa de percepción ajena
- 8. La panacea del TLC
- 9. Dólar débil
- 10. Índice de Precios al Consumidor
- 11. Termómetro de mercado - Huevo.
- 12. Termómetro de mercado - Pollo.



Sisbén y el consumo per cápita

Según la radiografía del SISBÉN, casi 8 de cada 10 colombianos están en condiciones de pobreza y vulnerabilidad. Si esto fuese así, las condiciones de pobreza en nuestro país serían muy elevadas. Es decir, el 73.5% de la población se encuentra en éstas circunstancias.

Hasta el momento, los datos demográficos del Sisbén revelan que existen 37.685.079 personas encuestadas, o registradas, de las cuales 18.576.246 son mujeres y, 17.668.380 son hombres.



Personas en el Sisbén por salario mínimo

SMMILV	Part	Población
0 - 5	0,5%	181.223
1 - 2	1,5%	543.669
< 1	30,4%	11.018.366
Sin ingreso	67,5%	24.465.123
> 5	1,0%	362.446

Fuente: DNP. Cálculos Fenavi - PEE.

SMMILV: Salario Mínimo Legal Vigente. Número de

personas válidas en Sisbén.

Estas cifras nos señalan que 35.4 millones de personas están en condiciones de pobreza.

Desde la composición de la base de la pirámide correspondiente a la población con menores ingresos, esto indica que tenemos un problema o una oportunidad.

En la perspectiva del problema, nuestra estimación de consumo per cápita está calculada sobre la posibilidad de que cada colombiano consumo de 262 unidades de huevos o 31.5 kilos de pollo habitantes año pero, del dicho al hecho hay mucho trecho.

Con base en las cifras del Sisbén procedimos a estimar algunos escenarios de consumo. Para nuestro ejemplo, el escenario 1 estima que solamente el 90% de la población sin ingreso, consume huevo y pollo, y así sucesivamente hasta llegar al escenario 5, en donde se estima que sólo el 50% de la población sin ingresos consume productos avícolas.

Si	mulación con	sumo per cáp	ita
Escenarios	Porcentaje	Huevo Un	Pollo Kgs
Base	100%	261	31,5
1	90%	275	33,2
2	80%	290	35,0
3	70%	307	37,1
4	60%	326	39,4
5	50%	348	42,0

Fuente. Fenavi. Estimaciones PEE.

Así las cosas, tendríamos que señalar que los mercados de estratos seis al tres o al dos, están en el punto alto del consumo.

Por ende, la oportunidad de crecimiento está en la población de menores ingresos, justamente el nicho más complejo. El resto del mercado, podría catalogarse como más maduro, es decir, en donde la competencia por los clientes es alta.



Pollitas en alta mar

	IMPORTACIÓN DE BIENES DE CAPITAL AVÍ	COLAS (\$ USE))	
Partida	Descripción	2015	2016	2017 1/
8433601000	Máquinas para limpieza o clasificación de huevos	1.507.755	2.023.366	894.996
8436210000	Incubadoras y criadoras	3.044.079	4.032.925	559.387
8436291000	Comederos y bebedores automáticos	3.297.324	3.219.329	412.628
8436292000	Batería automática de puesta y recolección de huevos	8.564.356	9.796.609	991.244
8436299000	Las demás maquinas desplumadoras automáticas para la avicultura	3.512.950	2.248.425	80.338
8436910000	Partes de máquinas o aparatos para la avicultura	3.585.464	3.162.950	385.232
8438501000	Aparatos para procesamiento automático de aves	5.041.157	3.954.546	147.014
8438509000	Los demás aparatos para la preparación de carnes	8.923.597	10.404.389	1.192.452
	Total	37.476.684	38.842.538	4.663.290

Fuente: DIAN. Cálculos PEE. 1/ Importaciones primer bimestre.

Se pueden identificar tres modalidades de crecimiento en el sector avícola: 1) por agotamiento del activo u obsolescencia; 2) por estrategia de crecimiento o; 3) por una urgencia de relocalización. Al final, en todos los casos, se termina incrementado la capacidad instalada y, por ende la producción.

Aun cuando la alternativa de crecimiento corresponda a un tema reposición por obsolescencia, el efecto neto termina siendo una mayor capacidad de producción.

Según el registro de importación de la DIAN en lo corrido del primer bimestre del año, se han realizado importaciones en baterías automáticas para puesta y recolección de huevos por UDS\$ 1 millón y, viene en camino equipos por el equivalente a US\$ 5 millones al primer semestre del 2017. La dimensión de estas cifras implican tener una capacidad instalada entre 1 y 1.5 millones de aves aproximadamente; algunas son de reposición y otras orientadas al crecimiento.

Es casi seguro que, las empresas líderes del sector ya tienen una ruta de crecimiento, misma que no depende de los resultados del mercado a corto plazo. Por lo tanto, si tenemos en cuenta la dinámica de inversiones, saltará la prevención sobre presiones de oferta de huevo en algún momento del tiempo, y tal vez no muy lejos.

En fin, la modernización y crecimiento del sector seguirá y, como cada día trae su afán, cuando éste se presente el mercado se ajustará a las circunstancias.

En otra perspectiva, en dos meses se ha importado, en máquinas para limpieza y clasificación de huevos, el equivalente al 44% de lo importado en el 2016. De repente, un indicador que habla de la proyección de crecimiento que tienen el sector avícola, en este caso de huevo.

Tal vez, con el devenir de los meses el sector podrá anticipar la importación de nuevas baterías por temas de presión social.



Dificultades: sectoriales o empresariales

Nuestro deseo como gremio es que todas las empresas del sector tengan la mejor solidez económica. En ésta dirección, Fenavi a través del Fondo Nacional Avícola, actúa en aquellas las líneas transversales en donde las empresas no pueden actuar por sí solas. Es decir, promueven y desarrollan acciones que beneficien al sector en su conjunto.

El tema sanitario es un problema que debe manejar cada empresa, no obstante, existen factores transversales a éstas que deben ser promovidos por Fenavi – FONAV. En especial, buscando que no se generen externalidades negativas en los clúster del territorio avícola. También se tiene una agenda en el desarrollo normativo con las entidades públicas que tienen competencia en dichos temas.

De igual forma los asuntos ambientales, corresponden a preocupaciones sectoriales de lo cual se deriva una actuación individual de las empresas.

Por su parte, los programas específicos de Pollo y Huevo, adelantan una tarea clave en la promoción del consumo de estos productos, así como en la construcción de espacios que le permita a las empresas del sector proyectarse a la exportación,

Ciertamente el gremio no sustituye la responsabilidad de las empresas en el papel que deben asumir frente a factores críticos como los aspectos sanitarios, inocuidad y los factores asociados al medio ambiente. Temas que le quitan el sueño a muchos gerentes de las empresas avícolas con dificultades que, a veces, hacen parecer pequeños otras tareas de la dinámica empresarial como el manejo del mercado, desarrollo de valor agregado, la infraestructura de producción; etc.

Algo es cierto, las empresas poco pueden hacer respecto al costo de las materias primas y frente al precio del producto, en especial cuando se trata de commodities. Pero mucho, en lograr que el costo genere el mayor retorno y que el precio del mercado no afecte la rentabilidad.

Historia que ya las empresas conocen muy bien. Y no es para menos, la viven día a día. No obstante, es prudente diferenciar cuando las dificultades provienen del sector como tal y, cuando corresponde a la dinámica propia de las empresas, en donde seguramente se encontrará un sinnúmero de razones.

El sector financiero bien puede estar preocupado por los resultados de algunas empresas del sector, por ello, la pertinencia de establecer si ello corresponde a factores estructurales sectoriales o estructurales típicos empresariales.

Como sector, Fenavi ha destacado la potencialidad y dinámica de crecimiento que ha tenido el sector en los últimos años. Las cifras agregadas revelan un crecimiento si par frente a otras actividades productivas del renglón agropecuario. Por la fuerte relación que tiene el encasetamiento con los flujos de caja requeridos para logar la producción de huevo y pollo, se deduciría que, si no existiese una oportunidad de rentabilidad no expondrían el patrimonio.

Adicionalmente, como el huevo y el pollo en la generalidad del mercado corresponde a un commodity, y como tanto el costo y el precio son relativamente homogéneos, no tendría sentido que una empresa genere utilidades y otra no.

Seguramente algunas empresas están pasando dificultades, y quizás vienen realizando significativos esfuerzos buscando solucionar sus problemas. En esa dirección esperamos que los resuelvan.

No obstante, tendríamos que señalar que la problemática no es endémica al sector como tal, pues su dinámica es latente con oportunidades de crecimiento. Casos en donde se debe analizar, de un lado el sector en su estructura y, de otra, a las empresas según corresponda.

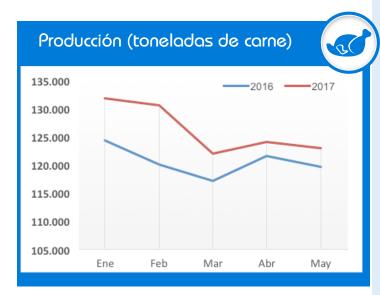


E: pollito. En competencia

Tal parece que el encasetamiento está entrando en la senda del ajuste, como único camino que permite re establecer la dinámica efectiva del negocio en términos de su rentabilidad esperada.

En efecto, en el mes de abril el encasetamiento llegó a 59.5 millones de pollitos, muy cercano a lo observado en el mismo período del año pasado. Respecto a marzo cayó 5.19%.





En el acumulado al mes de abril, con 244.8 millones de aves encasetadas se llegó a una tasa de crecimiento de 0.8%, ciertamente bajo pero, dadas las condiciones del mercado creemos que el resultado de oferta final sigue siendo alto en comparación con el dinamismo observado en la economía durante el año anterior.

Entrando al corazón de los encasetamientos, se encuentra que la fuerza de crecimiento está concentrado en pocas empresas, y, muchas realizaron ajustes efectivos de reducción sin que los mismos tuvieren un impacto real en el mercado.

No es un secreto que el sector pollo tienen un nivel de concentración el cual tiende a ser cada vez mayor. Por ello cuando las empresas que tienen mayor peso relativo en el encasetamiento total, registran crecimientos que están muy por arriba de la media del sector, se genera un efecto en el mercado.

En el denominado factor G5, indicador que desarrollamos en Fenavi, el cual hace referencia a la participación relativa, de mayor a menor, de las primeras cinco empresas según el volumen de encasetamiento, encontramos, en el primer trimestre de 2017, un crecimiento del encasetamiento de 3.7%, en tanto que el sector crecía al 1.2%.

Si bien al interior del G5 se observaron crecimientos negativos que llegaron hasta el 14%, también se encuentran crecimientos positivos que subieron hasta el 15%. Es decir, con una desviación estándar elevada, y un efecto neto del 3.7%.

La dinámica del mercado ha cambiado significativamente en el sector pollo, antes encontrábamos empresas más homogéneas en cuanto al producto como tal y, respecto a los costos de operación. Hoy, por el contrario, la homogeneidad ha desaparecido, de allí que las oportunidades del mercado tienen colores diversos en un grupo de empresas.

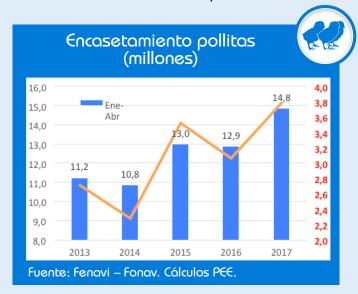
Así mismo, la competencia si bien impacta a todas las empresas por igual, tiene mayor efecto de reacción en ciertos grupos de empresas. En donde una acción conlleva necesariamente, como en física, a una reacción. Proceso que al final puede estresar a todo un sector.



E. Pollita: en el ritmo del crecimiento

¿Qué tipo de noticias o novedades deseamos conocer del sector? ¿Cuáles son las palabras mágicas que sería bueno leer? Aproximemos algunas: encasetamiento a la baja, oferta reducida y precios al alza, costos estables o bajos y margen alto. Pero, la realidad es diferente, en especial cuando en el sector se observa un ajuste progresivo de crecimiento y de ajuste del mercado, es decir, de progresiva competencia.

Algunas notas de prensa permiten ver las proyecciones de crecimiento realizadas por los avicultores. Los datos aluden expansiones de cientos de aves en determinado período. Y, otras que no lo han manifestado en prensa, que conocen la forma de operar en el mercado y, han visto oportunidades de expansión, también están en esa línea de pensamiento.



Así las cosas, existen fuertes referentes que apuntan a encontrarnos con evaluaciones en donde, la dinámica próxima es a proyectar un mercado en fuerte crecimiento de huevo. Las cifras son tozudas, la tasa de crecimiento equivalente de los últimos cinco años, fue de 4.4%, ciertamente a un ritmo distante de lo que ha marcado el crecimiento natural del mercado que está por debajo del 2.0%.

Nuestras campañas de "come más huevo" tienen un objetivo: aumentar la demanda y la producción.

Después de sorprendernos con el encasetamiento de cuatro millones en marzo, estamos enfrentados a observar, quizás con más sorpresa, que los ritmos de expansión se mantengan elevados.

El dato del encasetamiento del pasado mes de abril, con 3.7 millones, si bien está distanciado de lo observado en el mes anterior en 7.49 puntos porcentuales, la verdad es alto. Pero, lo cierto es que no se realizan inversiones en galpones de 20.000 o hasta 160.000 aves con la perspectiva de operarlos a media máquina. Seguramente se utilizaran al 100%.

El costo de depreciación de un galpón automatizado con todos los requerimientos, seguramente serán más altos que los galpones que sólo tienen aves en piso. Por ello los primeros deben funcionar al 100%.

En el primer cuatrimestre del año el encasetamiento creció 15.3%. Cifra sin lugar a dudas alta, de repente no todas las empresas encasetan con la frecuencia mensual, y por ello el dato antes indicado pueda tener ruidos estadísticos.

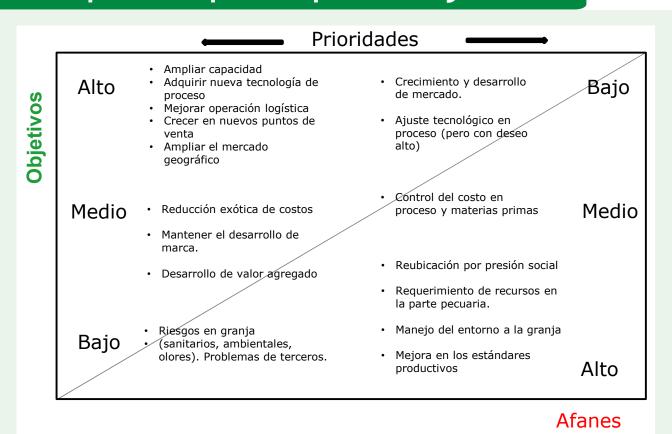
No obstante lo anterior, una tasa como la indicada quiere decir que algunas empresas registraron un crecimiento superior. De hecho, al observar el corazón del encasetamiento, sorprende encontrar registros de crecimiento que están por arriba del 25%.

Por ahora, basta observar lo que se tiene en el mercado. Durante dos años y medio la oferta promedio mes de huevo estuvo en el rango de los 900 millones. Luego, en un período de año y medio estuvo en los 1.000 millones. Y ahora, justamente desde el mes de abril, entramos en el rango de los 1.100 millones.

Se vendrá una fuerte competencia entre los canales de bajo costo, o los canales más formales del mercado, ver página dos.



El mapa de percepción ajena



El mapa de percepción ajena no es el resultado de un estudio a profundidad realizado a las empresas, en este caso del sector pollo, no se elaboró ningún tipo de encuesta, por eso el calificativo de percepción ajena. Sólo es el fruto de conocer medianamente el ADN de las empresas del sector, a través de los estados de resultados, las dinámica de los encasetamientos y la ubicación de las granjas, así como algunos factores

de riesgo y oportunidades, complementado con una

lectura de oportunidades y amenazas del sector.

Está divido entre objetivos y afanes, dado que, en muchas oportunidades, los objetivos estratégicos de las empresas, que son por lo demás con naturales a ellas, se termina cambiando por lo que denominamos como afanes, es decir, la realización de acciones que no estaban inicialmente proyectadas en las empresas, por lo cual se ven en la imperiosa necesidad de cambiar la hoja de ruta.

Existe un objetivo de crecimiento o expansión, que de repente se ve desplazado por un objetivo de reubi-

cación, cambiando el objetivo principal. Ciertamente se pueden sumar los dos, pero al final termina perdiendo fuerza.

Algunas empresas han llegado a un punto de control total del costo, al menos en la compra de materia prima, con niveles óptimos en los resultados de granja, situación que los saca del cuadrante en donde están los afanes para concentrarse en los objetivos.

Cuando la empresa logra controlar el macro costo de la operación, pasa al nivel de reducir costos exóticos, es decir, se concentra en el micro costo, uno de los niveles que tienen poca atención en las empresas pero no por ello son menos relevantes.

Si la empresa se enfrenta a problemas sanitarios, es claro que dicho afán, con prioridad alta, le resta fuerza a los objetivos estratégicos pero, como otras compañías están en dicho nivel, lo aprovechan para crecer más.



la panacea del TlC

La parte interesante de suscribir acuerdo de libre comercio, no es la negociación en sí misma, lo más complejo es cambiar el formato o el modelo de producción hacia todo aquello que demanda una economía abierta.

Así las cosas, lo menos trascendental al final del cuento, termina siendo a reducción de los aranceles, o la flexibilización de las barreras de protección en frontera. Tampoco se trata, de la noche a la mañana, de copiar los estándares de los países desarrollados y aplicarlos como requerimientos técnicos de producción.

Producción de pollo e importaciones bajo el TLC

Año	Producción (1)	Contingente (2)	Volumen asignando (3)	(2) / (1)	(3) / (1)
2012	1.112.246	27.040	1.810	2,4%	0,2%
2013	1.274.270	28.122	10.904	2,2%	0,9%
2014	1.359.153	29.246	13.822	2,2%	1,0%
2015	1.424.392	30.416	13.050	2,1%	0,9%
2016	1.478.923	31.951	31.951	2,2%	2,2%

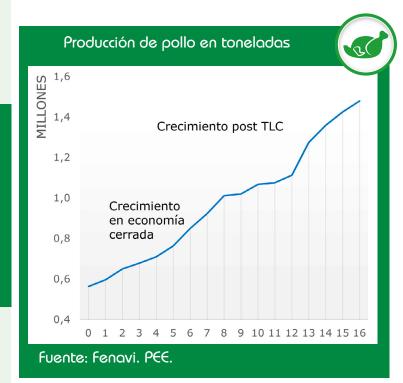
Fuente: Fenavi. PEE.

Lo verdaderamente critico es la construcción de la plataforma que se requiere en un modelo de libre mercado, y en esto tiene un papel relevante la construcción de bienes públicos como al infraestructura vial, así como puertos y aeropuertos, entre sin número de acciones que, en su momento, finalizando las arduas negociaciones del TLC, se identificó en algo denominado la Agenda Interna país.

Por ello cuando el gobierno evalúa los resultados del TLC después de cinco años de operación, encuentra que nuestra balanza exportadora se vino abajo, es decir, que exportábamos más cuando nuestra economía estaba cerrada. Claro, ahora las importaciones americanas, al ganar espacio comercial terminaron desplazando producción local. Algo que ha estado mimetizado por el boom energético que terminó apalancando el déficit de ingresos de la balanza comercial.

Bueno, y ¿qué pasó en el sector avícola?. Las prevenciones fueron muy altas y con sobrada razón, los cuartos traseros de pollo americano se comercializaban en el mercado mundial a precios de saldos.

Al final, nos encontramos justo con un sector que ha crecido con mayor velocidad en el período en que entró en operación el TLC.



Algo debió pasar. En efecto, el sector no se quedó llorando sobre la leche derramada reclamando por la restauración de un mundo, de un lado, se logró crear un referente de mercado a favor del producto nacional, pero no invocando algún sentimiento patrio, sólo un diferenciador de calidad. El producto nacional es refrigerado en tanto que el importado es congelado, con una connotación de un producto más fresco, en donde el consumidor reconoce la diferencia de producto.

Adicionalmente, las empresas han jugado un papel trascendental en materia de productividad y competitividad. Condición por lo demás fundamental, para competirle al producto americano.



Dólar débil

En el sector avícola todo lo que impacte el mercado externo tiene una incidencia directa sobre los costos de producción. De un lado tenemos el precio de las materias primas, particularmente granos, con una dinámica que no sólo depende de los factores endógenos de producir maíz o fríjol soya, como el clima, régimen de lluvias, productividad, etc., también de lo que acontezca con el mercado petrolero y el financiero a nivel global.



Los granos no sólo se utilizan en la producción de alimento balanceado, también es un producto atractivo a los inversionistas quienes realizan operaciones de compra y venta en el mercado de futuros, sin la necesidad de materializar la compra física del grano.

A parte de lo anterior, esta la TRM, misma que tiene una connotación interna, en tanto que su evolución dependen, tanto de variables internas como externas a nuestra economía.

En cuanto a las variables externas, y dado el régimen cambiario colombiano, el cual se rige por oferta y demanda (aunque parezca lógico no siempre fue así) lo que acontezca en el mercado financiero mundial del impacta de forma directa.

Una de las variables de referencia tiene que ver con la tasa de interés que maneja el Sistema de Reserva Federal de los Estados Unidos, el equivalente al Banco de la República en Colombia pero guardando las debidas proporciones.

Variable que a su vez recoge o sintetiza la dinámica o estado de la economía americana. Ahora bien, si el FED incrementa la tasa, modifica las expectativas de inversión de los inversionistas en el mundo. Así entonces, se incrementaría la preferencia por invertir en papeles financieros americanos y no, en sus similares de otras economías, entre estas Colombia, pero eso no está ocurriendo por ahora, como se esperaba..

Nos encontramos con un dólar débil, en estado de revaluación, entre otras cosas, por el comportamiento que ha tenido la tasa de interés americana. Y esto se refleja en la cuenta de Inversión Extranjera de Portafolio en Colombia. En acumulado enero – abril (28) sumaba US\$ 2.504,3 millones, con un incremento del 45% respecto al mismo período el año pasado.

También se explica el dólar débil, por los mayores ingresos que tiene el país fruto de sus exportaciones, pero éstas sólo se incrementaron en 1.8% en el período antes indicado.

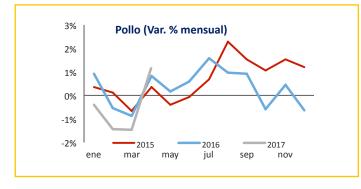
Como la TRM es un reflejo de las condiciones de oferta y demanda de dólares en el mercado, se tiene otra fuente que le impacta, y de que manera, los ingresos que genera el narcotráfico.

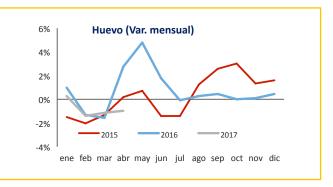
Todo lo anterior, hace prever que se tendrá un dólar débil por más tiempo.



Índice de Precios al Consumidor

Crupo do gosto	Var. %	Anual	Var. Año	corrido	Var. M	ensual
Grupo de gasto	abr-17	abr-16	abr-17	abr-16	abr-17	abr-16
Alimentos (28,2%)	2,50%	12,63%	2,60%	7,33%	0,13%	1,26%
Pollo (1,31%)	1,31%	8,45%	-2,14%	0,32%	1,14%	0,83%
Res (2,48%)	15,69%	8,71%	-0,04%	4,08%	-0,26%	1,40%
Cerdo (0,50%)	9,73%	2,91%	-1,92%	1,37%	-0,09%	0,96%
Huevo (0,74%)	4,42%	8,61%	-3,20%	0,78%	-0,95%	2,73%
Vivienda (30,1%)	5,07%	5,90%	2,36%	2,13%	0,67%	-0,14%
Vestuario (5,2%)	3,53%	4,27%	1,46%	1,90%	0,38%	0,43%
Salud (2,4%)	7,81%	6,89%	4,47%	4,79%	0,72%	0,84%
Educación (5,7%)	7,52%	6,41%	6,87%	5,70%	0,01%	0,03%
Diversión (3,1%)	3,63%	6,42%	0,88%	1,29%	0,27%	0,15%
Transporte (15,2%)	5,15%	5,66%	2,95%	2,28%	1,00%	0,46%
Comunicaciones (3,7%)	7,29%	3,99%	5,13%	2,61%	0,27%	0,02%
Otros Gastos (6,3%)	7,66%	8,87%	4,46%	4,07%	0,59%	0,80%
Total	4,66%	7,93%	3,00%	4,07%	0,47%	0,50%





Índice de precio al productor IPP

Crumo do costo	Var. 9	6 Anual	Var. Año	corrido	Var. M	ensual
Grupo de gasto	abr-17	abr-16	abr-17	abr-16	abr-17	abr-16
Cría especializada de aves de corral (0,0%)	9,5%	14,2%	5,3%	1,2%	0,6%	0,0%
Alimentos para animales (0,0%)	6,1%	11,0%	2,5%	1,4%	-0,2%	0,0%
Huevos con cáscara frescos conservados o cocidos (2%)	12,4% 6,1%	22,0% 11,0%	1,3% 2,5%	-3,4% 1,4%	0,3%	12,7%
Carne de ganado bovino fresca o refrigerada	11,1%	9,2%	2,0%	5,6%	0,9%	2,2%
Carne de ganado porcino fresca o refrigerada	12,8%	-2,6%	-2,4%	0,2%	-0,6%	-1,3%
Carne y despojos comestibles de aves frescos o refrigerados (4%)	-1,3%	9,6%	-7,6%	-6,1%	-0,3%	-1,5%
Agricultura, Ganadería, Caza Y Actividades De Servicios Conexas.	-12,0%	29,6%	8,6%	10,3%	1,5%	2,5%
Cría especializada de ganado vacuno	-3,0%	18,2%	-8,9%	0,7%	-3,5%	8,6%
Total	0,0%	9,4%	1,5%	3,7%	0,0%	0,4%

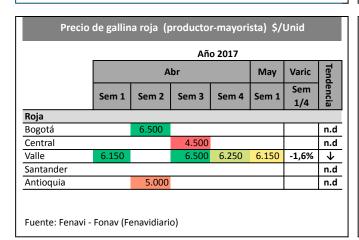
10



Termómetro de mercado - Huevo

			Año	2017			
		A	br		May	Varic	Ten
	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 1/4	Tendencia
Rojo AAA							
Bogotá	255	245	250	254	254	0,0%	=
Central			230				n.c
Valle	260		245	245	245	0,0%	=
Santander							n.c
Antioquia		270					n.c
Costa							n.c
Rojo AA							
Bogotá	213	213	215	223	223	0,0%	=
Central			200				n.c
Valle	223		213	208	213	2,4%	1
Santander							n.c
Antioquia		230					n.c
Costa							n.c
Rojo A							
Bogotá	195	198	200	203	203	0,0%	=
Central	193	136	155	203	203	0,078	n.c
Valle	210		198	198	198	0.09/	11.0
	210		190	190	190	0,0%	
Santander		200					_
Antioquia		200					n.c
Costa							n.c
Rojo B							
Bogotá							n.c
Central							n.c
Valle	188		180	180	180	0,0%	=
Santander						-	n.c
Antioquia		190					n.c
Costa							n.c

			Añ	o 2017			
		Ak	or		May	Varic	
	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 1/4	
Rojo AAA (Extra)							
Btá-Paloquemao	323	313	312	314	310	-1,3%	Π
Cúcuta-Cenabastos.	258	255	257	257	243	-5,4%	
Ibagué-Plaza la 21	321	317	313	313	317	1,3%	
B/manga-C.Abastos.	270	264	260	255	250	-2,0%	
M/llin-Coomerca	312	312	312	310	310	0,0%	
V/vicencio, CAV	284	285	280	277	282	1,8%	
Rojo AA							
Btá-Paloquemao	258	250	248	249	250	0,4%	Γ
Cúcuta-Cenabastos.	232	224	227	226	221	-2,2%	l
Ibagué-Plaza la 21	275	271	278	263		0,4%	H
B/manga-C.Abastos.	215	220	210	210	210	0,0%	T
M/llin-Coomerca	269	269	269	265	258	-2,6%	T
V/vicencio, CAV	244	247	237	240	243	1,3%	
Rojo A							
Btá-Paloquemao	238	223	227	230	238	3,5%	Г
Cúcuta-Cenabastos.	214	213	213	216	208	-3,7%	H
Ibagué-Plaza la 21	258	254	261	246		0,0%	H
B/manga-C.Abastos.	205	200	200	195	200	2,6%	H
M/llin-Coomerca	241	241	242	242	245	1,2%	i.
V/vicencio, CAV	223	220	219	217	216	-0,5%	
Rojo B							
Btá-Paloguemao	223	227	210	203	208	2,5%	Π
Cúcuta-Cenabastos.	201	218	216	203	194	-6,7%	
Ibagué-Plaza la 21	238	233	233	233	-	0,0%	H
B/manga-C.Abastos.	180	200	210	180	160	-11,1%	H
M/llin-Coomerca	212	212	210	212	213	0,5%	H
V/vicencio, CAV	212	213	216	207	207	0,0%	H



Pr	ecio de {	gallina Re	eproduct	ora \$/	Unid		
			Aî	io 2017			
		Al	br		May	Varic	Tenc
	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 1/4	Tendencia
Reproductora							
Bogotá							n.d
Fuente: Fenavi - Fona	v (Fenavi	diario)					

Precio Menor Precio Mayor Precio Intermedio



Termómetro de mercado - Pollo

			Año	2017			
		Al	br		May	Varic	Ten
	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 1/4	Tendencia
Pollo en pie							
Bogotá	3.161	3.200	3.510	3.665	3.400	-7%	↓
Valle	3.200	3200	3200				n.d
Antioquia		2.900		3000	3.100	3%	个
Pollo en can	al						
Bogotá	5.263	5.280	5.424	5.444	5.406	-1%	↓
Central	2.203		4.500				n.d
Valle	5.250		5.200	4.600	4.800	4%	1
	5.250		3.200	4.600	4.000	1 4 70	
	5.250		3.200	4.600	4.600	476	n.d
Santander Antioquia	5.230	4.500	3.200	4.000	4.000	470	
Santander Antioquia Pechuga Bogotá	6.893	4.500 8.021	6.320	7.413	6.102		n.d n.d
Santander Antioquia Pechuga Bogotá Central	6.893		6.320 8.000	7.413	6.102	-18%	n.d n.d
Santander Antioquia Pechuga Bogotá Central Valle			6.320			-18%	n.d n.d ↓ n.d
Santander Antioquia Pechuga Bogotá Central Valle Santander	6.893		6.320 8.000	7.413	6.102	-18%	n.d n.d
Santander Antioquia Pechuga Bogotá Central Valle Santander Antioquia	6.893	8.021 6.300	6.320 8.000	7.413	6.102	-18%	n.d n.d n.d ↑
Pechuga Bogotá Central Valle Santander Antioquia	6.893	8.021 6.300	6.320 8.000	7.413	6.102	-18%	n.d n.d n.d ↑
Santander Antioquia Pechuga Bogotá Central Valle Santander Antioquia Pierna perni	6.893 7.200 Il sin rabac 5.171	8.021 6.300 dilla 5.733	6.320 8.000 7.150	7.413 6.250	6.102	-18%	n.d n.d ↑ n.d ↑

			A # -	2017			
		Ab		2017	May	Varic	len
	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem	rendencia
Alas sin costillar							
7 Hab Sill Costillar							
Btá-Guadalupe	5.983	6.000	6.075	6.179	5.950	-4%	Ĺ
Cúcuta-Cenabastos.	4.729	4.905	4.905	4.872	4.905		
B/manga-M. Centro	6.233	6.233	6.233	6.133	6.233	2%	Ľ
M/llin-CMA	6.683	6.633	6.650	6.283	6.617	5%	
Pollo entero fresco s	in víscera	S					
Btá-Guadalupe	5.363	5.300	5.500	5.658	5.633	0%	`
Cúcuta-Cenabastos.	5.230	5.359	5.425	5.392	5.392	0%	:
Ibague	5.667	5.933	5.933	5.733	6.000	5%	1
B/manga-M. Centro	6.150	6.150	6.150	6.050	6.150	2%	_
Btá-Guadalupe	7.063	7.033	7.175	7.500	7.417	-1%	\
Cúcuta-Cenabastos.	6.706	6.969	6.969	7.036	6.969		L
Cali-Sta Elena.	7.500	7.500	7.450	7.500	7.200		\
B/manga-M. Centro	8.067	8.067	8.067	7.883	8.300		1
M/llin-CMA	8.400	8.467	8.400	8.233			_
B/quilla -B/quillita	6.625	6.625	6.600	6.650	6.625	0%	_
Pierna pernil sin rab	adilla						
Btá-Guadalupe	6.079	6.000	6.050	6.063	6.033	0%	
B/manga-M. Centro	6.633	6.633	6.633	6.633	6.413	-3%	•
_							n
Cúcuta-Cenabastos.							
Pierna pernil con rak	padilla						
Pierna pernil con rak							
Pierna pernil con rab	5.133	5.100	5.188	5.188	5.188	0%	
Pierna pernil con rak Btá-Guadalupe Cúcuta-Cenabastos.	5.133 4.075	5.100 4.245	5.188 4.377	4.344	4.235		_
Pierna pernil con rak Btá-Guadalupe Cúcuta-Cenabastos. Cali-Sta Elena.	5.133 4.075 3.950	4.245 3.850	4.377 3.850	4.344 3.850	4.235 3.850	-3% 0%	`
Pierna pernil con rak Btá-Guadalupe Cúcuta-Cenabastos. Cali-Sta Elena. B/manga-M. Centro	5.133 4.075 3.950 4.783	4.245 3.850 4.783	4.377 3.850 4.783	4.344 3.850 4.733	4.235 3.850 4.617	-3% 0% -2%	:
Pierna pernil con rak Btá-Guadalupe Cúcuta-Cenabastos. Cali-Sta Elena.	5.133 4.075 3.950	4.245 3.850	4.377 3.850	4.344 3.850	4.235 3.850	-3% 0% -2%	:

Precio Intermedio Precio Menor Precio Mayor



Dirección Calle 67 No. 7 - 35, Oficina 610 Bogotá, Colombia

> PBX: (57-1) 3211212 Fax: (57-1) 3219835

Mail: favila@fenavi.org

Si tiene algún comentario sobre este boletín por favor escríbanos a favila@fenavi.org emartinezc@fenavi.org

www.fenavi.org