

1. Colombia en el Club de la OCDE
2. Empleo avícola: línea base
3. ¿Se financiaría con bonos?
4. E. Pollita: ajustando el paso
5. E. Pollito: nuevo record
6. Big Data en el negocio avícola
7. Clúster oculto de la avicultura
8. Alerta: el mercado cambió
9. El cántaro al agua: IVA
10. Expectativas de precio de maíz
11. Expectativas de precios de maíz II
12. Índice de Precios al Consumidor
13. Termómetro de mercado - Huevo
14. Termómetro de mercado - Pollo

Colombia en el Club de la OCDE

Por fin Colombia entró al club de países ricos llamado OCDE, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Valga señalar que nuestro país es el más pobre del grupo. De 37 países que lo conforman, estamos en el último lugar con un ingreso per cápita de 6.300 euros. Por arriba de los 40 mil euros se encuentran 13 países, y entre los 10 mil y 39 mil euros están 19.

Como en todo club se debe pagar una cuota de afiliación pero esta en especial no tiene en cuenta el grado de desarrollo relativo de los países, la cual está entre los 4 y 8 millones de euros, es decir, entre \$14.500 y \$30 mil millones por año, sin contar los gastos que se requieren para atender la burocracia internacional.

Una de las principales tareas de la OCDE es fijar estándares internacionales en múltiples temas considerados estratégicos para el desarrollo de los países y, como es de suponer, Colombia no tiene referente alguno en sus estándares como para ser copiada por otras naciones. Es decir, que la base de los criterios y normativas las establecen los países desarrollados.

Por su parte, las economías líderes de los países desarrollados han llegado al mundo que hoy conocemos, a través de un largo proceso histórico que, por lo demás, ha tenido en su camino dos guerras mundiales. Ahora, en un escenario más globalizado, Colombia pretende pasar del subdesarrollo al desarrollo sin transitar por ajustes sociales previos.

Si lugar a dudas existirán muchos asuntos que pueden coadyuvar a incrementar nuestros estándares sociales, como promover la igualdad de pensiones entre hombres y mujeres, incrementar los beneficios en programas sociales, mejorar nuestro cuestionado sistema judicial, reducir la corrupción y la informalidad, generar trabajo decente, luchar contra la pobreza y la desigualdad, buscar el desarrollo sostenible, proteger el medio ambiente, entre otros. Todo lo anterior, aspectos dignos de un programa de gobierno en una campaña presidencial.

No obstante, no deja de preocuparnos que se promuevan estándares que aplican perfectamente en economías desarrolladas, pero no necesariamente a la nuestra. Lo más cercano al sector avícola lo encontramos en los temas de bienestar animal, olores, huella hídrica, huella de carbono, manejo de antibióticos, entre otros temas hoy en boga en la avicultura europea de donde se copian, por lo general, los estándares internacionales.

Empleo avícola: línea base

La dinámica de un sector se conoce por la generación de valor, es decir, por la riqueza que se aporta al país. Esta se mide normalmente a través de un indicador conocido como valor agregado, o el Producto Interno Bruto (PIB). También es relevante conocer cuál es la magnitud del empleo que se genera en el sector y, desde luego, la calidad de éste.

Ahora bien, con base en la importancia del sector se construyen las políticas públicas que apalancan su dinámica productiva. Tal vez, a nivel de una empresa, no sea relevante conocer cuál es el empleo del sector, pero sí es claro que las empresas demandan acciones de políticas públicas que permitan apalancar el desarrollo productivo y, para ello, se soportan en la acción gremial.

En el momento nos encontramos adelantando un proyecto orientado a la estimación del empleo avícola, proceso en el cual contamos con el apoyo de las empresas del sector, por lo cual agradecemos el interés de generar referentes de gestión al gremio que los representa.

Contamos con una línea base o referente del empleo avícola a través de las Administradoras de Riesgos Laborales (ARL). Según la normativa colombiana, se deben afiliar al Sistema General de Riesgos Laborales los trabajadores dependientes, los vinculados por contratos de prestación de servicios con una duración superior a un mes, los trabajadores independientes que laboren en actividades de riesgos, entre otros.

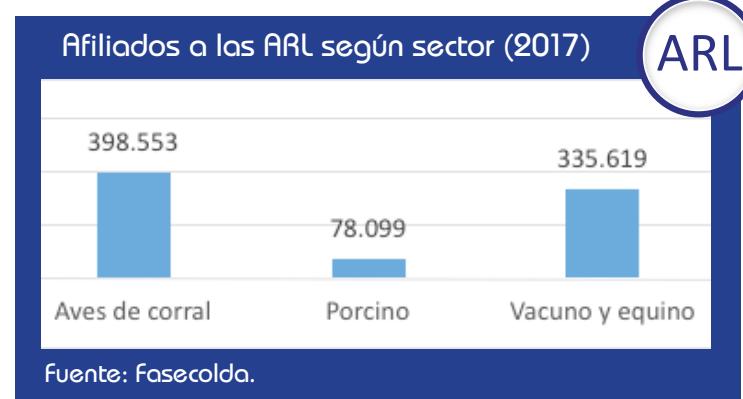
Así las cosas, nos dimos a la tarea de rastrear los registros de personas vinculadas al sector avícola que están en las ARL. Variables que en la práctica nos aproximan a la generación de empleo directo en el sector, pese a que en la cuantificación se tienen identificados a los trabajadores dependientes e independientes. En 2017, 963 empresas registraron 398.533 personas afiliadas en las ARL.

Afiliación a las ARL de empresas avícolas			
AÑO	TRABAJADORES INSCRITOS	ACCIDENTES CALIF. LABORALES	PART
2013	252.655	87.148	34,5%
2014	306.422	83.411	27,2%
2015	350.090	62.135	17,7%
2016	387.917	51.624	13,3%
2017	398.553	43.915	11,0%

Fuente: Fasecolda. Cálculos Fenavi.

Podríamos indicar que en cinco años el empleo en el sector avícola se incrementó en un 57.7%. Sin embargo, dicha cifra no cruza contra la dinámica de crecimiento del sector avícola que, para el mismo período, se incrementó en 27.5% en cuanto a producción física. Ciertamente, en resultado antes anotado habrá conjugado un factor de mayor formalización, pese a que la estructura laboral es una de las más formales en el renglón pecuario.

Un punto de referencia importante lo encontramos cuando comparamos la dinámica de la actividad avícola con otros sectores, en especial con empresas dedicadas a la cría especializada de ganado porcino (692) y las orientadas a la producción de ganado vacuno y equino (6.991).



Las cifras anteriores nos indican el grado de formalización del sector avícola.

¿Se financiaría con bonos?

El renglón avícola está ante la necesidad de estructurar dos líneas de financiación:

- La primera orientada hacia el crecimiento, por lo demás la menos apremiante.
- Una segunda línea de acción se enfoca hacia inversiones de sostenibilidad, entendidas como la realización de inversiones urgentes que no generan, necesariamente, mejoras competitivas. Paradójicamente incrementan el gasto, al tiempo que desvían la atención de los procesos estructurales que convergen en mejoras de la competitividad, reducción de costos y crecimiento en la capacidad de producción.

Sumado a lo anterior, nos encontramos con un sector que no tiene un factor común en cuanto a rentabilidad se refiere. Según la teoría económica, cuando los renglones productivos maduran, en especial aquellos que son productores de commodities, tanto los costos de producción, como los precios de mercado, son relativamente planos para todos. Escenario que conlleva a generar diferenciaciones competitivas en desarrollos posteriores de los bienes finales que llevan al mercado, situación que no es el caso del sector avícola.

Según los últimos resultados empresariales, las empresas antes que mejorar, se encuentran cada vez más con un horizonte muy estrecho en cuanto a la rentabilidad de refiere, pero no como una situación coyuntural por efectos de algún cambio puntual en el mercado. Encontramos rentabilidades en el grueso de las empresas del sector que están por debajo del costo de oportunidad derivados de otras opciones financieras con menor riesgo no controlable como el que se tiene el sector avícola. Un ejemplo lo observamos en las tasas de los TES cero cupón (sin riesgo de crédito que pagan intereses en la fecha de maduración) a un año, de 4.6% o a 5 años de 6%.

Tanto en el renglón de pollo como en huevo se observan rentabilidades excepcionales, pero están muy alejadas de una moda. La mayoría de las empresas se encuentran por debajo del 3 o 2%. Esto hace que un inversionista reconsideraría incluir en su portafolio bonos avícolas.

De otra parte, la aplicación del modelo de calificación crediticio denominado “Z-score”, que integra la medición de capital de trabajo / activos totales, utilidades antes de intereses e impuestos / activos totales, valor en libro del patrimonio / valor pasivos totales, y ventas / activos totales, entre otros, refleja resultados críticos en el sector y, desde luego, en las empresas.

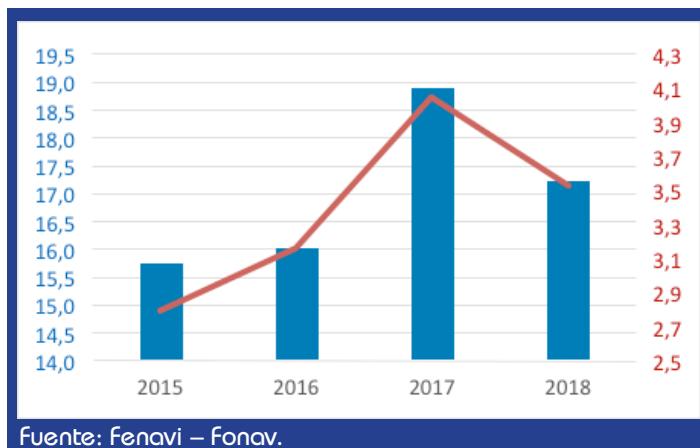
Podría pensarse que bajo los aspectos generales antes señalados, el sector tendría dificultades para acceder a líneas de créditos tradicionales. Si bien ello tiene una aproximación a dicha idea, dado que los activos avícolas propiamente dichos no tienen solidez como garantías para la banca, las empresas acceden al crédito bancario, bien porque tienen una mezcla de garantías de mejor realización, o simplemente porque financian operación de largo plazo con créditos a corto plazo.

Finalmente, pese a que el mecanismo de financiación a través de bonos es sin lugar a dudas interesante, las características de nuestro sector no lo hacen tan atractivo. Como en el renglón avícola no existe movilidad de capital, tal y como se conoce en los manuales financieros, las empresas apuestan su capital en la actividad que conocen, pese a tener una rentabilidad baja. Además, en la mayoría de los casos en los que se tienen empresas familiares, las estructuras de costos tienden a ser más altas, situación que en la práctica conlleva a tener una rentabilidad implícita que no se lee en los estados financieros.

Al final, la mayor preocupación del sector debe centrarse en responder la pregunta: ¿cómo mejorar la rentabilidad del negocio avícola? En finanzas, el riesgo debe tener una correlación con la rentabilidad. Así las cosas, la rentabilidad básica del capital debe superar, como mínimo, la tasa de inflación de la economía, es decir, estar sobre una base del 4%, escenario muy distante en las empresas avícolas. Luego se debemos tener un plus para la cobertura de riesgo, más la rentabilidad propia que permite proyectar el crecimiento nada fácil.

E. Pollita: ajustando el paso

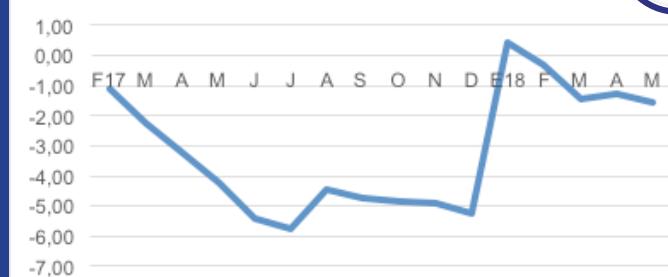
La dinámica del encasetamiento del sector se encuentra dentro de lo esperado, en modo ajuste. En mayo el registro fue de 3.5 millones de pollitas, con una reducción de 12.7% frente el mismo mes del año anterior. Por su parte, el acumulado enero – mayo, con un total de 17.2 millones, se redujo en 8.82%, en comparación con similar período del año 2017.



Ciertamente, la mejor evaluación de las expectativas del mercado la encontramos en el encasetamiento. En efecto, los productores observan que la dinámica de precios no corresponde con lo esperado, esto es, que supere el costo de producción. Algunas empresas están en un período de angustia, con la esperanza de que el ajuste en los encasetamientos se revierta en una menor producción. Clave señalar que, con la rentabilidad observada en algunas empresas del sector, la capacidad de resistencia a una coyuntura como la actual termina impactando el estado de resultados.

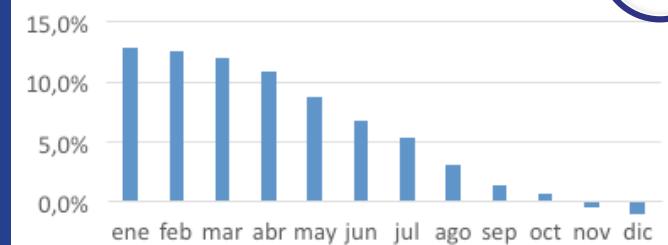
Realidad que se observa a partir de un simple indicador como el IPC de huevo. En efecto, en año corrido (enero – mayo) muestra una reducción de 1.59%. Valga señalar que ha estado en descenso desde febrero de 2017 (ver gráfica). En año completo, la reducción fue de 2.63%, síntoma que denota un crecimiento persistente en la oferta. Interesante sería contar con un mercado regulado en nuestra economía, pero esa no es la realidad del sector avícola. Por ahora, la dictadura de la oferta y la demanda establece el precio.

IPC huevo (evolución año corrido)



Fuente: Dane. Cálculos Fenavi – PEE.

Estimación crecimiento anualizada de la oferta



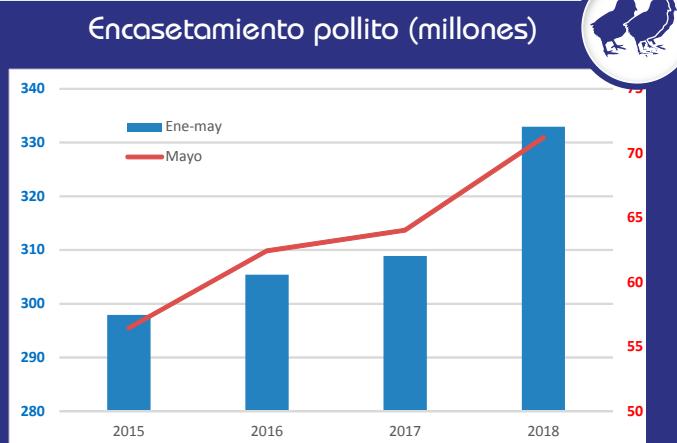
Fuente: Fenavi - PEE.

La dinámica actual del mercado de huevo, de oferta en alza y precios a la baja, solo se corregiría a partir del último trimestre, según nuestras estimaciones de crecimiento en la oferta anualizada mes. Ello tomando como referencia que la producción del 2017 fuese un buen referente piso de comparación.

A partir de lo que viene aconteciendo en el mercado, particularmente lo que nos muestra el índice de precios al consumidor, se deduce que no se está presentando ningún ajuste en la oferta afectada por factores exógenos, esto es por problemas de productividad, o si se presenta, ello no ha impactado el mercado. La tasa de crecimiento de la oferta a junio fue de 6.8%. Se espera que en julio se ajuste a 5.4 y en agosto a 3.1%. Así las cosas, a partir del último cuatrimestre estaría por debajo de 1.4%. Por ahora, las decisiones de los productores, en cuanto que encasetamiento se revierta, va por el camino a alcanzar una corrección en la oferta.

E. Pollito: nuevo record

A juzgar por el ritmo del encasetamiento de pollitos, debemos concluir que la dinámica del mercado no es buena, es MUY BUENA. La cifra récord del encasetamiento en mayo así lo indica, con un registro de 71.2 millones de pollitos, es decir, estamos preparados para comer pollo en el mundial.



Fuente: Fenavi-Fonav. Cálculos PEE.

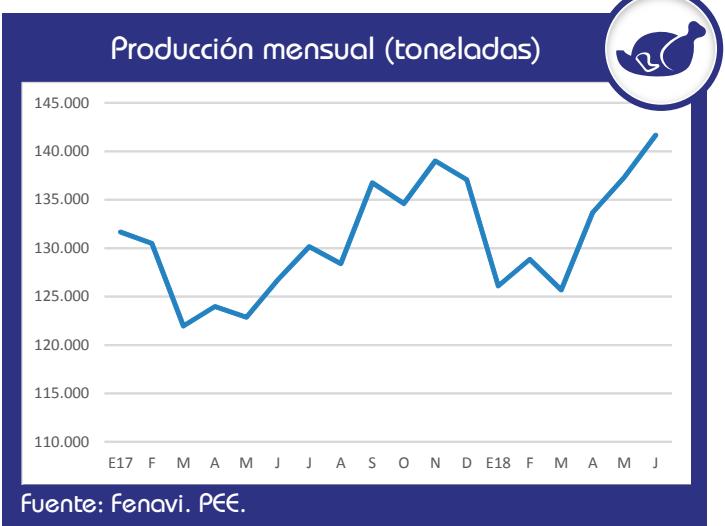
En los primeros cinco meses del año, el encasetamiento acumulado llegó a 332.9 millones de pollitos, marcando un crecimiento de 7.79% contra similar período de 2017, en donde se registró un encasetamiento de 308.8 millones. Velocidad de crecimiento que supera en más de tres veces el ritmo de expansión de la economía.

Junio será un período clave que nos permitirá observar la capacidad del mercado; la oferta llegará 141.668 toneladas, el registro más alto en la dinámica del sector. Volumen que permite visualizar cómo la capacidad instalada de procesamiento se ha venido ajustando. Así las cosas, se podría estar por los alrededores de los 163 mil a 165 mil toneladas en capacidad de proceso. En otras palabras, el sector está preparado para llegar a un nivel cercano de producción de dos millones de toneladas en carne de pollo al año.

Se estima que la tasa de crecimiento de la oferta en junio será de 3.2%. Con una oferta atípica en un mes como junio, normalmente el mes de mayor producción ha sido noviembre, parece que ya estamos ad portas de Navidad.

Por el comportamiento de los precios en el mercado, medido a través del IPC pollo, la conclusión es que

estamos en un período de demanda alta. El IPC en lo corrido del año (enero – mayo) fue de 1.23%, en el acumulado del año se encuentra en 1.5%.



Tampoco podemos inferir que la dinámica de los precios está impulsando la oferta, tal vez los productores encuentren que, por el lado de la ecuación de costos, el escenario es mejor a lo registrado el año anterior. El índice de precios de alimentos para animales estimado por el DANE muestra una evolución en año corrido de 1.08% y en año completo de 1.1%, al menos en una tendencia inferior a lo registrado en IPC al consumidor.

En cuanto a los precios mayoristas, Bogotá de SPSA, en pechuga de pollo y pollo fresco sin vísceras, registraron variaciones por arriba del 10%, en el promedio enero - mayo contra similar período de 2017.

La apuesta de los productores es interesante, nuestra hipótesis de trabajo es que el crecimiento sectorial no necesariamente se está reflejando de la misma forma en todos los productores, situación que evaluaremos en el próximo Fenaviquín en donde se presentará el Factor "G" en lo corrido del año.

Frente a los sustitutos más cercanos como la carne de bovino y porcino, se observa, para lo corrido del año (enero – mayo), un IPC en el primero de 0.82% y en el segundo de -0.76%, por debajo de lo registrado en la carne de pollo. Por lo anterior, se descarta que se esté presentando un efecto sustitución de proteínas en favor del pollo.

Big Data en el negocio avícola

Los expertos en marketing nos habla del Big Data como una herramienta especial en la línea de construir estrategias comerciales. Escuchamos en los seminarios sobre la materia, historias de compañías que han crecido como espuma en mercados excepcionales, particularmente aquellas que cotizan en la bolsa como las punto com. Empresas en donde su activo principal termina siendo la información sobre los consumidores, en especial, sobre sus gustos y preferencias reveladas y, de paso, por la construcción de algoritmos matemáticos que identifican preferencias ocultas.

De repente nos llega una oferta de un producto que estábamos buscando, justamente en el momento en que lo necesitábamos. O una oferta de un producto que no habíamos pensado comprar, pero, por arte de magia, surge un atractivo de compra. Se conoce del más reciente caso de Cambridge Analítica, quien conociendo los perfiles de los consumidores de Facebook desarrolló una sofisticada estrategia de comunicación a la medida de ciertos intereses políticos.

Pareciera que alguien desde el cielo nos estuviese vigilando, pues justo cuando pasamos por determinado punto de venta, nos llega un mensaje a un aparato que usamos con más asiduidad que un reloj de pulso: el celular, equipo que no soltamos de las manos, invitándonos a la compra de un producto.

Cosas que no son extrañas para nosotros los consumidores. Quizás estamos esperando que alguien nos diga qué necesitamos antes de pensar lo, solo porque descubre nuestro algoritmo de comportamiento: productos que comprar, marcas que nos gustan, lugares preferidos, el color que más nos llama la atención, la hora en que hacemos el pedido de comidas rápidas los fines de semana, el alimento que siempre pedimos, la hora en que tomamos un taxi, el destino y la ruta que siempre solicitamos, la aerolínea por donde habitualmente viajamos, los lugares que frecuentamos, etc.

Pero, ¿pueden las empresas del sector avícola pensar en algo tan extravagante? Ciertamente sí, toda vez

que se conoce una parte de las preferencias del cliente.

En el pasado, manejar grandes bases de datos era un gran problema, hoy, con un simple computador portátil, se tiene la capacidad de memoria y la velocidad suficiente que nos permite procesar enormes volúmenes de información.

Pero, ¿cómo pueden las empresas avícolas ingresar a la moda del Big Data? Algunas lo vienen haciendo con la adquisición de programas que les permiten capturar la información de los clientes, pero quizás no tan estructurada como se desea. Otros, por mandato normativo, vienen ingresando al mundo de la facturación electrónica, en donde se encuentra la más grande mina de información de las empresas, si se quiere su ADN.

Empecemos por algunas ideas simples:

- Desarrollar el estado de resultados por cliente, canal, distrito de ventas, vendedor y producto. La mayor dificultad para hacerlo es tomar la decisión. Se cuenta con toda la información en una base de datos, solo falta el diseño de un “simple” algoritmo para procesar la información de tal forma que, al final, solo será necesario presionar “enter”.
- Perfil del cliente. Seguramente se conoce la hora en que los clientes hacen sus pedidos, el tipo de producto que compran, la frecuencia de sus pedidos, los días de la semana en que se concentra la mayor demanda, la reacción a las promociones, etc. Quizás faltaría agregar otros factores y / o perfiles del cliente, nada que no se encuentre en Facebook, o una tarea que el vendedor de su empresa realice. No es de extrañar que se cuente con más del 80% de la información comentada, falta estructurar el algoritmo de captura, cruce y análisis de información, estructurada a generar valor, algo que en la relación costo / utilidad bien podría ser muy alto.

Clúster oculto de la avicultura

Hace más de una década, Fenavi visualizaba que la avicultura desarrollaría un nuevo clúster avícola en la Altillanura, pues estaban dadas las condiciones de desarrollo, en especial, por el potencial de la región en la producción de materias primas y por la cercanía a uno de los principales centros de consumo como lo es Bogotá. Se realizó el ejercicio, algunas empresas emprendieron proyectos, iniciando con la producción de granos, pero al final solo unas muy pocas continuaron en la apuesta por razones diferentes a las iniciales.

Participación en el encasetamiento total



Encasetamiento pollito		
Región	Part 12	Par 17
Central	30,9%	26,5%
Santander	25,0%	25,2%
Valle	14,6%	21,2%
Costa	9,7%	9,4%
Eje Cafetero	7,8%	8,5%
Antioquia	9,7%	6,1%
Oriental	2,3%	3,2%
Total	100,0%	100,0%

Encasetamiento pollita

Región	Part 12	Par 17
Central	34,3%	30,6%
Valle	24,6%	30,3%
Santander	22,1%	21,3%
Antioquia	10,0%	9,2%
Eje Cafetero	4,4%	4,0%
Costa	3,7%	3,6%
Oriental	0,8%	1,1%
Total	100,0%	100,0%

Fuente: Fenavi – Fonav.

Hoy, el sector avícola se encuentra frente al desarrollo de un nuevo clúster hacia el norte del país, particularmente en los departamentos de Atlántico y Córdoba. Al analizar la información del encasetamiento a nivel de las regiones, aún no se observa dicha dinámica, particularmente por los resultados de la región Costa, pero, según las empresas responsables del surgimiento del nuevo clúster, la dinámica de dicha región ha sido la más notable. Valga señalar que los registros administrativos del Fonav están estructurados a la usanza de lo que se concibió cuan-

do nació el Fondo, cuando el negocio avícola tenía una connotación regional. Por lo anterior, en algunos casos el encasetamiento destinado a la región Costa, se imputa a la región en donde se tiene la sede principal de la empresa avícola

El nuevo clúster tiene su atractivo por varias razones: la cercanía a los puertos, la disponibilidad de territorio con menores densidades poblacionales, con menor concentración avícola, y la conectividad, no solo a los centros de consumo de la Costa, sino del centro del país, sumado al hecho de que las empresas, por la presión del crecimiento y la aplicación de los planes de ordenamiento territorial, tienen en su mira la necesidad de la relocalización.

Según la Revista Dinero, que entrevistó a algunas empresas avícolas, solo en el norte del país viven más de 10 millones de personas, quienes consumen aproximadamente 8 millones de huevos diarios, hecho que de por sí abre una oportunidad de crecimiento, en donde se registra un consumo per cápita bajo.

Algunos datos de importancia según la Revista Dinero:

- Avícola Guamito: produce 700 mil huevos día.
- Santa Anita Nápoles: produce 300 mil huevos al día, con la proyección de llegar a duplicar su producción.
- Avícola Puerto Colombia: produce más de 180 mil huevos al día.
- Avinal: con proyecto en desarrollo.
- Nutriavícola e Incubadora Santander: no descartan planes de inversión en la región.

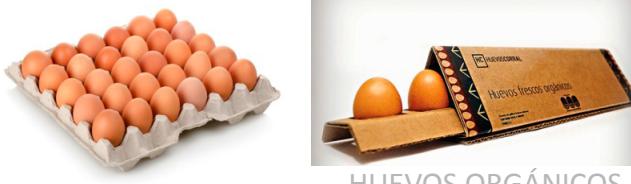
Pese a las dificultades de la región por el mal servicio eléctrico, las deficiencias de infraestructura en vías terciarias y secundarias y la calidad del agua, las empresas que han adelantado planes de inversión en esta región reconocen el potencial que se tiene en el desarrollo del nuevo clúster oculto de la avicultura, pero que, con el paso del tiempo, se va convirtiendo en una realidad. Ayuda, sin lugar a dudas, aplicar los beneficios tributarios orientados a las nuevas inversiones avícolas.

Alerta: el mercado cambió

¿Por cuál botella de perfume pagaría más?



¿Por cuál huevo pagaría más?



HUEVOS ORGÁNICOS

La pregunta de las fotos anteriores sobran. En efecto, existen productos en el mercado en donde la connotación de calidad viene en el empaque. Si este desaparece, también lo hacen todas las cualidades que identifican el producto. En el caso del huevo, sería imposible hacerle conocer al consumidor qué tipo o modelo de producción se utilizó, si aplican normas sanitarias o no, si se produce en condiciones de bioseguridad, si se garantiza que se ha realizado un debido control de la salmonella, etc; en otras palabras, desaparece el valor agregado.

Es conocida la importancia de desarrollar un valor agregado a un commodity, caso en el cual los productores del sector avícola se han empeñado en hacer, lo mejor posible, la tarea que corresponde; desde luego, esperando a que el mercado reconozca a través del precio el plus de valor. Por ello, no está en el presupuesto de ideas pensar que ocurra todo lo contrario.

Pero, puede ocurrir que los esquemas de modelos de mercado en los cuales se opere cambien, pero no evolucionando con una exigencia a un nuevo estándar, involucionando. Ello hace que el reto empresarial sea mayor.

La marca tiene un valor; no obstante, el modelo de las tiendas de descuentos, conocido en el argot de los expertos en temas de mercadeo como “hard discount” lo ha destruido, o lo vienen destruyendo. Si bien puede que ello no ocurra en los productos que tienen imagen propia, ejemplo: chocolate Luker, sí tiene en amplio impacto en los productos que son commodities, campo en el cual entran los productos avícolas.

Por la característica de estos mercados, su punto de atracción principal corresponde a los precios bajos. Y este simple factor, la esencia misma de la nueva dinámica del mercado, genera sus efectos colaterales, en especial en los compradores tradicionales como los supermercados, mini mercados y, también en las tiendas tradicionales de barrio.

Los primeros han observado que el modelo de las tiendas de descuentos les ha venido quitando una parte de la torta del mercado, hasta el punto en donde el huevo ha venido perdiendo su potencial atractivo como gran generador de tránsito en las grandes superficies, ya el huevo no vende televisores, o al menos no como antes, quizás ello ha quedado más en evidencia en este mundial.

LOS DEMÁS ACTORES TAMBIÉN HAN SENTIDO SU IMPACTO. AL FINAL, ES CLARO QUE ESTA DINÁMICA VIENE CAMBIANDO EL MERCADO QUE CONOCEMOS, HECHO QUE REQUIERE REPENSAR CADA VEZ MÁS EN OTRAS ALTERNATIVAS DE ACCIÓN, NO NECESARIAMENTE EN ESTRATEGIAS COMERCIALES. NOS ESTAMOS QUEDANDO CON UNA DE LAS CUATRO “P” DEL MERCADEO (PRECIO, PRODUCTO, PROMOCIÓN, PLAZA)

El cántaro al agua: IVA

Ahora que estamos ad portas de elegir a un nuevo presidente de los colombianos, un tema ha rondado en las propuestas de acción, en donde, curiosamente, en las campañas presidenciales se tienen las mejores recetas para cambiar el estado de cosas que no hacen competitiva nuestra economía y que nos postran al atraso, pero que, cuatro año más adelante se reconoce que no funcionaron o requieren ajustes.

La médula espinal que hace posible la operación de cualquier estrategia política convertida en política pública, es contar con los recursos necesarios que permitan lograrlo (presupuesto). Las alternativas son simples y a la vez complejas de aplicar, de un lado, mejorar el recaudo fiscal y, de otro, optimizar el uso de los recursos públicos (corrupción). Actualmente, el margen de maniobra de las finanzas públicas es estrecho, por no decir que está comprometido, por lo demás, en gran parte del tiempo en que actuará el próximo Gobierno. Entonces, ¿cómo se podrá hacer el milagro de mejorar todo aquello que se propone hacer?

Es allí en donde entra en escena la propuesta de una reforma tributaria, tema que no se cuestiona, pues una parte de la población espera recibir más beneficios del presupuesto General de la Nación y, otra, confía que no impacte los negocios de una forma que conduzca a que sea más atractivo importar que producir en nuestro país con el costo social que ello implica.

Entonces, ¿Qué alternativas se tienen a la mano para mejorar los ingresos? Solicitar un incremento de sueldo, ganarnos la lotería, trabajar más horas al día, o reducir nuestros gastos. En el caso del Estado, su urgencia es inmediata, es decir, debe proceder con una reforma tributaria que, a partir del enero de 2019 le genere los ingresos necesarios con los cuales sea posible construir las propuestas realizadas por el candidato que llegue al poder. En consecuencias, las alternativas de generar ingresos futuros pueden estar en menú de una reforma, en la perspectiva de mejorar la competitividad empresarial pero, el problema es de caja.

Y es aquí en donde algunos analistas orientan su mirada a los bienes exentos: léase productos avícolas.

Tanto va el cántaro al agua hasta que por fin se rompe, dice el adagio popular. Pues la propuesta de revertir

el modelo de los exentos siempre aparece, como también, el modificar las tarifas diferenciales del IVA, en donde están las principales materias primas del sector avícola (maíz amarillo, fríjol soya; sorgo, ...), así como algunos bienes de capital (comederos y bebedero; baterías de postura; entre otros).

La Asociación Nacional de Instituciones Financieras –Anif, apoyado en Fedesarrollo y la Comisión de Expertos Tributarios, señala: “la nueva reforma tributaria debería llevar a la tasa general del IVA del 19% aquellos bienes y servicios que están al 0% y 5.0%, siendo la única excepción los productos que forman parte de la canasta básica”, es decir, el huevo y el pollo.

Una propuesta de esta naturaleza implicaría a los avicultores un pago por dicho concepto superior a los \$161.000 millones. Por lo demás, ello implicaría que la cuenta por cobrar a la DIAN en las solicitudes de devolución se podrían incrementar en más de un 50.0%. Por donde se mire, el impacto tendría un efecto grave para sector, en especial, porque la cuenta por cobrar del IVA correspondiente a los bienes exentos puede tomar más de ocho meses.

Señala ANIF “Una reforma de ajuste en la estructura del IVA como la aquí propuesta estaría allegando tributación adicional por cerca del 0.4% del PIB durante 2019-2022, cifra cercana a la mitad del recaudo adicional logrado con el incremento de la tasa del 16% al 19%. Además, la tasa efectiva se acercaría a la tasa nominal del 19% respecto del valor actual del 17.9%. Con ello, el recaudo total del IVA estaría incrementándose del 5.5% del PIB en 2017 hacia el 6.4% del PIB en 2019-2022”.

En fin, desde ya se anticipa que, como FENAVI tendremos una tarea interesante por hacer cuando las propuestas entren en el terreno de los proyectos normativos, desde luego, defendiendo el estado que conocemos.

Expectativas de precio de maíz

De acuerdo con los registros de la DIAN en la presente semana se agotó el contingente de maíz en el 2018 cuyo volumen fue de 2.814.201 toneladas y a partir de esta fecha, el ingreso de maíz americano se realiza con un arancel del 10,4%, lo que encarece el costo de importación en unos US\$20.2/ton.

En el mes de junio se están presentando cambios en la tendencia en el precio de maíz, gracias al mejoramiento del clima en los Estados y al avance en la siembra en condiciones favorables en este país; trayendo como resultado que las alertas de un posible aumento de precios para el segundo semestre se bajaran de tono; sin embargo la intervención de los fondos de inversiones quienes de acuerdo a la decisión que toman a diario sobre las coberturas de sus posiciones, está incidiendo en los resultados finales en cada jornada; reiterándose que se está en un mercado de commodities.

El efecto del mejoramiento de las condiciones de la oferta, ha tenido como efecto que se presente una caída del 5% en el precio de cierre en el periodo de mayo y corrido de junio, ubicándose hoy el precio en un promedio de 377 ctvs us/ bushel de maíz, precio igual al del año anterior en este mismo periodo y menor al estimado en el mes de mayo para los contratos de julio y septiembre que era de 406 ctvs us/ bushe.



Bajo las nuevas condiciones de precios y ante el inicio del contingente extracuota con Estados Unidos, se hace necesario evaluar la importación de maíz de otro origen como Mercosur, segundo proveedor de maíz de Colombia cuyo costo de importación en los primeros días del mes de junio al compararlo con el maíz americano, es del mismo orden; sin embargo por condiciones de calidad y tamaño del grano que permite mayor rendimiento en la molienda, hace que la rentabilidad sea mayor con esta materia prima.

Costo promedio de importación de maíz Primera quincena de junio de 2018 (US\$/ton)

Variable (us/ton)	Maíz americano	Maíz Argentino
Precio FOB	176,55	176,37
Flete	24,13	38,00
Seguro	1,00	1,10
Precio CIF	201,68	215,47
Arancel*	10,20%	3%
Costo en puerto	222,25	221,93

*Para la segunda quincena del mes de junio el arancel es del 5%

Fuente: Cálculos PEE

Con relación a las expectativas del comportamiento del maíz para los próximos meses se parte del informe de USDA del mes de junio en donde se mantiene la previsión de la cosecha de los Estados Unidos de 2018/2019 en 356.63 millones de toneladas, junto con el volumen de exportaciones en 53,34 millones, pero se reduce las existencias finales en 40,07 millones de toneladas, del volumen proyectado en el mes de mayo que fue de 42,24 millones.

Expectativas de precios de maíz II

Para la Argentina, USDA estimó la cosecha de maíz en 33 millones de toneladas, sin cambios respecto del mes pasado, al igual que las exportaciones cuyo volumen lo mantiene en 25 millones de toneladas.

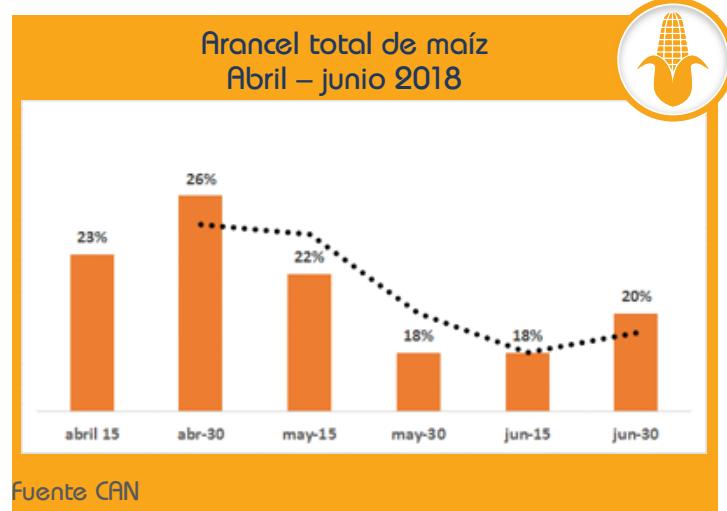
La estabilidad en las condiciones de oferta que se indican en el último informe de USDA, se reflejan en el mercado con el cambio de la tendencia de los precios de los contratos de futuros de los meses de julio y septiembre en la Bolsa de Chicago, cuyo valores en el presente mes, han caído en promedio en un 9.5% a la pasar de 406 a 367.8 ctvs us/ bushe, tal como se presente en la siguiente gráfica



Con respecto a los contratos futuros del maíz argentino, de acuerdo a los registros en la Bolsa del Rosario se tiene una disminución del precio en los contratos de los meses de septiembre, octubre y noviembre en promedio de 2 US\$/ton en cada contrato y se ubica en promedio en U\$S 162/t; U\$S 165/t y U\$S 168/t para las entregas que se realicen en estos meses respectivamente.

La cosecha argentina se encuentra en un 40% de las 5.4 millones de hectáreas sembradas en la actual cosecha.

A nivel de aranceles se tiene que para la importación de maíz de Estados Unidos es del 10.4% y para otros orígenes se toma como referencia el establecido por la Comunidad Andina para cada quincena, en donde para el periodo de 15 a 30 de junio es del 20%. Desde abril cuando inicio la nueva franja el arancel total ha caído en un 13%.



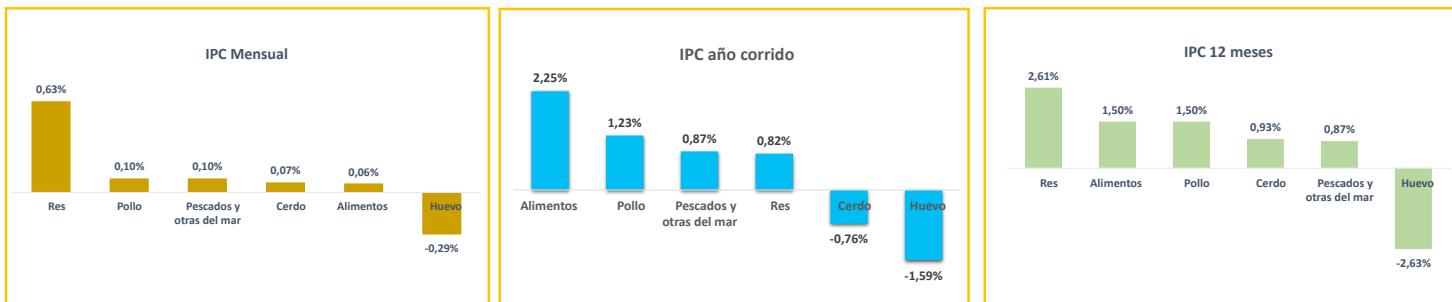
Partiendo de los precios cierre del primero (1) al catorce (14) del mes de junio del 2018 y de las bases es este periodo en donde para este valor estamos tomando el valor resultante entre el precio FOB y la cotización del futuro más cercano en la Bolsa de Chicago (CME), estimamos con esta información el arancel total que se aplicaría para la importación de maíz con origen diferente a Estados Unidos sería del 15% para la primera quincena del mes de julio.

Fecha	Maiz amarillo	
	Precio FOB	Base (US\$ / Tonelada)
01/06/2018	154,1	28,8
04/06/2018	149,9	28,6
05/06/2018	151,1	28,0
06/06/2018	148,9	27,6
07/06/2018	148,1	28,3
08/06/2018	148,7	26,3
11/06/2018	144,6	26,3
12/06/2018	148,6	29,0
13/06/2018	148,0	25,8
14/06/2018	142,9	25,8
Precio CIF		197
Arancel		15%

Índice de Precios al Consumidor

Grupo de gasto	Mes	Año corrido	12 meses
Alimentos	0,06%	2,25%	1,50%
Res	0,63%	0,82%	2,61%
Cerdo	0,07%	-0,76%	0,93%
Huevo	-0,29%	-1,59%	-2,63%
Pollo	0,10%	1,23%	1,50%
Pescados y otras del mar	0,10%	0,87%	0,87%
Vivienda	0,45%	2,37%	3,99%
Vestuario	-0,03%	0,04%	0,46%
Salud	0,07%	3,45%	4,86%
Educación	0,00%	5,89%	6,42%
Diversión	0,65%	-1,55%	5,20%
Transporte	0,38%	2,57%	3,93%
Comunicaciones	-0,01%	0,25%	1,54%
Otros gastos	0,40%	1,84%	2,92%
Total	0,25%	2,31%	3,16%

Fuente: DANE



Índice de Precio al Productor

Grupo	Mes	Año corrido	12 meses
Cría especializada de aves de corral	0,36%	0,26%	3,16%
Alimento para animales	0,63%	1,08%	1,07%
Huevos de gallina con cáscara, frescos, conservados o cocidos	0,65%	-2,57%	3,17%
Carne de ganado bovino, fresca o refrigerada	0,60%	2,68%	1,70%
Carne de ganado porcino fresca o refrigerada	-1,12%	-3,89%	-1,47%
Carne y despojos comestibles de aves, frescos	-1,50%	1,65%	2,91%
Agricultura, Ganadería, Caza y actividades de servicios conexas	-2,97%	2,37%	2,97%
Total	2,20%	2,31%	7,02%

Fuente: DANE

Termómetro de mercado - Huevo

PRECIOS DE HUEVO (\$/und en central mayorista)

Producto	Mercado	may-07	may-14	may-21	may-28	jun-04	Variación ultima semana	Tendencia
Rojo Extra AAA	Corabastos -Bogota	310	305	304	303	313	3,3%	↑
	Cenabastos.- Cúcuta	258	233	268	268	250	-7%	↓
	Plaza la 21-Ibague	308	308	308	296	304	3%	↑
	Central Mayorista de Antioquia	307	297	297	297	297	0%	=

Producto	Mercado	may-07	may-14	may-21	may-28	jun-04	Variación ultima semana	Tendencia
Rojo AA	Corabastos -Bogotá	260	260	258	260	250	-4%	↓
	Centroabastos- Bucaramanga	220	225	225	225	225	0%	=
	Central Mayorista de Antioquia	265	257	257	247	247	0%	=
	Santa Elena- Cali	292	297	297	300	301	0%	↑

Producto	Mercado	may-07	may-14	may-21	may-28	jun-04	Variación ultima semana	Tendencia
Rojo A	Corabastos -Bogotá	243	240	236	238	243	2%	↑
	Centroabastos- Bucaramanga	215	220	220	220	220	0%	=
	Central Mayorista de Antioquia	250	240	240	233	233	0%	=
	Santa Elena- Cali	247	258	257	258	260	1%	↑

Producto	Mercado	may-07	may-14	may-21	may-28	jun-04	Variación ultima semana	Tendencia
Rojo B	Corabastos -Bogotá	223	220	218	220	228	4%	↑
	Plaza la 21-Ibague	232	229	229	225	230	2%	↑
	Centroabastos- Bucaramanga	200	210	210	210	210	0%	=
	Central Mayorista de Antioquia	237	223	220	222	222	0%	=

Fuente: Dane

Termómetro de mercado - Pollo

PRECIOS DE POLLO (\$/kg en central mayorista)

Producto	Mercado	may-07	may-14	may-21	may-28	jun-04	Variación ultima semana	Tendencia
Pollo entero fresco sin vísceras	Frigorífico Guadalupe	6.133	6.300	6.367	6.167	6.400	4%	↑
	Cenabastos Cúcuta	5.310	5.324	5.342	5.343	5.272	-1%	↓
	Plaza la 21-Ibagué	6.400	5.875	5.875	5.875	5.950	1%	↑
	Megacentro - Bucaramanga	6.350	6.350	6.350	6.400	6.400	0%	=

Producto	Mercado	may-07	may-14	may-21	may-28	jun-04	Variación ultima semana	Tendencia
Pollo entero congelado sin vísceras	Megacentro - Bucaramanga	6.350	6.350	6.350	6.300	6.300	0%	=
	Central Mayorista de Antioquia	6.200	6.067	6.167	6.400	6.033	-6%	↓
	Barranquillita- Barranquilla	4.500	4.525	4.575	4.575	4.575	0%	=
	Santa Elena- Cali	5.600	5.650	5.700	5.700	5.900	4%	↑

Producto	Mercado	may-07	may-14	may-21	may-28	jun-04	Variación ultima semana	Tendencia
Pechuga	Frigorífico Guadalupe	8.017	7.967	8.267	7.983	8.150	2%	↑
	Central Mayorista de Antioquia	8.633	8.633	8.567	8.633	8.567	-1%	↓
	Barranquillita- Barranquilla	6.950	6.950	7.325	7.325	7.325	0%	=
	Santa Elena- Cali	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	0%	=

Producto	Mercado	may-07	may-14	may-21	may-28	jun-04	Variación ultima semana	Tendencia
Pierna pernil con rabadilla	Megacentro - Bucaramanga	5.133	5.133	5.133	5.133	4.933	-4%	↓
	Central Mayorista de Antioquia	5.033	4.833	4.833	4.833	4.833	0%	=
	Barranquillita- Barranquilla	3.625	3.600	3.633	3.675	3.688	0%	↑
	Santa Elena- Cali	5.050	5.050	5.050	5.050	5.050	0%	=

Producto	Mercado	may-07	may-14	may-21	may-28	jun-04	Variación ultima semana	Tendencia
Piernas de pollo	Frigorífico Guadalupe	7.283	7.000	7.167	6.883	7.183	4%	↑
	Cenabastos Cúcuta	5.848	5.963	5.836	5.596	5.969	7%	↑
	Megacentro - Bucaramanga	8.467	7.533	7.533	7.717	7.333	-5%	↓
	Central Mayorista de Antioquia	7.133	7.133	7.067	7.167	7.100	-1%	↓

Producto	Mercado	may-07	may-14	may-21	may-28	jun-04	Variación ultima semana	Tendencia
Alas sin costillar	Frigorífico Guadalupe	6.467	6.217	6.083	6.233	6.217	0%	↓
	Cenabastos Cúcuta	4.810	4.772	4.805	4.786	4.705	-2%	↓
	Megacentro - Bucaramanga	6.550	6.550	6.550	6.450	6.300	-2%	↓
	Central Mayorista de Antioquia	7.083	6.833	6.700	6.533	6.533	0%	=

Fuente: Dane



Dirección
Avenida Calle 26 # 69-76, Torre 3
Ofc.: 504, Edificio Elemento.
Bogotá, Colombia

PBX: (57-1) 4 32 13 00
Mail: favila@fenavi.org
civila@fenavi.org

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

Director Programa Económico:
Fernando Ávila Cortés

