



ACTUALIDAD

Avicultura en las 1.000
Avicultura en el Estado de Resultados
El costo es plano
Costos: Compras por empresa en 2022

COYUNTURA

Huevo en el tablero de utilidad
Huevo y su CMV
Huevo y su margen neto
Huevo y su gasto administrativo
Huevo y su gasto de ventas
Pollo en el tablero de utilidad
Pollo y su CMV
Pollo y su margen neto
Pollo y su gasto administrativo
Pollo y su gasto de ventas

ESTADÍSTICAS

Impacto de costos: proyección
Termómetro de mercado Dane - Pollo
Termómetro de mercado Dane - Huevo
Indicadores Pollo Colombia vs. EEUU
Precios cuartos traseros para exportación desde EEUU

Avicultura en las 1.000

Veintiséis empresas del sector agropecuario aparecen entre las primeras mil del país, con ingresos operacionales de \$15.3 billones. De estas, 69.2% (18) son avícolas, cuyos ingresos operacionales ascienden a \$10.8 billones. Según esta clasificación de la Supersociedades, una empresa avícola ocupa el puesto 88 entre esas primeras mil.

En este reducido grupo de empresas que aportan al desarrollo de país, se encuentran dos de flores, una de banano, una palma, tres de cerdos y una de acuicultura. Esto muestra el grado de formalidad de las empresas avícolas, lo que se explica en parte por su condición de productoras de bienes exentos de IVA, de lo cual se derivan formalidades, no solo en materia fiscal (con su aporte tributario, cuya tasa de tributación efectiva es superior a 40%), sino en lo laboral.

De otra parte, su tamaño surge del desarrollo de economías de escala necesarias para adaptarse a las condiciones del mercado, en la búsqueda de ser más competitivas, en términos de eficiencia productiva, favoreciendo con ello directamente al consumidor (de hecho, no se puede tener una planta de proceso o plantas de producción de alimento balanceado en cada municipio del país). Son empresas con modelos de operación que permiten la participación de medianos y pequeños productores en su encadenamiento productivo.

Según la valoración de la producción del sector avícola, medida por los precios promedio del mercado, tenemos que la producción de pollo, 1.8 millones de toneladas, tiene un valor estimado de \$17.9 billones. Y, en el caso del renglón huevo, el valor de la producción de 16.250 millones de unidades, se estima en \$7.9 billones.

Tal como se verá en detalle más adelante, el sector tiene un amplio potencial de crecimiento, pues el mercado no ha llegado a los consumos per cápita esperados de pollo y huevo; de hecho, son bajos frente a los de países con ingresos similares. Esto indica que aún se cuenta con un espacio de crecimiento endógeno. Así mismo, en la perspectiva operacional de las empresas también es amplio el margen de acción para implementar procesos de mejoramiento competitivo sectorial. Podríamos decir que el sector avícola todavía no ha llegado a un nivel de maduración pleno, proceso en el cual se encuentra.

Cada vez los retos son mayores, no solo por las exigencias de calidad por parte de los consumidores, sino por las cambiantes condiciones del entorno, particularmente, en materia sanitaria.



Avicultura en el Estado de Resultados

En términos generales, el 2022 se puede catalogar como excelente, con una dinámica excepcional, pese a las circunstancias del shock inflacionario, tanto en precios como en costos. El IPC anualizado de pollo fue de 16.25%, y el de huevo de 33.68%, al tiempo que el IPP de alimento para animales se situó en 27.8%.

Avicultura en el estado de resultados (Cifras en millones)

REGLÓN	INGRESOS OPERACIONALES			
	2019	2020	2021	2022
ABA	15.194.703	13.974.535	19.767.949	19.424.526
Incubación	663.110	702.040	803.391	1.001.969
Pollo	9.474.194	7.622.364	11.191.629	12.783.370
Huevo	2.883.346	2.536.784	3.251.428	4.382.298
Total	28.215.352	24.835.723	35.014.397	37.592.163
Variación		-12,0%	41,0%	7,4%

REGLÓN	UTILIDAD NETA			
	2019	2020	2021	2022
ABA	510.619	463.736	697.138	729.425
Incubación	23.920	27.409	25.979	57.222
Pollo	45.401	-169.816	468.934	254.560
Huevo	100.318	-15.250	27.351	212.681
Total	680.258	306.079	1.219.402	1.253.888
Variación		-55,0%	298,4%	2,8%

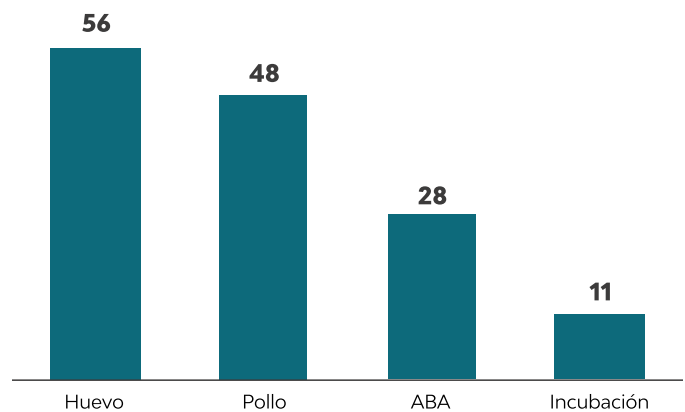
Fuente: Supersociedades: Cámaras de Comercio. Cálculos Fenavi-PEE.

En el 2022, los productos avícolas encontraron un mercado en el que tanto el huevo y el pollo operaron como bienes con elasticidades oferta-precios positivas, es decir, que al tiempo que el precio se incrementaba, las demanda no se deterioraba. Por el contrario, se encontraron con un mercado en el que la demanda mantuvo un ritmo superior a la oferta, particularmente, en pollo, cuya producción se incrementó 7.4%.

Después de la pandemia al 2022, se incrementó el consumo per cápita de huevo en 14 unidades, y el de pollo en 1.2 kilogramos. Esto se explica por los cambios en los patrones estructurales de consumo que se han mantenido en la pospandemia.

Entre los factores coyunturales que impactaron positivamente al sector se destacan: i) una reducción en la oferta de carnes rojas, hecho que ha permitido una sustitución por el pollo, y ii) el efecto inflacionario que permitió que el huevo sustituyera a las proteínas de mayor valor, e incluso al consumo de cereales, lo que se refleja en un incremento en la demanda por encima de su tendencia normal observada antes del 2019.

Empresas que reportaron información en el 2022



Fuente: Supersociedades, Cámaras de Comercio. Estimaciones Fenavi-PEE.

El ingreso operacional de todo el encadenamiento avícola se incrementó 7.4%, al pasar de \$35.0 a \$37.5 billones. Por renglones, en incubación el incremento del ingreso operacional fue de 24.7%, en pollo de 14.2%, y en huevo de 34.8%. Por su parte, el del alimento balanceado se redujo 1.7%, lo que se explica por la dinámica de otros sectores, dado que su participación en avicultura es de 75%, aproximadamente.

En cuanto a las utilidades, se registró un incremento de 2.8%, destacándose los renglones de incubación y huevo, con registros superiores a 100%.

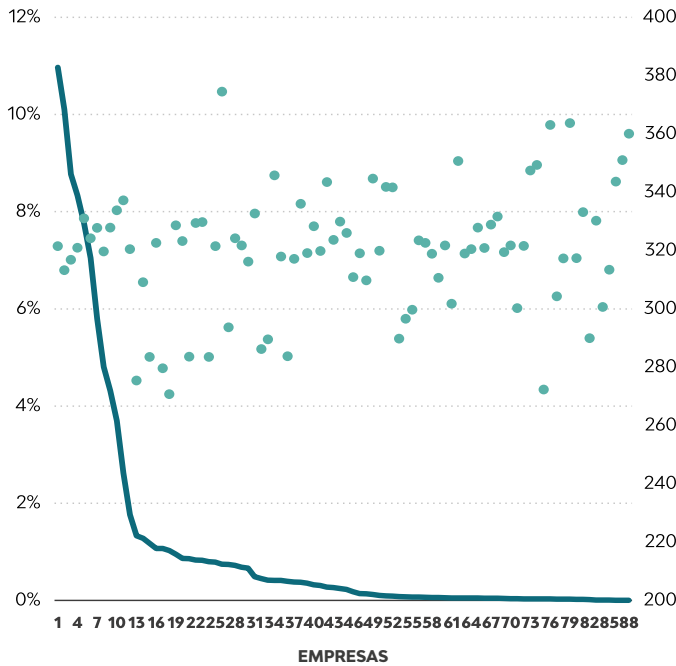
Respecto a las empresas que reportaron información a Supersociedades y cámaras de comercio, 56 son de huevo, con una participación 51.5% en la producción, y 48 de pollo, con una participación de 81.24% en la producción. Por su parte, las empresas productoras de alimento balanceado y genética, 28 y 11, respectivamente, alcanzan una participación en el mercado superior a 95%



El costo es plano

Precio promedio de importación de maíz

(Participación y precio promedio US\$ x ton) 1/Año 2022



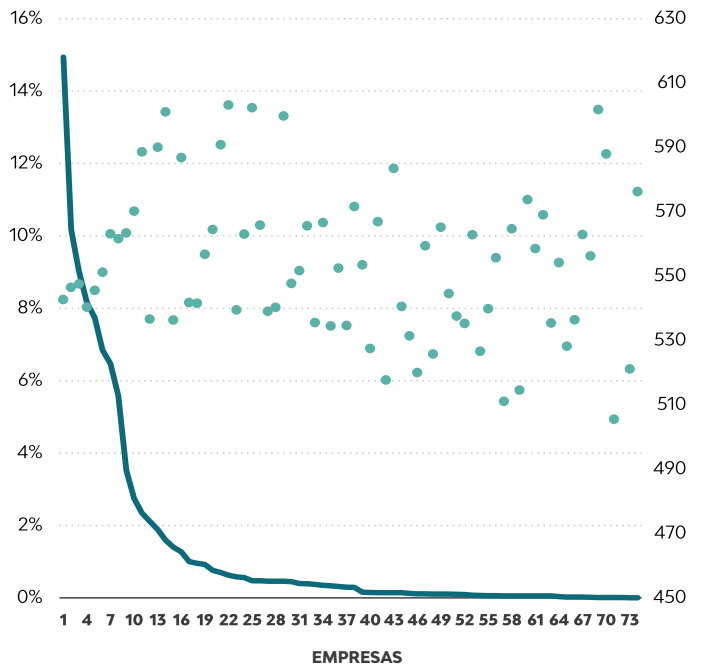
Fuente: Dian. Cálculos Fenavi-PEE. 1/ El eje vertical izquierdo indica el peso de la empresa en las importaciones totales, y el derecho indica el precio promedio de compra una vez nacionalizado.

🌀 Cuando los mercados operan de forma transparente y con reglas conocidas por todos sus participantes, la posibilidad de alcanzar una ventaja competitiva frente otras empresas, se reduce al mínimo. En términos prácticos, si las empresas decidieran comprar materias primas en el mercado internacional y nacionalizarlo el mismo día y hora, el precio promedio tendría una desviación estándar muy cercana a cero, sería el mismo para todos.

🌀 En gráfica anterior, correspondiente a la compra de maíz amarillo en el 2022, la mayor parte procedente de Estados Unidos, encontramos un precio promedio de US\$320 la tonelada, con una desviación estándar de US\$21 por tonelada, es decir, que se encontró un valor promedio por encima y abajo con esa magnitud de referencia. Precios de compra alcanzados tanto por el que más y menor participación tienen en el mercado.

Precio promedio de importación de frijol soya

(Participación y precio promedio US\$ x ton) 1/Año 2022



Fuente: Dian. Cálculos Fenavi-PEE. 1/ El eje vertical izquierdo indica el peso de la empresa en las importaciones totales, y el derecho indica el precio promedio de compra una vez nacionalizado.

🌀 En el caso del frijol soya, el precio promedio de importación en el 2022 fue de US\$554 la tonelada, con una desviación estándar de \$23 por tonelada. El mejor precio de compra no lo logra aquel que tenga una mayor participación en el mercado. Ciertamente, se podrá tener algún beneficio por manejo de volúmenes en la operación de nacionalización; no obstante, no aparece como algo determinante que pueda afectar los costos de producción en el sector avícola.

🌀 Esto, para señalar que las empresas del sector han logrado aplanar el precio de compra con sus estrategias de operación, que las mismas se han estandarizado en un punto que no marca la diferencia competitiva en el sector. El punto crítico, como se ha indicado anteriormente, es quién logra obtener el máximo retorno en su eficiencia productiva (huevo o pollo) con la compra del maíz y frijol soya, en donde las diferencias son muy amplias.

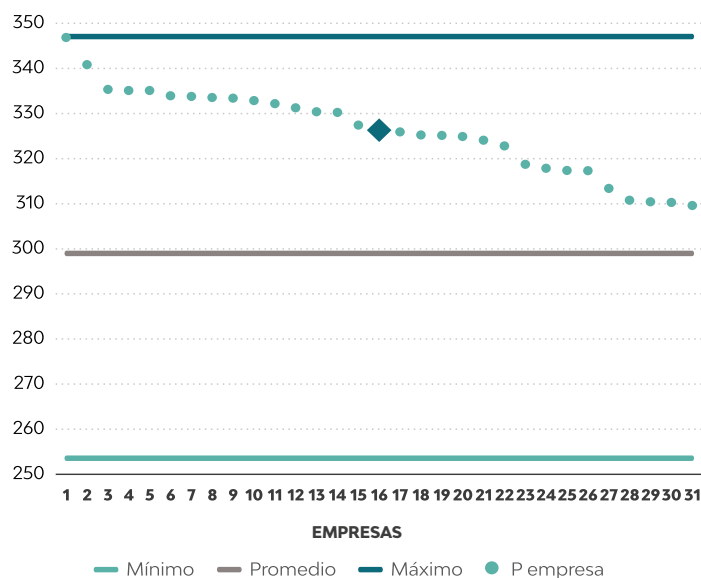


Costos: Compras por empresa en 2022

Como se dijo en la nota *El costo plano*, los principales componentes del costo en el sector avícola (el maíz y la soya), forman sus precios en el mercado internacional, por lo cual, el precio de compra no marca la diferencia competitiva entre las empresas. De hecho, cuando se comparan los precios de la fórmula básica del alimento balanceado (ponderación de maíz, soya y torta) por empresa en el 2022, con el rango de precios de la Bolsa de Chicago, se observa que todos se ubican dentro de este. Por consiguiente, el costo de todas las firmas es conocido o, como se señala en teoría económica, hay *“información perfecta”*, pues los costos se pueden calcular a partir de los precios internacionales.

Es de resaltar que todas las empresas se ubicaron entre el promedio y el máximo. Ninguna entre la media y el mínimo. Esto sucede porque el costo inferior, US\$300 la tonelada, solo se dio en el último trimestre del año, haciendo que las compras realizadas antes lo ubicaran por encima de la media. Además, la desviación estándar (distancia típica entre las observaciones y el promedio) es tan solo de US\$10, debido a que las compras se hacen en distintos días.

Precio de fórmula básica por empresa ordenado de mayor a menor y rangos según la bolsa de Chicago (US\$ x ton) 1/



Fuente: Dian, Urner Barry. Cálculos Fenavi-PEE. 1/ Los rangos son calculados a partir los precios diarios en la Bolsa de Chicago y costo contante en el flete de US\$25/ton y 0.5% de seguro sobre el precio.

La avicultura en particular, por tener activos biológicos, debe asegurar un constante flujo de alimento, para lo cual hace compras normalmente en el mercado *spot* o contratos futuros con vencimiento a dos o tres meses. Conclusión a la que se puede llegar al observar que ninguna empresa tuvo un costo de alimento por debajo del promedio internacional y todas tienen promedios lejos de los valores bajos observados a final de año.

En efecto, la condición para que las empresas se puedan ubicar por debajo de la línea gris, es que hagan coberturas mediante opciones; en este caso, estrategias de cobertura contra precios a la baja. Pero, ¿por qué se cubre un avicultor contra precios a la baja? Como no existe certeza de la dirección que tomarán los precios en el futuro, aquel que compre contratos a mediano o largo plazo (más de 5 meses), podría quedar fuera de competencia si los precios caen al momento de la entrega. Para esto existe la administración de riesgos, la cual trata de suavizar la volatilidad, haciendo que al final del ejercicio se alcancen mejores precios promedios a partir de las operaciones realizadas.

Cabe señalar que el ejercicio de administración de riesgos no goza de mucha popularidad entre las empresas, ya que implica que un equipo de expertos del área de compras e inventarios monitoree decenas de variables, como clima, rendimientos de las cosechas, estacionalidad, geopolítica, análisis técnico y análisis fundamental. Sin embargo, a medida que el mercado se haga más profundo, la competitividad llevará que se aplique la administración de riesgo.

Finalmente, como se señaló en la nota anterior, el costo no es un factor diferencial en el sector avícola. Por el contrario, la oportunidad de crecimiento y mejora en la rentabilidad se encuentra en la eficiencia en la producción de pollo y huevo. Sin embargo, la distancia entre el precio promedio del mercado el año pasado y los precios de compras por empresas, permiten identificar una oportunidad de reducción en los precios de las materias primas aplicando la administración de riesgos.

Huevo en el tablero de utilidad

Utilidad Neta (cifras en millones)

No	EMPRESAS	2019	2020	2021	2022
1	INCUBADORA SANTANDER S.A	6.169	-24.920	-27.074	31.497
2	ACEBEDO SILVA S.A.	6.886	2.000	8.945	20.745
3	AVICOLA NACIONAL (AVINAL S.A)	9.168	3.413	9.253	18.803
4	KAKARAKA S.A	1.642	1.169	3.249	17.177
5	AVIMOL S.A.S.	3.480	2.388	10.982	16.678
6	AVICOLA TRIPLE A SAS	9.056	-3.823	-2.773	14.200
7	INVERSIONES J.V. LTDA	5.831	747	4.723	13.827
8	SANTA ANITA NAPOLES S.A	5.298	-2.696	686	12.663
9	AGRICOLA COLOMBIANA S.A	4.859	4.408	2.730	9.110
10	NUTRIENTES AVICOLAS S.A	4.399		3.390	7.074
11	AVICOLA TORCOROMA S.A. EN ACUERDO DE REESTRUCTURACION	971	1.585	3.832	6.380
12	AVICULTURA INDUSTRIAL AVINSA S.A	146	492	-2.147	5.530
13	AGROCOMERCIAL LA ALBORADA	2.786	1.266	2.843	4.598
14	AVICOLA SANTA RITA S.A.S.	-1.077	-147	-2.882	3.638
15	AVICOLA SAN MARTIN S.A.	1.371	186	1.199	3.452
16	AVICOLAS R.R. DEL ORIENTE S.A S	1.360	15	155	3.132
17	PRODUCTORA AVICOLA DE LOS ANDES PROANDES LTDA.	1.257	-637	-153	2.978
18	PROTEIHUEVO SAS	291	-1.022	496	2.749
19	AVES EMAUS S.A S	693	811	1.323	2.336
20	GRUPO COMERCIAL TOLIMENSE S.A.S., EN REORGANIZACION	-1.040	-3.500	-858	2.266
21	RIBARCO SAS	1.570	-1.620	1.684	2.128
22	AGROINDUSTRIA SANTA MARIA S.A S	-115	-353	-916	1.775
23	PETROCASINOS SA	2.602	1.655	1.936	1.208
24	AVICOLA LA DOMINGA S.A S	1.003	-256	520	1.162
25	AVICOLA SINAIN SAS	657	205	279	793
26	O. TAFUR Z Y CIA S EN C	1.539	681	660	793
27	AGROINDUSTRIAL SAN JOSE S.A	2.177	329	-525	762
28	PROTEINOVO S.A.S	538	348	531	747
29	AVICOLA EL PALMAR S.A	387	-105	8	707
30	AVICOLA LA AURORA S.A.S	302	306	205	674
31	ARRODRIGO S.A.S.	563	-998	32	427
32	AVICOLA VALLE DE TENZA LTDA	139	261	313	344
33	AGROINVERSIONES S.A			322	338
34	AVICOLA EL DARIEN S.A.	495		236	335
35	SOCIEDAD AVICOLA TOSCANA SAS	131	282	565	335
36	GALLINA COLOMBIANA GALLICOL SAS	186	15	366	248
37	GRANJAS PARAISO SAS	483	492	115	242
38	MIGUEL MARTIN & CIA S C S	779	198	236	239
39	COLOMBIANA DE AVES S.A. COLAVES	199	123	-75	216
40	SOCIEDAD AVICOLA EL TABACAL SAS	93	96	171	187
41	PLUMASPOK S.A.S	19		-289	154
42	PRODUCTOS AVICOLAS DE ORIENTE S.A.S.			80	153
43	INVERSIONES CANDELARIA S.A		-131	-42	122
44	VARGAS SANCHEZ S.A.S	-109	-188	1.301	112
45	INVERSIONES CARDONA RIOS S.A.S	102	73	128	107
46	AVICOLA MI POLLITA CEJENA S.A.S.	39	60	87	98
47	HUEVO DELICIAS GROUP SAS	-132	483	-832	93
48	AVICOLA SAN JUAN LTDA	14		69	72
49	INVERSIONES AVICOLA SAN CARLOS SAS	180	251	200	64
50	SANTA REYES S.A	20.422	997	2.021	9

Fuente: Supersociedades y Cámaras de Comercio. Cálculos Fenavi-PEE.

En la estructura del negocio del huevo hay que tener presente que este opera bajo ciclos productivos. Así, la producción de hoy corresponde a decisiones tomadas hace más de un año, influidas en su momento por el costo, el precio, la rentabilidad aparente y, en especial, el flujo de caja neto. Variables que no se comportan de igual forma cuando se vende el producto en el mercado.

Así las cosas, cuando el costo le compite al precio, se reduce la inversión en activos biológicos. Escenario que impacta la producción sesenta semanas más adelante; esto es, con una reducción en la oferta, hecho que permite restablecer el equilibrio de rentabilidad. Ya desearían los avicultores poder asegurar la rentabilidad del producto a través de ajuste en los precios. Dado que ello no es posible, las empresas deben implementar estrategias dinámicas que les permitan minimizar efectos en ciclos de contracción y, por supuesto, maximizarlos en ciclos de expansión.

Esto nos lleva a la necesidad de evaluar los resultados empresariales más allá del año fiscal. La fortaleza de las empresas está en su marca, la combinación de los canales de comercialización, la logística de operación, la ubicación de sus unidades productivas y, en especial, la capacidad de garantizar el mayor retorno en la inversión de los activos biológicos, lo que se traduce en el mayor rendimiento productivo posible.

El registro de utilidad neta del cuadro anexo, refleja las circunstancias de un periodo complejo, no solo en el sector: también en la historia económica y social del país. Con impacto divergente en todas las empresas y una interrupción de la dinámica del ciclo de producción que se traía desde el 2019.

Como se observa, el 2020 es un año para olvidar. Los impactos se dieron, según los canales que atendían las empresas. Por su parte, el 2021, recoge el efecto perverso de los bloqueos de vías, que no impactó por igual a todas las empresas del sector. Ya el 2022 se aproxima a una recuperación, con resultados diferentes, dependiendo de proceso de efectos afrontados en los periodos anteriores. Al final, los últimos cuatro años, incluyendo el 2023, son los más particulares en las últimas tres décadas.

Huevo y su CMV

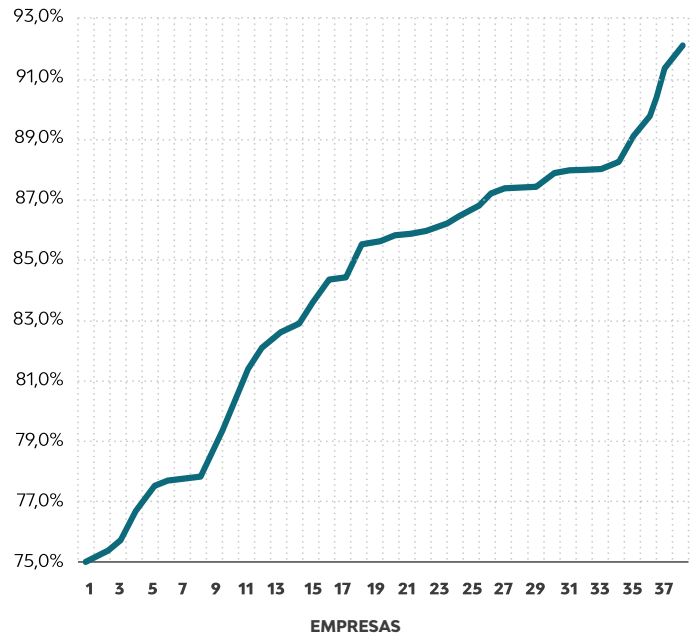
Costo de mercancía vendida/ Ingreso operacional

No	2018	2019	2020	2021	2022
1 Aves Emaus S A S		77,5%	78,9%	79,1%	75,1%
2 Avícola Nacional (Avinal S A)	72,3%	72,4%		76,4%	75,4%
3 Proteihuevo Sas		89,7%		87,2%	75,7%
4 Avícola Torcoroma S.A.	83,9%	81,6%	80,7%	77,3%	76,7%
5 Incubadora Santander S.A	78,3%	73,7%	83,9%	86,0%	77,5%
6 Santa Reyes S.A	73,9%	76,2%	76,2%	76,6%	77,8%
7 Acebedo Silva S.A.	85,0%	81,7%	86,7%	85,5%	77,8%
8 Inversiones J.V. Ltda	85,0%	79,7%		85,7%	77,9%
9 Avícola Sinain Sas	80,6%	74,7%	76,9%	79,9%	78,9%
10 Grupo Comercial Tolimense S.A.S.	83,0%	82,7%	91,7%	86,4%	80,2%
11 Avícola Triple A Sas	78,0%	79,2%	90,3%	87,1%	81,5%
12 Avicultura Industrial Avinsa S.A	89,2%	89,9%	90,2%	96,3%	82,2%
13 Agrocomercial La Alborada	85,5%	79,2%	84,1%	88,7%	82,6%
14 Nutrientes Avícolas S.A	81,3%	81,4%		88,0%	82,8%
15 Ribarco Sas	87,5%	81,9%	92,6%	88,1%	83,7%
16 Avícola La Dominga S A S	90,2%	87,0%	90,1%	87,6%	84,4%
17 Avimol S.A.S.	92,2%	81,9%		86,1%	84,4%
18 Huevo Delicias Group Sas	85,3%	84,2%	96,6%	92,1%	85,6%
19 Sociedad Avícola Toscana Sas	77,7%	79,8%	79,2%	82,4%	85,6%
20 Avícola San Martin S.A.		84,1%	92,3%	90,2%	85,8%
21 Avícola Santa Rita S.A.S.	92,8%	85,4%	85,1%	90,9%	85,9%
22 Petrocasinosa	80,8%	80,7%	81,4%	82,4%	86,0%
23 Gallina Colombiana Gallicol Sas	77,2%	81,2%	81,2%	83,2%	86,2%
24 Colombiana De Aves S.A. Colaves		84,3%	85,1%	88,3%	86,4%
25 Agrícola Colombiana S.A	88,8%	85,6%	89,0%	90,6%	86,6%
26 Avícola El Palmar S.A	92,1%	87,2%	92,6%	93,0%	87,2%
27 Agroindustria Santa Maria S A S		84,1%	97,9%	99,7%	87,4%
28 Arrodrigo S.A.S.		94,5%		99,6%	87,4%
29 Avícola El Darien S.A.	83,1%	83,7%		86,2%	87,5%
30 Avícola San Juan Ltda	88,9%	89,4%		88,0%	87,9%
31 Avícola La Aurora S.A.S	78,0%	80,8%	81,3%	81,1%	88,0%
32 Miguel Martin & Cia S C S	74,1%	80,2%	87,9%	88,6%	88,0%
33 Inversiones Avícola San Carlos Sas		93,7%	87,5%	95,6%	88,0%
34 Proandes Ltda..	90,8%	90,4%	96,1%	95,3%	88,2%
35 Inversiones Cardona Rios S.A.S		82,3%	85,2%	89,4%	89,2%
36 Avícolas R.R. Del Oriente S A S	88,9%	87,4%	92,8%	93,4%	89,7%
37 Granjas Paraiso Sas	89,7%	89,7%	90,4%		91,4%
38 Huevo Delicias Group Sas	85,3%	84,2%	96,6%		92,1%

Fuente: Supersociedades, Cámaras de Comercio, cálculos Fenavi-PEE. Grupo de empresas que en el 2022 participaron con 46,3% del encasamiento total.

Hemos escogido al indicador CMV (costo de mercancía vendida) porque refleja de mejor forma los resultados del sector, por varias razones. De un lado, el costo es una variable homogénea para las empresas. Por ejemplo, si se compra un contrato de maíz amarillo o más en la Bolsa de Chicago, el precio es igual; además, la capacidad de las empresas para incidir en su formación es nula. De otra parte, los precios se forman por oferta y demanda, marco en el que las empresas no tienen capacidad para determinarlos en el mercado; por ello, se ajusta la oferta en todo momento.

Ranking CMV por empresa 2022



Fuente: Supersociedades. Cámaras de Comercio. Cálculos Fenavi-PEE.

Si el costo y el precio son, en términos generales, variables sobre las cuales no se tienen control, lo que marca la diferencia es la forma como las empresas logran optimizar el costo, en términos de productividad por ave alojada, sumado a la resultante de lograr la mejor formación del precio, dependiendo de la combinación de canales que se tenga.

Según este indicador, el mejor resultado será el menor registro. La diferencia contra el 100% es la utilidad operacional, con lo cual se cubren los gastos de administración, ventas, financieros, impuestos, hasta llegar a la utilidad.

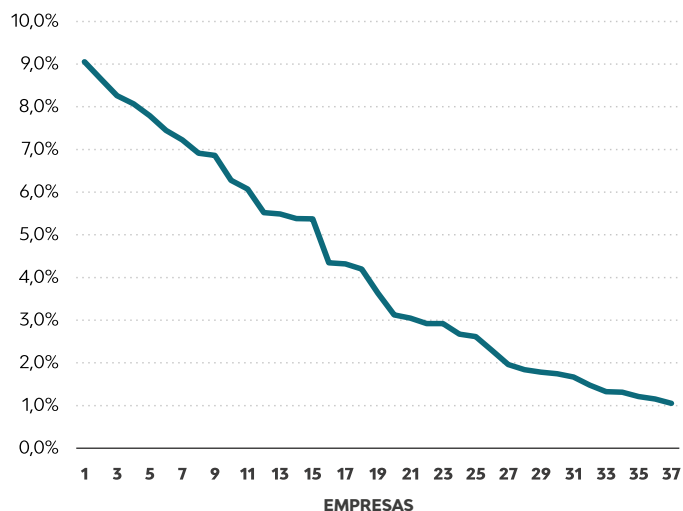
El score de medición para el 2022 refleja una fotografía captada en anteriores oportunidades: se tiene una gran dispersión entre el menor y el máximo valor. ¿Lo ideal? Que el sector alcance una aproximación a una media, como ocurre con los gastos de administración. A su vez, destaca que las empresas ubicadas en los primeros lugares tienen la mejor posición competitiva para crecer, y las que no, tienen la mejor oportunidad para mejorar desde adentro de su unidad de producción.

Huevo y su margen neto

No	MARGEN NETO	2022
1	Inversiones J.V. Ltda	9,1%
2	Acebedo Silva S.A.	8,7%
3	Agroinversiones S.A	8,3%
4	Avicultura Industrial Avinsa S.A	8,1%
5	Aves Emaus S A S	7,8%
6	Avícola San Martín S.A.	7,4%
7	Avícola Nacional (Avinál S A)	7,2%
8	Avimol S.A.S.	6,9%
9	Inversiones Candelaria S.A	6,9%
10	Agroindustria Santa María S A S	6,3%
11	Ribarco Sas	6,1%
12	Avícola El Palmar S.A	5,5%
13	Proandes Ltda..	5,5%
14	Agrícola Colombiana S.A	5,4%
15	Avícola Triple A Sas	5,4%
16	Grupo Comercial Tolimense S.A.S.	4,3%
17	Arrodrigo S.A.S.	4,3%
18	Incubadora Santander S.A	4,2%
19	Plumasork S.A.S	3,6%
20	Avícolas R.R. Del Oriente S A S	3,1%
21	Santa Anita Napoles S A	3,0%
22	Proteinovo S.A.S	2,9%
23	Avícola Santa Rita S.A.S.	2,9%
24	Avícola La Dominga S A S	2,7%
25	Avícola Sinain Sas	2,6%
26	Nutrientes Avícolas S.A	2,3%
27	Colombiana De Aves S.A. Colaves	2,0%
28	Avícola Mi Pollita Cejena S.A.S.	1,8%
29	Petrocasinos Sa	1,8%
30	O. Tafur Z Y Cia S En C	1,7%
31	Sociedad Avícola Toscana Sas	1,7%
32	Huevo Delicias Group Sas	1,5%
33	Productos Avícolas De Oriente S.A.S.	1,3%
34	Miguel Martín & Cia S C S	1,3%
35	Avícola La Aurora S.A.S	1,2%
36	Inversiones Cardona Rios S.A.S	1,2%
37	Avícola El Darien S.A.	1,1%
	Promedio	4,2%
	Desviación	2,5%
	Covarianza	59,7%

Fuente: Supersociedades, Cámaras de Comercio. Cálculos Fenavi-PEE.

Margen neto 2022



Fuente: Supersociedades, Cámaras de Comercio. Cálculos Fenavi-PEE.

⦿ Mientras menor sea el costo de mercancía vendida (CMV), mayor será la oportunidad de obtener un mejor margen neto. Además, desde la perspectiva administrativa avícola, es más complejo minimizar el CMV que variables como gastos de administración y ventas, entre otras.

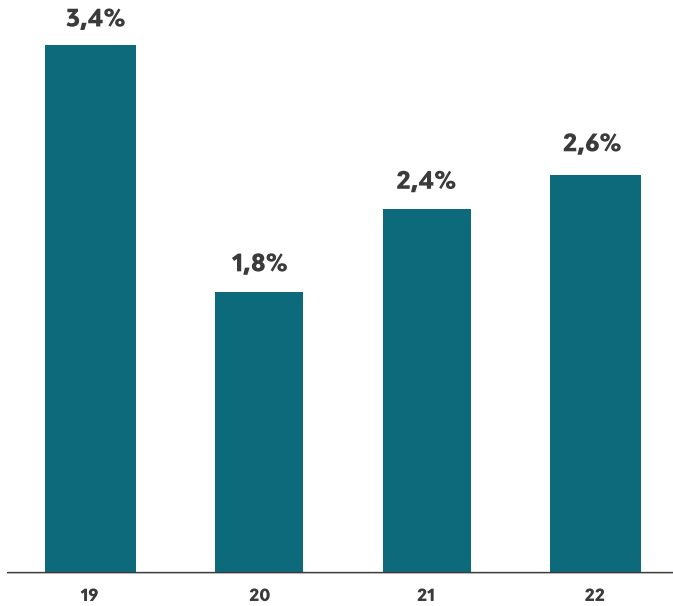
⦿ La medición del margen neto del 2022, año excepcional, podría derivar en múltiples conclusiones: 1) que algunas empresas estaban preparadas para las oportunidades del mercado; entre otras cosas, no existe certeza de saber cuándo puede ocurrir eso; 2) no existen mercados diferenciales en el renglón huevo: partimos del supuesto de que existe un solo mercado con similares oportunidades para todos, y 3) que la solución de mejora del indicador está más en manos de las acciones que las empresas puedan aplicar su interior, que en las estrategias comerciales.

⦿ El sector se ha desarrollado en los últimos años con crecimientos significativos en su productividad. No obstante, si partimos de un supuesto extremo, en el que somos tomadores de costos (materias primas) y tomadores de precios, aún existen profundas diferencias productivas entre las empresas avícolas.

⦿ Podemos leer estas cifras como una oportunidad de mejora, en especial, por estar en un mercado generoso que sigue en crecimiento.

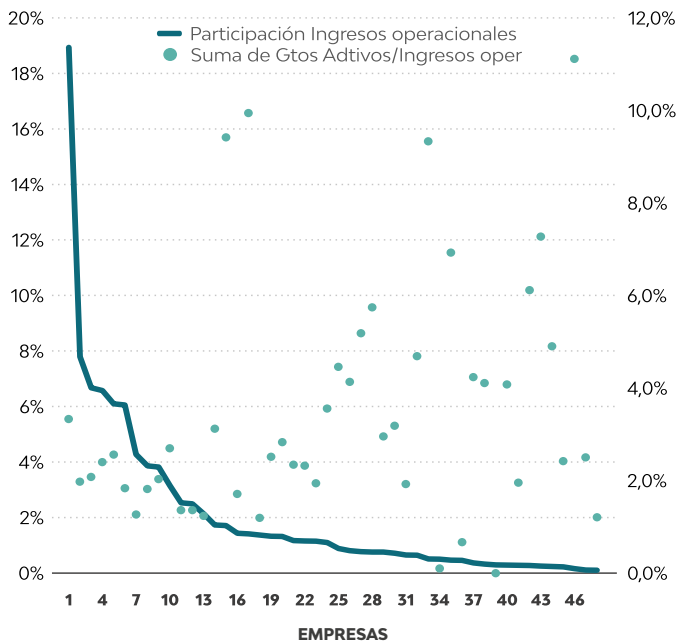
Huevo y su gasto administrativo

Gastos administrativos/ ingresos operacionales



Fuente: Supersociedades. Cálculos Fenavi-PEE.

Gastos administrativos/ ingresos operacionales 2022



Fuente: Supersociedades y cámaras de comercio. Cálculos Fenavi-PEE.

Si bien en el indicador del costo de mercancía vendida (CMV) al igual el margen neto no existe una aproximación que nos permita obtener una media como referente para el sector, la aproximación es diferente cuando se toma el indicador gastos administrativos sobre ingresos operacionales.

En efecto, el promedio del sector se sitúa en el rango de 2.0% a 4.0%. Valga señalar que se tienen diversos modelos operativos, si se trata de tener una mayor o menor participación en los canales mayoristas, tiendas o supermercados.

Las empresas con mayor participación en los ingresos operacionales del sector, es decir, las de mayor tamaño, cuentan con una estructura administrativa que pesa sobre sus ingresos operacionales en la media de 3.5%, empresas sobre las cuales es dable pensar que el peso relativo de la variable de análisis es alto.

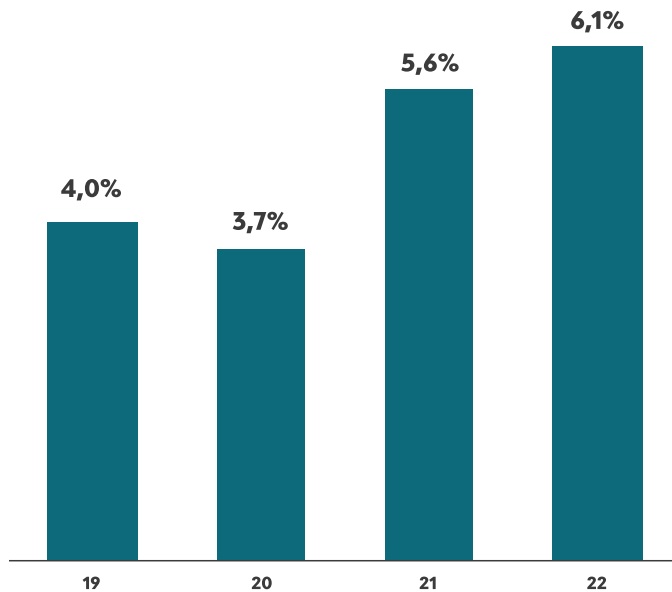
Por su parte, empresas con un peso relativo menor, es decir, medianas, registraron un peso elevado en el indicador gastos administrativos sobre ingresos operacionales, entre 4.0% y 6.0%. Fuera de explicación las empresas con indicadores que superen el 6.0%.

Aquí, las empresas líderes del mercado están marcando la moda del indicador. Punto de referencia hacia donde se deberían enfocar las demás. Indicador que no tiene los mismos efectos en el análisis, si se trata de empresas familiares o con estructuras administrativas más desarrolladas. Quizás las primeras podrían aplicar una mayor carga a la operación sin que, en términos reales, se afecte el margen neto.

Si una empresa está en el formato más empresarial, el indicador al que deben apuntar es el que marca la nube de puntos de las empresas que más peso tienen en el mercado. El final es generar el margen neto óptimo para poder imputar un mayor margen administrativo. Ahí, las empresas bien pueden evaluar su resultado de sus estrategias de negocios.

Huevo y su gasto de ventas

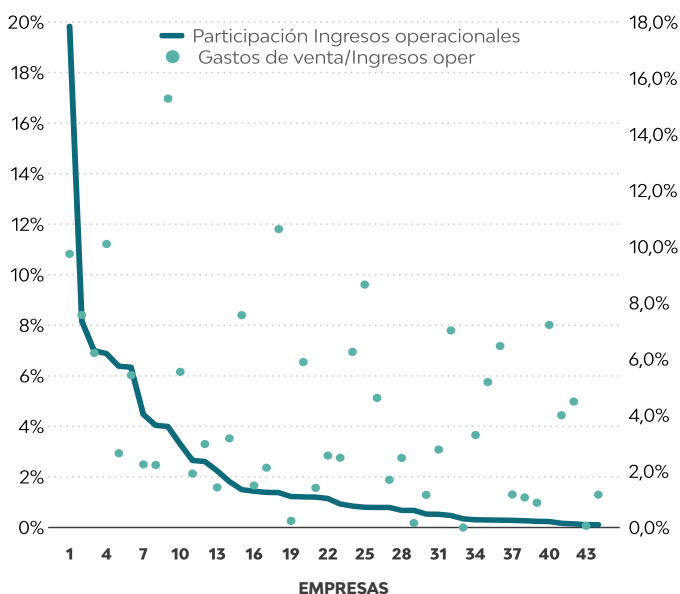
Gastos de ventas/ ingreso operacional



Fuente: Supersociedades. Cálculos Fenavi-PEE.

Gastos de ventas/ ingreso operacional

Participación en los ingresos operacionales.



Fuente: Supersociedades, cámaras de comercio. Cálculos Fenavi-PEE.

⌚ A pesar de que el sector cuenta con estructuras comerciales livianas y pesadas, la media del gasto de ventas sobre ingresos operacionales está entre 4.0% y 6.0%. No obstante, los modelos de negocios indicarán cuál es el valor que más se ajusta a cada modelo de negocio.

⌚ Sin embargo, la segunda gráfica podría dar una señal de lo indicado anteriormente. En las empresas con mayor participación en el mercado, que atienden el mercado nacional, y de las cuales se asume que cuentan con una estructura de ventas más robusta (con gerentes nacionales, regionales, por canales u otros), el indicador de ventas sobre gastos operacionales está entre 6.0% y 8.0%.

⌚ También se encuentran empresas con un indicador que gravita alrededor de 2.0%. De ahí se podría asumir que cuentan con estructuras comerciales más livianas. Entre estas aparecen las que atienden el mercado mayorista.

⌚ Según los expertos en materia comercial, entre las estrategias para optimizar el gasto de ventas, se destacan: i) ahorrar tiempo en el esfuerzo de ventas, ii) maximizar los ingresos potenciales por ventas, iii) mejorar la gestión del equipo de ventas, y iv) optimizar los canales. En fin, es un área en la que seguramente la experiencia comercial indicará cuáles son las mejores estrategias para implementar.

⌚ En los últimos años, el acelerado crecimiento del sector ha llevado a una fuerte competencia interempresarial, situación que seguramente ha permitido implementar herramientas tecnológicas para una mejor administración de la fuerza comercial y el desarrollo de los canales comerciales.

⌚ Data de otra época cuando los vendedores se cruzaban en sus rutas de ventas. Hoy, se pueden optimizar las entregas y hasta medir los tiempos de llegada a los clientes: para eso está la tecnología del *big data*. Al final, se debe trabajar en todas las aristas posibles para mantener la posición competitiva en el mercado, pues las empresas líderes están marcando la referencia.

Pollo en el tablero de utilidad

Utilidad Neta (cifras en millones) 1/

No	EMPRESAS	2019	2020	2021	2022
1	AVIDESA MAC POLLO S.A	40.654	8.510	180.064	165.074
2	AVIDESA DE OCCIDENTE S.A	21.359	2.340	64.420	79.207
3	DISTRIBUIDORA AVICOLA S.A	-1.946	-6.410	26.696	32.234
4	OPERADORA AVICOLA COLOMBIA S.A.S (PIMPOLLO)	-11.724	-10.465	27.957	31.769
5	AVICOLA EL MADRONO S.A	158	-1.506	13.428	18.430
6	EMPOLLADORA COLOMBIANA (Empollacol)S.A	9.637	3.738	24.320	15.935
7	POLLO ANDINO S.A	1.002	-1.279	21.831	15.858
8	INVERSIONES EL DORADO S.A	9.657	6.486	14.247	13.369
9	DON POLLO S.A.S	7.048	563	18.136	11.823
10	POLLO OLIMPICO S.A	5.114	5.584	7.728	8.528
11	POLLO FIESTA S.A	3.588	797	8.653	7.610
12	POLLOS SAVICOL S.A.	1.611	-5.335	23.997	6.100
13	PRODUCTOS ALIMENTICIOS EL GALPON LTDA	2.501	3.675	4.098	6.091
14	MI POLLO S.A.S.	1.706	1.942	8.114	5.218
15	FABIPOLLO S A S	3.020	2.184	4.627	5.073
16	ALIMENTOS CONCENTRADOS DEL CARIBE S.A	5.020	5.128	14.064	4.027
17	AVICOLA MILUC S.A.S	2.062	848	4.685	4.013
18	AVICOLA LOS CAMBULOS S.A	2.287	455	1.958	2.827
19	KARIOKO S A S	476	682	1.402	2.124
20	CRIADERO DE POLLO CRIAPOLLO S A	1.497		1.855	1.609
21	INDUPOLLO S. A	220	302	-10	1.482
22	PAULANDIA S.A.S.	752	280	677	1.324
23	INDUSTRIAS ALIMENTICIAS ARETAMA S.A. EN REORGANIZACION	-2.846	-165	-2.121	1.297
24	TRIANGULO POLLO RICO S.A.	1.270	-3.694	3.190	1.189
25	CARNICOS Y ALIMENTOS S.A.S	-620	-1.679	3.171	979
26	POLLOS AL DIA SAS	631	519	1.484	947
27	AVICOLA DEL MAGDALENA S.A.	-975	1.414	1.083	715
28	PROCESADORA AVICOLA PIKUS S.A.S.	333	867	1.707	708
29	COMERCIALIZADORA DE POLLOS SANTA ANA LTDA	90	215	296	341
30	INDUSTRIAS PUROPOLLO S.A.S EN REORGNIZACION	-1.908	-1.276	4.735	293
31	AVICOLA LA IBAGUERENA Y CIA S EN CS	151	142	208	280
32	PROCESADORA DE POLLOS GARZON LTDA	459	-379	340	269
33	POLLOS TROPICAL SAS EN REORGANIZACION	-559	-2.083	185	253
34	PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE LOS AVICULTORES DEL HUILA COAVIHUILA S.A	12	90	743	241
35	POLLO PLUS C.I. S.A.	66	70	270	216
36	INVESRIONES KLOKLO S.A.		-87	8	167
37	ULLOA MARTINEZ S.A	-457	-39	-48	109
38	AGROINDUSTRIAS DE LA GRANJA S.A.S.	2.836	1.237	6.264	104
39	POLLOS ZAMORANO LTDA.	173	24	345	85
40	AVICOLA CAMPESTRE S. A	6	-379	73	63
41	AVICOLA AVIPOLLOS	24	-297	35	34
42	POLLOS HUCANA Y CIA. LTDA	11		8	10

Fuente: Supersociedades, Cálculos Fenavi-PEE.

El negocio del pollo debe ser analizado en dos contextos. El primero, antes del 2019, delimitado por los vaivenes normales del precio de las materias primas, la TRM y un crecimiento tendencial pero moderado del consumo. El segundo, por lo que depararon la pandemia y los bloqueos, circunstancia que derrumbó los esquemas de proyección del mercado, pues se pasó a un escenario de incertidumbre, a algo normal en el 2022.

En un negocio en el que la planeación comienza cerca de dos años antes de vender el producto, el reto es grande, en especial, cuando se tiene integración con la genética. Si bien el ciclo de producción del pollo es corto, unos 42 días, lo que permite flexibilidad de ajuste de los ciclos productivos, estos tienen márgenes maniobra cuando los rangos son normales.

Una vez entrado en la fase de recuperación, por las coyunturas de impacto exógeno registradas en el 2020 y 2021, observamos que algunas empresas lograron sortear positivamente dicho periodo, aun con indicadores por fuera de lo esperado. Ya en el 2022, también un año especial, fue posible mantener un ritmo de crecimiento sin afectar la rentabilidad, pese a la dinámica del costo, unas empresas con mayor dinámica que otras.

En este escenario podemos destacar que el mercado operó en la línea esperada durante el 2022. Algunos, incluso señalan que fue uno de los mejores años, pese a que se operó en un contexto de inflación en precio y costos. Aunque hay que destacar que algunas empresas aún se encuentran en proceso de recuperación, con la capacidad de proyectarse en el mercado en un plano competitivo.

Lo importante es encontrar un mercado en crecimiento y con potencial de expansión

Pollo y su CMV

Costo mercancía vendida/ Ingreso operacional

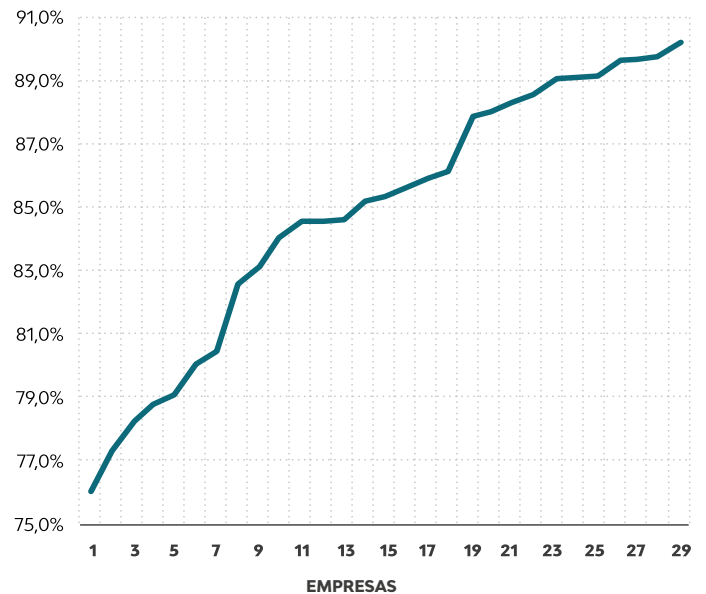
No	2019	2020	2021	2022	
1	Avidesa Mac Pollo S.A	77,4%	79,9%	74,5%	76,0%
2	Avicola Del Magdalena S.A.	83,9%	75,9%	77,9%	77,2%
3	Distribuidora Avicola S.A	81,9%	82,6%	76,9%	78,2%
4	Distribuidora La Granja	75,8%	76,3%	78,9%	78,8%
5	Operadora Avicola Colombia	79,5%	80,6%	76,0%	79,1%
6	Avidesa De Occidente S A	80,2%	83,3%	78,1%	80,1%
7	Pollos Al Dia Sas	78,4%	80,0%	77,8%	80,4%
8	Carnicos Y Alimentos S.A.S	85,0%	84,4%	79,5%	82,6%
9	Inversiones El Dorado S.A	79,1%	82,2%	81,3%	83,1%
10	Avicola La Ibaguena	89,2%	85,9%	88,6%	84,1%
11	Acondesa	80,8%	86,7%	82,2%	84,5%
12	Avicola El Madrono S.A	84,7%	85,0%	84,4%	84,5%
13	Mi Pollo S.A.S.	84,9%	85,3%	77,1%	84,5%
14	Don Pollo S.A.S	84,0%	90,0%	82,2%	85,2%
15	Industrias Puropollo	81,7%	83,5%	80,4%	85,3%
16	Pollo Olimpico S.A	81,0%	81,0%	82,8%	85,6%
17	Pollo Andino S.A	85,5%	90,0%	79,5%	85,9%
18	Procesadora Avicola Pikus	79,6%	81,4%	85,2%	86,1%
19	Karioko S.A.S	84,8%		87,5%	87,8%
20	Empolladora Colombiana	86,4%	92,1%	78,9%	87,9%
21	Fabipollo S A S	86,2%	90,2%	87,9%	88,3%
22	Paulandia S.A.S.	87,1%	86,6%	89,0%	88,5%
23	Triangulo Pollo Rico S.A.	94,2%	97,3%	84,6%	89,0%
24	Avicola Miluc S.A.S	83,1%	84,2%	84,4%	89,0%
25	Pollos El Bucanero S.A	85,6%	89,6%	80,0%	89,1%
26	Pollos Savicol S.A.	89,1%	93,6%	82,3%	89,6%
27	Aretama	92,9%	85,2%	87,0%	89,6%
28	Pollo Fiesta S.A	86,6%	87,9%	88,5%	89,7%
29	El Galpon	90,8%	89,6%	92,4%	90,1%

Fuente: Supersociedades. Cálculos Fenavi-PEE.

Existen diversos indicadores para medir la rentabilidad de los negocios, como el retorno sobre el patrimonio, el valor por acción y el indicador de rentabilidad neta del activo, entre otros. En este caso, escogimos el indicador costo de mercancía vendida (CMV) sobre el ingreso operacional, con el cual se construye, por defecto, el margen operacional. Un indicador muy común, que permite conocer la ganancia bruta por cada unidad de venta.

La ventaja de este indicador es su consistencia para comparar los resultados en un sector, toda vez que la estructura del costo directo (materias primas y genéticas) y precios, son relativamente iguales para las todas las empresas.

Ranking CMV por empresa



Fuente: Supersociedades. Cálculos Fenavi-PEE.

En el cuadro anexo se ordenó, de menor a mayor, el CMV/ingreso operacional, bajo el entendido de que mientras menor sea, mayor es la oportunidad de alcanzar una alta rentabilidad. Es de esperar que mientras más alta sea la competencia interempresarial, más cercano es el momento para aproximarse a nivelar los resultados del indicador en torno a una media, en especial, cuando se trata de un producto genérico.

En la gráfica correspondiente al 2022, resaltamos que, pese a la elevada competencia sectorial, las dinámicas competitivas de las empresas son muy diferentes. En efecto, aquellas situadas en el rango inferior de la línea tienen un mayor espectro de crecimiento. Si partimos del supuesto de que no existen diferencias marcadas en el costo y el precio en el mercado, el punto de diferencia debería estar en el resultado técnico de producción.

También podríamos indicar que las empresas que se encuentran en los rangos medios o bajos de la gráfica, tienen un amplio espacio de maniobra para corregir sus resultados. En otras palabras, para alcanzar una mayor tasa de retorno de la variable costo directo.

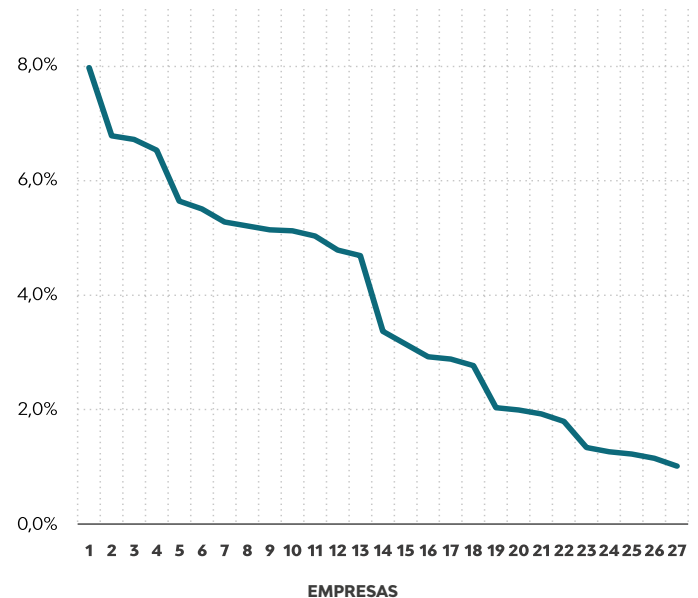


Pollo y su margen neto

No	MARGEN NETO	2022
1	Avidesa Mac Pollo S.A	8,0%
2	Ulloa Martinez S.A	6,8%
3	Empollacol	6,7%
4	Avidesa De Occidente S A	6,5%
5	Pollos Hucana Y Cia. Ltda	5,6%
6	Mi Pollo S.A.S.	5,5%
7	Distribuidora Avicola S.A	5,3%
8	Pollo Olimpico S.A	5,2%
9	Fabipollo S A S	5,1%
10	Avicola La Ibaguerena Y Cia S En Cs	5,1%
11	Pollo Andino S.A	5,0%
12	Productos Alimenticios El Galpon Ltda	4,8%
13	Inversiones El Dorado S.A	4,7%
14	Operadora Avicola Colombia	3,4%
15	Avicola Miluc S.A.S	3,1%
16	Avicola Del Magdalena S.A.	2,9%
17	Avicola El Madrono S.A	2,9%
18	Don Pollo S.A.S	2,8%
19	Karioko S A.S	2,0%
20	Industrias Alimenticias Aretama	2,0%
21	Pollos Savicol S.A.	1,9%
22	Pollo Fiesta S.A	1,8%
23	Pollos Al Dia Sas	1,3%
24	Coavihuila S.A	1,3%
25	Pollos Tropical	1,2%
26	Paulandia S.A.S.	1,1%
27	Pollo Plus C.I. S.A.	1,0%
	Promedio	3,8%
	Desviación estandar	2,1%
	Covarianza	54,0%

Fuente: Supersociedades. Cálculos Fenavi-PEE.

Margen neto 2022



Fuente: Supersociedades. Cálculos Fenavi-PEE

Como es de esperar, si existe una gráfica como la indicada en la sección anterior, el efecto contrario, que corresponde a la diferencia contra una base de 100%, es inverso y alejado de una media en la que todas las empresas gravitaran.

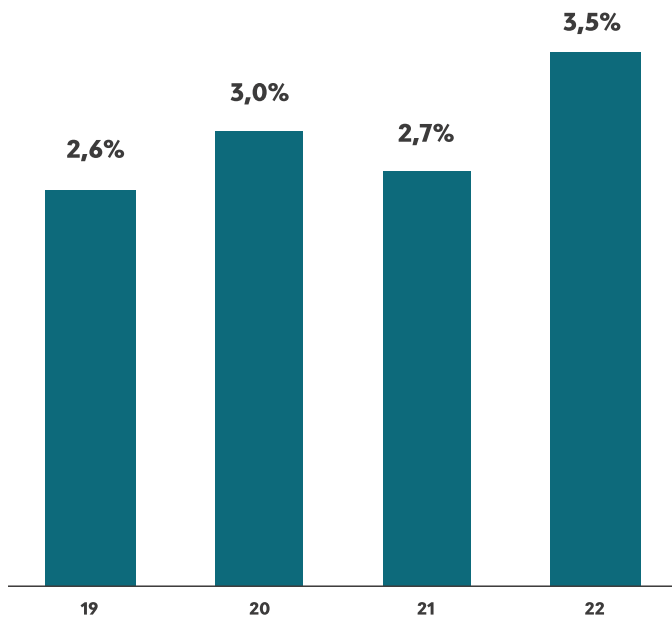
El resultado promedio del margen neto del sector en el 2022 fue de 3.8%, con una desviación estándar de 2.1%, y una covarianza de 54.0%, situación que señala el grado de heterogeneidad existente de las empresas analizadas.

Por lo tanto, si no se cuenta con una media o moda relevante en el indicador, lo que queda es analizar las empresas situadas en la parte alta de la tabla, descartando que no se trate de la ocurrencia de un evento circunstancial, en alguna de ellas, por lo cual un referente óptimo es la empresa líder.

Si el mercado es el mismo para todos los jugadores, podríamos concluir que es posible alcanzar un resultado entre 6.0% y 8.0%, y en el rango medio alto, entre 4.0% y 6.0%. Si el indicador es bajo, la mejor opción no es incrementar las ventas, salvo que en paralelo se logren ajustar los resultados que el sector permite.

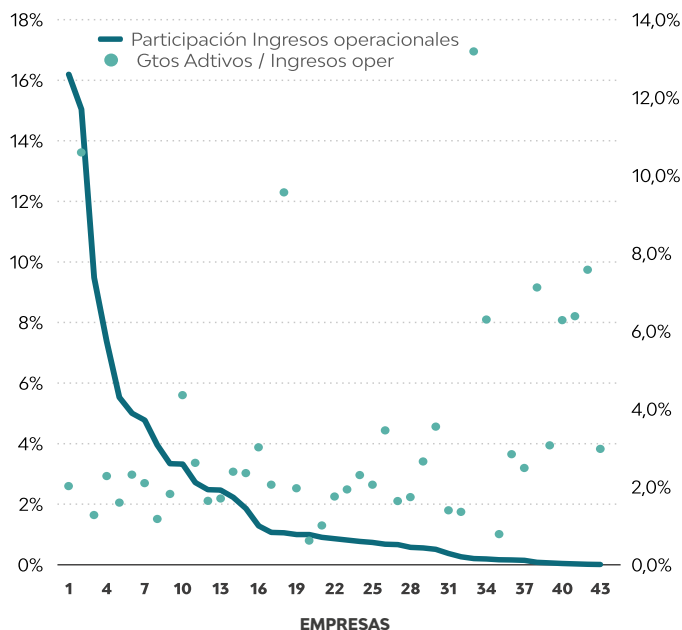
Pollo y su gasto administrativo

Gasto administrativo/ ingreso operacional (Media del sector)



Fuente: Supersociedades. Cálculos Fenavi-PEE.

Ranking gastos administrativos 22



Fuente: Supersociedades. Cálculos Fenavi-PEE.

⌚ Cuando de medir la relación gastos administrativos sobre los ingresos operacionales se trata, se observa que el sector alcanza a una media. En efecto, en el 2022, esta fue de 3.5%, con un rango entre 2.5% y 3.5%, independiente del tamaño de las empresas del sector. Al evaluar el indicador en una secuencia histórica, encontramos que se mantiene en un espacio entre 2.5% y 3.5%.

⌚ En la segunda gráfica, se observa un registro que supera la media, justo en una empresa con una alta participación en el mercado, que supera el 10.0%, a todas luces por fuera de lo normal. En términos prácticos, la dinámica del negocio establece sus propios límites. Veamos la estructura del ejercicio teórico.

⌚ Del 100% de las ventas, al costo de mercancía vendida (CMV), que incluye el costo de las materias primas, la genética y la mano de obra en granja, hay que descontarle, como mínimo, 76%, valor que resulta complicado de reducir. Así las cosas, quedaría un margen bruto de 24%. De ahí que la sumatoria del gasto administrativo ya tenga un techo teórico, dado que hay que tener en cuenta otra variable: el gasto de venta.

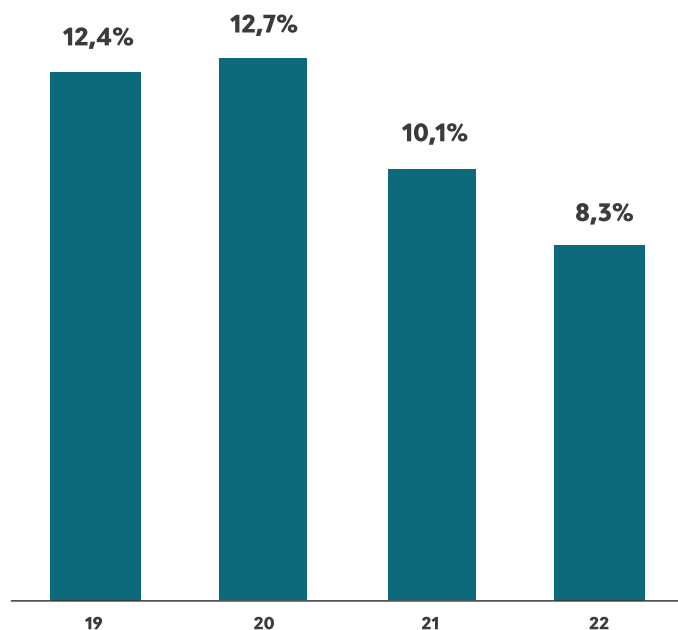
⌚ Aun tratándose de empresas familiares, que participan en la administración del negocio, también se tiene el límite adecuado para no afectar la operación del negocio.

⌚ En las empresas que participan con cerca de 55% de la producción de pollo en el país, se puede observar que los gastos administrativos llegan a una media que gira en torno a 2.5%.

⌚ Si una empresa decidiera aumentar el gasto administrativo, dado que el indicador se construye sobre la medula espinal del negocio, que son las ventas, matemáticamente la única forma de mantenerse en la media es que se aplicara un componente fijo y otro variable.

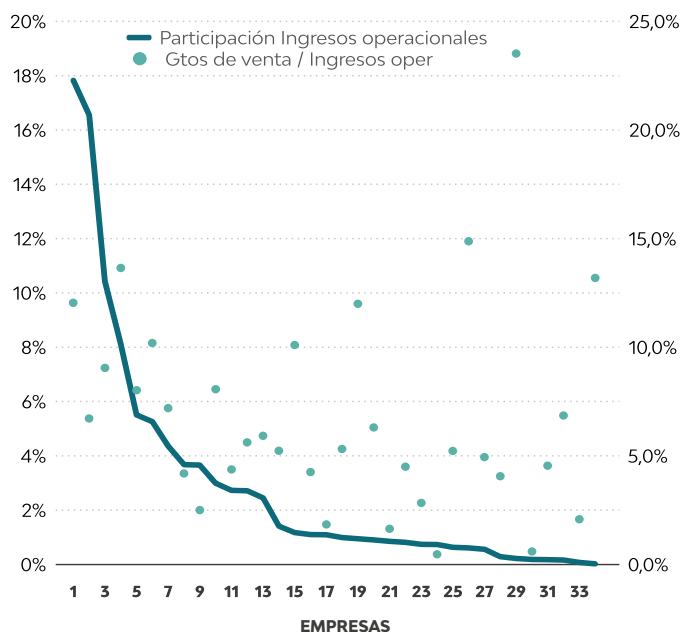
Pollo y su gasto de ventas

Gastos administrativos/ventas



Fuente: Supersociedades. Cálculos Fenavi-PEE.

Gastos ventas/ ingresos operacionales 2022



Fuente: Supersociedades. Cálculos Fenavi-PEE.

En cuanto al componente gasto de ventas sobre gastos administrativos, si bien el valor promedio del sector ha flotado sobre 10%, se destaca que en el 2022 se llegó a 8.3%. Y como se vio anteriormente, las ventas se incrementaron.

Según la operación del negocio avícola, es de suponer que aquellas empresas con presencia en todo el territorio nacional, principalmente en las grandes ciudades, con puntos de ventas propios, necesariamente deberían tener una estructura de ventas relativamente alta, razón de más que exige contar con el CMV óptimo para soportar la operación comercial.

Según la segunda gráfica, que ilustra el resultado del 2022, las empresas con la mayor participación en el mercado alcanzan un indicador entre 8.0% y 10.0%. Por su parte, aquellas con mercados más locales, o regionales, registran un indicador en torno a 4.0%.

De hecho, se tienen empresas con un indicador por debajo de 2.0%, de lo que concluiríamos que cuentan con modelos de negocios más livianos en su operación, más locales, e incluso con menor desarrollo en la comercialización del producto.

Con este mapa de resultados, las empresas pueden evaluarse, según la participación que tengan en el mercado (línea azul), pueden saber cuál es el indicador que el mercado está señalando.

Sintetizando, si una empresa logra llegar a un objetivo del margen bruto **entre el 16.0%**, tendría a disposición en gastos de administración entre 2.5% y 3.5%, con gastos de ventas en el rango de 4.0% a 8.0%. Esto llevaría a contar con un resultado, antes de gastos financieros, impuestos, e imprevistos, entre 9.5% y 4.5%. En fin, la operación del negocio señalará cuál es la mejor alternativa, pero las decisiones internas de las empresas son las que permitirán dimensionar en el mercado hasta dónde se puede llegar. Si la parte comercial es muy robusta, se requiere una alta eficiencia en el retorno del costo.



Impacto de costos: proyección

Variables de monitoreo

Variables	may-22	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	may-23	jun-23	jul-23	ago-23	sep-23
TRM	4.043	3.931	4.394	4.324	4.430	4.635	4.415	4.201	4.107	4.148
Precio futuro Maíz amarillo (cent./ bushel)	803	763	744	630	681	627	594	590	520	493
Precio futuro Frijol soya (cent. / bushel)	1.678	1.695	1.580	1.633	1.517	1.466	1.296	1.451	1.485	1.399
Precio futuro Torta de soya (US\$/t)	431	423	463	504	465	440	393	402	422	413
CIF Maíz amarillo (US\$/t)	395,3	383,2	379,0	330,7	348,7	300,8	283,4	289,8	254,9	244,2
CIF Frijol soya (US\$/t)	704,0	710,1	713,5	690,4	728,0	595,5	524,2	589,5	601,0	569,3
CIF Torta de soya (US\$/t)	515,1	513,2	550,3	610,6	589,5	494,0	481,0	499,0	520,2	510,2

Fuente: Banco de la República, Bolsa de Chicago, cálculos Fenavi- PEE. Precios futuros a corte 15 julio

Metodología de cálculo: Estimación de los costos de las materias primas: la fuente de información de las materias primas es Urner Barry y para los precios futuros, la Bolsa de Chicago. El valor CIF se calcula teniendo en cuenta el valor FOB, la base, los fletes rezagados 15 días (Puerto Costa Atlántica) y el seguro. El costo total por materia prima (US\$/t) esta rezagada 1 mes, incluye el 0% de arancel. El costo de materia prima en COP\$ por tonelada, toma como referencia Barranquilla-Bogotá. Adicionalmente cada materia prima estima el costo de la fórmula básica del alimento para pollo y huevo. Adicionalmente es utilizado para calcular el costo del alimento consumido en cada etapa de producción (rezafo de 1 mes) que sumado con otras variables (pollo/a, y otros costos (Vacunas y medicamentos, cama, gas, desinfectantes, elementos de aseo, arriendos, servicios públicos, mano de obra y en producción de huevo se incluye la variable de amortización de la gallina), se obtiene el costo total de producción por kg de pollo en pie, kg de pollo en canal y huevo, según los parámetros productivos descritos al final del análisis y la estructura de costos promedio se utilizo la de cundinamarca. Es de aclarar que la estructura de costos (Pollo y Huevo) esta rezagada 2 meses. No se incluyen los costos de mano de obra, empaque, administrativos, financieros, depreciaciones en la fabricación del alimento, ni administrativos, de comercialización y ventas, financieros en granja. El porcentaje de participación de las variables en la estructura de costos corresponde al último mes calculado. Estos costos son indicativos para el seguimiento de los futuros de maíz y soya para el alimento, no reflejan necesariamente la realidad de una operación comercial.

Costo total de materias primas US\$/t

MATERIA PRIMA	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	jun-23	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23
Maíz	408	395	391	342	360	312	295	301	266	256
Frijol de soya	720	722	725	702	740	607	536	601	613	581
Torta de soya	531	525	562	622	601	506	493	511	532	522
Costo prom. fórmula básica alimento	384	376	379	357	368	314	295	308	291	280
Variación mensual (%)	-2,2%	0,9%	-5,9%	3,2%		-6,0%	4,2%	-5,4%	-3,7%	
Variación anual (%)						-18,3%	-21,5%	-18,9%	-18,5%	-23,9%

Costo materias primas miles de pesos/t en Bogotá

MATERIA PRIMA	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	jun-23	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23
Maíz	1.648	1.552	1.909	1.673	1.760	1.650	1.524	1.488	1.316	1.283
Frijol de soya	3.079	3.007	3.380	3.230	3.441	3.017	2.569	2.728	2.719	2.613
Torta de soya	2.316	2.233	2.663	2.885	2.828	2.547	2.378	2.348	2.387	2.367
Costo fórmula básica alimento pollo	1.684	1.608	1.923	1.796	1.867	1.680	1.552	1.548	1.453	1.416
Variación mensual %		-4,5%	19,6%	-6,6%	4,0%		-9,2%	-0,2%	-6,2%	-2,5%
Variación anual (%)						1,4%	-3,5%	-19,5%	-19,1%	-24,1%
Costo fórmula básica alimento huevo	1.502	1.428	1.727	1.613	1.666	1.536	1.411	1.393	1.296	1.267
Variación mensual %		-4,9%	21,0%	-6,6%	3,3%		-7,9%	-8,1%	-1,3%	-7,0%
Variación anual (%)						2,3%	-1,1%	-19,3%	-19,7%	-23,9%

POLLO Costo de producción (\$/ kg pollo en pie)

VARIABLE/INSUMOS	ESTRUCTURA PROMEDIO DE COSTOS	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	jun-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23
Alimento Balanceado	71,9%	3.438	3.580	4.075	3.945	4.025	3.919	3.679	3.633	3.491	3.436
Pollo/a	13,6%	561	561	561	561	561	735	735	735	735	735
Otros costos	14,4%	693	694	695	696	697	769	773	776	780	782
Total	100%	4.692	4.835	5.331	5.202	5.283	5.423	5.186	5.143	5.006	4.954
Variación mensual (%)			3,0%	10,3%	-2,4%	1,6%		-4,4%	-0,8%	-2,7%	-1,0%
Variación anual (%)							15,6%	7,3%	-3,5%	-3,8%	-6,2%

HUEVO Costo de producción (\$/ huevo) sin amortización ave

ESTRUCTURA PROMEDIO DE COSTOS	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	jun-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23
79,9%	283,5	295,1	340,2	330,9	336,9	311,3	289,9	286,5	274,3	269,0
2,3%	7,7	7,7	7,7	7,7	7,7	8,7	8,7	8,7	8,7	8,6
17,8%	61,3	61,3	61,3	61,3	61,3	66,4	66,5	66,7	66,8	67,0
100%	352,5	364,1	409,2	399,9	405,9	386,4	365,2	361,9	349,8	344,6
Variación mensual (%)			3,3%	12,4%	-2,3%	1,5%		-5,5%	-0,9%	-3,3%
Variación anual (%)						9,6%	0,3%	-11,6%	-12,5%	-15,1%

POLLO Costo de producción (\$/ kg en canal)

Total	5.952	6.111	6.666	6.521	6.618	6.935	6.671	6.623	6.469	6.411
Variación mensual (%)			2,7%	9,1%	-2,2%	1,5%		-3,8%	-0,7%	-2,3%
Variación anual (%)							16,5%	9,2%	-0,6%	-0,8%

HUEVO Costo de producción (\$/ huevo) con amortización ave

Precio de gallina (\$)	11.000	11.000	11.500	12.000	12.000	11.000	11.500	11.500	11.500	11.500
amortización ave	31	31	33	34	34	31	33	33	33	33
Total	3.211	3.327	3.763	3.656	3.716	3.550	3.332	3.290	3.169	3.117
Variación mensual (%)			3,6%	13,1%	-2,9%	1,6%		-6,4%	-1,0%	-3,7%
Variación anual (%)							10,6%	-0,1%	-12,6%	-13,3%

Costo de producción por pollo en canal al final del ciclo productivo

Total	11.291	11.283	11.528	12.436	12.522	12.861	12.581	12.132	11.987	11.738
Variación mensual (%)			-0,1%	2,2%	7,9%	0,7%		-2,2%	-3,6%	-1,2%
Variación respecto a marzo 2022 (%)							13,9%	11,5%	5,2%	-3,6%

Costo de producción por ave al final del ciclo de producción (completo) sin amortización del ave

Total	106.895	108.686	111.264	113.531	115.750	131.731	133.132	133.973	134.695	135.004
Variación mensual (%)			1,7%	2,4%	2,0%	1,9%		1,1%	0,6%	0,5%
Variación anual (%)							23,2%	22,5%	20,4%	18,6%

Parámetros Productivos

Parámetro	Indicador
Edad al sacrificio (días)	39
Peso al sacrificio (kg)	2,35
Peso en canal fresco con vísceras (kg)	2,102
Consumo alimento acumulado (kg/ave)	3,8
Conversión Alimenticia	1,62
Mortalidad (%)	5


Parámetro	Indicador
Periodo de postura (semanas)	18-80
Huevos acumulados ave alojada	350
Consumo alimento acumulado (kg/ave)	56,035
Consumo alimento kg/huevo	0,160
Mortalidad del ciclo (%)	12


Ponderaciones de las materias primas en la formulación básica para el alimento


Partic. %	Maíz	Soya	Torta
Pollo	58%	14%	14%
Huevo	60%	5%	16%


Termómetro de mercado Dane - Pollo

Precios de pollo (\$/kg en central mayorista)

Pollo entero fresco sin vísceras	Plaza Mayorista	Semana del 1 al 7 de julio	Semana del 24 al 30 de junio	Variación última semana	Tendencia semanal	Promedio mes anterior (junio)	Variación semana actual/mes anterior	Tendencia mensual
	Frigorífico Guadalupe	12.000	11.625	3,2%	↑	11.565	3,8%	↑
	Cenabastos Cúcuta	10.600	10.600	0,0%	=	10.420	1,7%	↑
	Paloquemao - Bogotá	12.067	12.267	-1,6%	↓	12.484	-3,3%	↓

Pechuga	Plaza Mayorista	Semana del 1 al 7 de julio	Semana del 24 al 30 de junio	Variación última semana	Tendencia semanal	Promedio mes anterior (junio)	Variación semana actual/mes anterior	Tendencia mensual
	Frigorífico Guadalupe	15.000	14.250	5,3%	↑	14.388	4,3%	↑
	Central Mayorista de Antioquia	14.075	14.100	-0,2%	↓	14.169	-0,7%	↓
	Frigorífico - Bucaramanga	16.600	16.600	0,0%	=	16.567	0,2%	↑
	B/quilla - B/quillita	11.067	10.933	1,2%	↑	10.942	1,1%	↑





Piernas de pollo	Plaza Mayorista	Semana del 1 al 7 de julio	Semana del 24 al 30 de junio	Variación última semana	Tendencia semanal	Promedio mes anterior (junio)	Variación semana actual/mes anterior	Tendencia mensual
	Frigorífico Guadalupe	11.167	10.750	3,9%	↑	11.554	-3,4%	↓
	Central Mayorista de Antioquia	12.650	12.625	0,2%	↑	11.982	5,6%	↑
	Frigorífico - Bucaramanga	12.987	12.987	0,0%	=	12.987	0,0%	=
	Cenabastos Cúcuta	8.800	8.800	0,0%	=	8.692	1,2%	↑

Alas sin costillar	Plaza Mayorista	Semana del 1 al 7 de julio	Semana del 24 al 30 de junio	Variación última semana	Tendencia semanal	Promedio mes anterior (junio)	Variación semana actual/mes anterior	Tendencia mensual
	Frigorífico Guadalupe	10.533	10.050	4,8%	↑	10.129	4,0%	↑
	Central Mayorista de Antioquia	12.025	12.025	0,0%	=	11.372	5,7%	↑
	Frigorífico - Bucaramanga	12.635	12.635	0,0%	=	12.502	1,1%	↑
	Cenabastos Cúcuta	11.000	11.000	0,0%	=	10.583	3,9%	↑

Nota: n. d., Información no disponible
 Fuente: Dane. Sipsa.

Termómetro de mercado Dane - Huevo


Precios de huevo (\$/und en central mayorista)


Rojo Extra AAA	Plaza Mayorista	Semana del 1 al 7 de julio	Semana del 24 al 30 de junio	Variación última semana	Tendencia semanal	Promedio mes anterior (junio)	Variación semana actual/mes anterior	Tendencia mensual
	Corabastos - Bogotá	613	603	1,7%	↑	610	0,5%	↑
	Paloquemao - Bogotá	580	570	1,8%	↑	586	-1,0%	↓
	Siloé - Cali	583	583	0,0%	=	585	-0,4%	↓
	Central Mayorista de Antioquia	628	623	0,8%	↑	609	3,1%	↑
	Medellín, Plaza Minorista "José María Villa"	603	593	1,7%	↑	594	1,6%	↑
Rojo AA	Plaza Mayorista	Semana del 1 al 7 de julio	Semana del 24 al 30 de junio	Variación última semana	Tendencia semanal	Promedio mes anterior (junio)	Variación semana actual/mes anterior	Tendencia mensual
	Corabastos - Bogotá	523	530	-1,3%	↓	536	-2,4%	↓
	Paloquemao - Bogotá	503	500	0,6%	↑	513	-1,9%	↓
	Siloé - Cali	533	544	-2,0%	↓	544	-2,0%	↓
	Central Mayorista de Antioquia	563	573	-1,7%	↓	561	0,3%	↑
	Medellín, Plaza Minorista "José María Villa"	528	520	1,5%	↑	527	0,2%	↑
Rojo A	Plaza Mayorista	Semana del 1 al 7 de julio	Semana del 24 al 30 de junio	Variación última semana	Tendencia semanal	Promedio mes anterior (junio)	Variación semana actual/mes anterior	Tendencia mensual
	Corabastos - Bogotá	487	500	-2,6%	↓	506	-3,8%	↓
	Paloquemao - Bogotá	483	480	0,6%	↑	487	-0,7%	↓
	Centroabastos - Bucaramanga	467	467	0,0%	=	484	-3,4%	↓
	Siloé - Cali	494	500	-1,2%	↓	508	-2,8%	↓
	Central Mayorista de Antioquia	539	543	-0,7%	↓	533	1,1%	↑
Rojo B	Plaza Mayorista	Semana del 1 al 7 de julio	Semana del 24 al 30 de junio	Variación última semana	Tendencia semanal	Promedio mes anterior (junio)	Variación semana actual/mes anterior	Tendencia mensual
	Corabastos - Bogotá	453	447	1,3%	↑	449	0,8%	↑
	Paloquemao - Bogotá	453	447	1,3%	↑	440	2,9%	↑
	Centroabastos - Bucaramanga	452	452	0,0%	=	461	-2,0%	↓
	Central Mayorista de Antioquia	516	505	2,2%	↑	506	2,0%	↑
	Medellín, Plaza Minorista "José María Villa"	459	450	2,0%	↑	463	-0,8%	↓


Nota: n. d., Información no disponible
Fuente: Dane. Sipsa.


Indicadores Pollo Colombia vs. EEUU

Precio kilo de pollo (dólares) Congelado USA

Pollo entero fresco sin vísceras	Plaza Mayorista	Semana del 1 al 7 de julio	Semana del 24 al 30 de junio	Variación última semana	Tendencia semanal	Promedio mes anterior (junio)	Variación semana actual/mes anterior	Tendencia mensual
	Estados Unidos	3.22	3.22	0.0%	=	3.31	-2.7%	↓
	Colombia (mercado mayorista - Bogotá)	2.55	2.54	0.4%	↑	2.55	0.0%	=

Pechuga	Plaza Mayorista	Semana del 1 al 7 de julio	Semana del 24 al 30 de junio	Variación última semana	Tendencia semanal	Promedio mes anterior (junio)	Variación semana actual/mes anterior	Tendencia mensual
	Estados Unidos	2.58	2.60	-1.0%	↓	2.63	-2.2%	↓
	Colombia (mercado mayorista - Bogotá)	3.31	3.32	-0.4%	↓	3.31	0.0%	=

Piernas de pollo	Plaza Mayorista	Semana del 1 al 7 de julio	Semana del 24 al 30 de junio	Variación última semana	Tendencia semanal	Promedio mes anterior (junio)	Variación semana actual/mes anterior	Tendencia mensual
	Estados Unidos	1.49	1.49	0.0%	=	1.49	0.0%	=
	Colombia (mercado mayorista - Bogotá)	2.80	2.81	-0.2%	↓	2.80	0.0%	=







Alas sin costillar	Plaza Mayorista	Semana del 1 al 7 de julio	Semana del 24 al 30 de junio	Variación última semana	Tendencia semanal	Promedio mes anterior (junio)	Variación semana actual/mes anterior	Tendencia mensual
	Estados Unidos	1.58	1.58	0.0%	=	1.58	0.0%	=
	Colombia (mercado mayorista - Bogotá)	2.28	2.28	0.0%	=	2.28	0.0%	=

Nota: n. d., Información no disponible
 Fuente: Dane, Sipsa.



Precios cuartos traseros

Para exportación desde EEUU

Referencia congelada (Español / Inglés)	Precio histórico	Precio congelado para exportación (USD/Kg) 1/	Valor FOB (USD/Kg) 2/	Valor CIF (USD/Kg) 3/	Valor CIF (COP/Kg) 3/
Piernas jumbo empacadas en capas / Jumbo Layer Packed Legs 		1,51	1,60	1,74	7.269
Cuartos traseros pequeños / Leg Quarters, Small 		1,11	1,20	1,31	5.447
Cuartos traseros medianos / Leg Quarters, Medium 		1,04	1,13	1,23	5.143
Cuartos traseros jumbo / Leg Quarters, Jumbo 		1,00	1,08	1,18	4.941
Muslos Jumbo / Drumsticks, Jumbo 		0,91	1,00	1,09	4.536
Muslos medianos / Drumsticks, Medium 		0,98	1,06	1,16	4.839

1/ Precio promedio últimos 15 días, cargado en camión con destino a los puertos del golfo en Estados Unidos, embalado en cajas de 15 Kg, el envío al puerto tarda 7-21 días en promedio desde la fecha de venta

2/ Suma entre el precio de referencia y 0,08 USD/Kg del costo promedio del derecho de exportación libre de arancel a Colombia (certificado COLOM-PEQ)

3/ Suma el valor FOB 9,23% correspondiente a seguro y flete. Esta constante es resultado de las importaciones de cuartos traseros de 2022.

4/Multiplícala el valor en dólares por la TRM promedio de los últimos 15 días

Fuente: Urner Barry



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

Director Programa Económico:
Fernando Ávila Cortés

Con el apoyo de:

Diana Marcela Ruiz Castro,
MVZ
dmruiz@fenavi.org

Nicolás Gálvez Acero
Economista
ngalvez@fenavi.org



www.fenavi.org

