

Comercialización del Huevo en el Municipio de Santa Marta
(Magdalena)

Juan Manuel Ovalle González
Emiliano Logreira Castro
Alberto Johnson Ceballos
Ramón Barros Badillo

Tesis de grado presentada como requisito parcial para optar
el título de:

TECNOLOGO EN ADMINISTRACION
AGROPECUARIA

Presidente de Tesis

A.A. Osvaldo A. Mazonett Iglesias

Asesor

Antonio Diaz S.

Universidad Tecnológica del Magdalena
Facultad de Administración Agropecuaria

Santa Marta - Colombia *Fecha?*



Fes.

~~424-A.A.~~

Q732

T6A 00006

Expresamos los más sinceros agradecimientos a las siguientes personas y entidades.

Al Tercy Osvaldo A. Mazanett

Al Doctor Manuel Muñoz Polo

Al Doctor Ezequiel Linero Pérez

Al Doctor Ubaldo Vásquez C.

Al Doctor Antonio Díaz S.

Al Doctor Rodrigo Oñate

Al Señor Logreira Castro

Al Señor Gil A. García

A la Señorita Luz Marlene Murcia

A la Caja Agraria

A La Universidad Tecnológica del Magdalena

A La Facultad de Administración Agropecuaria

Los autores

" El Presidente y el Asesor del presente trabajo de Tesis, ni los Jurados serán responsables de las ideas y conceptos emitidos por los autores".

DEDICO A:

Mis padres fallecidos, a mi esposa y a mis
hijos.

Juan

DEDICO A:

A mis padres, a mi esposa e hijo

Emiliano

DEDICO A:

A mis padres, a mi esposa e hijos.

Alberto

DEDICO A:

A mis padres Julio Cesar Barros (fallecido) y a Leonor de Barros, a quien debo por su esfuerzo y el espíritu de lucha que me infundieron lo que hoy soy.

A mis hijos:

Por quienes me he tratado de superar para brindarles un futuro mejor.

Ramón

CONTENIDO

	Páginas
Agradecimiento	
Dedicatoria	
Tablas y figuras	
0. Introducción	
0.1 Planteamiento del problema	1
0.2 Objetivos	1
0.2.1 Objetivo central	1
0.2.2 Objetivos específicos	2
0.3 Importancia del estudio	3
0.4 Hipótesis general	4
0.4.1 Hipótesis del trabajo	4
0.5 Metodología	5
0.6 Limitaciones	7

CAPITULO I

SITUACION GEOGRAFICA Y ECONOMICA DE LA REGION

1.1 Características de la región	9
1.2 Reseña histórica de la Industria Avícola Mundial	11
1.3 Reseña histórica de la Industria Avícola en Colombia	14

1.4	Diagnóstico de la situación actual de la Industria Avícola en Colombia	22
-----	---	----

CAPITULO II

ASPECTOS GENERALES SOBRE EL MERCADO AVICOLA

2.1	Alimentación	26
2.2	Nutrición	26
2.2.1	Agua	27
2.2.2	Energía	29
2.2.3	Proteínas	29
2.2.4	Grasas y aceites	29
2.2.5	Vitaminas	30
2.2.6	Minerales	30
2.3	Fases de alimentación	30
2.3.1	Método de alimentación	31
2.3.2	Necesidades nutritivas de la gallina	31
2.3.3	Alimentos para ponedora	32

CAPITULO III

ASPECTOS GENERALES DE LA PRODUCCION

3.1	Centro de producción	33
-----	----------------------	----

3.2	Tipo de explotación	33
3.2.1	Tipo de explotación en piso	33
3.2.2	Tipo de explotación en jaulas	36
3.3	Distribución en la planta	38
3.4	Sistema de producción predominante	43
3.5	Indices de productividad	45
3.5.1	Densidad por metros	45

CAPITULO IV

ASPECTO FUNCIONAL

4.1	Transporte	46
4.2	Empaquetado	47
4.3	Forma de compra-venta del huevo	47
4.4	Sistemas de almacenamiento	48
4.5	Pérdidas	48
4.6	Normalización	48
4.7	Canales de comercialización	51
4.8	Canales de comercialización del huevo en el municipio de Santa Marta	52
4.9	Distribución del huevo	53
4.9.1	Distribución al por mayor	54
4.9.2	Distribución al por menor	54

4.9.3 Fijación de precios	55
4.9.3.1 Mayoristas	55
4.9.3.2 Minoristas	57
4.9.3.3 Consumidores	57
4.9.3.4 Compra-venta	58

CAPITULO V

PRECIOS Y MARGENES DE COMERCIALIZACION

5.1 Margenes de comercialización	59
5.2 Formación del precio por parte del productor	61
5.3 Formación del precio del mayorista	62

CAPITULO VI

ABASTECIMIENTO

6.1 Generalidades del abastecimiento	69
6.2 Forma de abastecimiento	69
6.2.1 Zonas	70
6.3 Clasificación	72
6.4 Otras clasificaciones	72

CAPITULO VII

ANALISIS DE LA DEMANDA DEL HUEVO

7.1	Demanda actual	74
7.2	Sistema de venta y su incidencia en el consumo	75

CAPITULO VIII

CREDITO AVICOLA

8.1	Crédito institucional	78
8.1.1	Banca privada	78
8.1.2	Banca oficial	80
8.1.3	Línea de créditos	80

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones	93
Recomendaciones	94
Resumen	96
Summary	98
Bibliografía	100
Anexos	

TABLAS

	Páginas
1. Producción de huevos	19
2. Producción de pollitos de engorde	20
3. Producción de pollitas (livianas y doble fin) (1971 - 1975)	21
4. Variaciones estacionales	64
5. Medidas mensuales (aritmética) del kilo de huevo en Santa Marta (1975 - 1982)	67
6. Indices estacionales	68

LISTA DE GRAFICOS

	Páginas
1. Producción de huevos (1970 - 1975)	21
2. Precios mensuales al por mayor del kilo de huevo en Santa Marta	65
3. Precios mensuales al por menor del kilo de huevo en; Santa Marta	66
4. Relación porcentual del huevo en el municipio de Santa Marta	70

LISTA DE FIGURAS

	Páginas
1. Localización de las actuales granjas del municipio	34 - -
2. Tipo de explotación en jaulas	37
3. Plano de galpones	41
4. Máquina automática repartidora de alimentos	44
5. Empaquetado y almacenamiento	49



I N T R O D U C C I O N

0.1 Plantamiento del problema

La Industria Avícola en Colombia y en especial en el Municipio de Santa Marta, afronta una serie de problemas no solo en el sector de la producción sino en el sector de la comercialización; siendo los más importantes los que expresamos a continuación:

0.1.1 La carencia de equipos técnicos adecuados ocasionando mayores riesgos manifestándose en un decremento en la producción, la cual no alcanza a cubrir la demanda interna y por lo tanto se ven precisados a traer huevos de otras regiones tales como: Bucaramanga, Cartagena, etc. /o/p

0.1.2 La escasa ayuda de tipo crediticio no solo de entidades privadas sino por parte del Estado para dotar a las diferentes granjas de equipos técnicos y personal especializado en Avicultura a fin de incrementar la producción.

0.2

O B J E T I V O S

0.2.1 Objetivo central

Determinar y analizar los factores que inciden en el poco desarrollo de las granjas avícolas para huevos, y resaltar los aspectos más importantes del proceso tributivo.

0.2.2 Objetivos específicos

- 0.2.2.1 Resaltar los aspectos más importantes de la comercialización en lo referente a: almacenamiento, clasificación, empaque y transporte.
- 0.2.2.2 Determinar los factores que en una u otra forma inciden en la disminución o aumento de la producción.
- 0.2.2.3 Determinar las variaciones estacionales de la producción.
- 0.2.2.4 Cuantificar los márgenes de comercialización buscando de esta manera dar una idea de su actual estado de desarrollo.
- 0.2.2.5 En base a las condiciones existentes para la explotación, hacer análisis que nos permitan detectar en parte, algunos problemas que ella afronta.
- 0.2.2.6 Presentar datos estadísticos a los expendedores de huevos que les permitan observar el origen de los posibles aciertos o fa-

llas en su mercado.

- 0.2.2.7 Presentar un documento serio que le permita a los organismos del Sector agropecuario tomar decisiones o adoptar políticas que beneficien el desarrollo del producto en la región. !

0.3

IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

Teniendo en cuenta el alto valor nutritivo del huevo de gallina, su indispensabilidad en la canasta familiar, lo mismo que su adsequibilidad para las masas populares; hemos decidido enfocar nuestra investigación hacia la producción, la productibilidad y la comercialización de este importante producto en la zona del Municipio de Santa Marta. La comercialización del huevo de gallina no ha sido objeto de investigación por ninguna institución del sector Agropecuario. Esto, convertirían a este estudio, en una fuente de datos sistematizados que permitirían planear una política de orden social económico, podría llevar a una mejor y más barata suministración de un producto de alto valor proteínico; lo mismo que a una mayor convertura empresarial y laboral. Esto último podría ser de gran importancia para aliviar en parte el problema del desempleo en regiones como la de Santa Marta, donde el renglón industrial no tiene la importancia debida.

Para hacer posible lo anterior es necesario que describamos, planteemos y analicemos los problemas que presentan la producción del huevo.

0.4


HIPOTESIS GENERAL

La baja tecnología empleada y la carencia de estímulos crediticios ha repercutido en el poco desarrollo de la industria de aves ponedoras en el Municipio de Santa Marta, que unidos a los malos sistemas de comercialización existentes han incidido que a nivel del consumidor llegue un huevo de mala calidad y alto costo.

0.4.1 Hipótesis de trabajo

0.4.1.1 Los riesgos que incurren en la producción son ocasionados por la falta de equipos apropiados.

0.4.1.2 La producción se ve afectada por falta de técnicas adecuadas. ?

0.4.1.3 Los mayoristas tienen que trasladarse a otras regiones del país para satisfacer la demanda de la ciudad. 

0.4.1.4 En la cadena de la comercialización del huevo, los riesgos son asumidos en mayor parte por los minoristas que afectan al

consumidor final.

0.4.1.5 La falta de ayuda crediticia del estado y de las entidades privadas frenan al desarrollo de esta industria. ✓

0.4.1.6 La poca capacitación de los propietarios y empleados de las granjas ocasionan una serie de errores que afectan la producción.

0.4.1.7 La escasa ayuda de tipo técnico del estado y las entidades privadas entorpecen el desarrollo de esta industria.

0.5

M E T O D O L O G I A

0.5.1 Tipo de estudio

El presente estudio se ubica en el tipo de observación llamada descriptiva. Porque se describe minuciosamente el marco referencial sobre el cual inciden numerosos factores de orden económico.

0.5.2 Métodos

0.5.2.1 Empírico abstracto

La investigación tendrá como base la cuantificación de datos que nos permitirán determinar los índices sobre los cuales giran los problemas de producción, productividad y comercialización del huevo de gallina. Estos índices obtenidos se compararán con los existentes en otras investigaciones con el objeto de dar solución a los problemas que tratamos.

0.5.2.2 Técnicas utilizadas

La observación directa del hecho o estudio, nos llevará al empleo de la estadística como medio inigualable de cuantificación, los cuales se obtendrán por medio de encuestas a: productores, productores - distribuidores, mayoristas y minoristas.

0.5.2.3 Justificación de las técnicas

Como nuestro método es el empírico abstracto; la estadística y toda la gama de técnicas que ella implica; nos servirán como medio evolutivo del fenómeno en cuestión. Sin la ayuda de estas técnicas no se podría realizar la investigación, ya que lo cuantico es la base de la observación directa, la cual se derivan de las posibles soluciones del problema.

0.5.3 Operacionalización de las variables

<u>VARIABLES INDEPENDIENTES DE LA HIPÓTESIS DE TRABAJO</u>	<i>problema?</i> <u>INDICADORES</u>	<i>solución?</i> <u>CUANTIFICADORES</u>
0.5.3.1 Equipos	1. Carencia equipos 2. Calidad 3. No. de años de servicio del equipo	Productividad Horas/máquina. Horas/hombre Horas utilizadas a partir de la adquisición.
0.5.3.2 Técnicas Adecuadas	1. Empleo de técnicas rudimentarias. 2. Carencia educación agrícola 3. Otros costos de producción.	Fomentar el empleo de técnicas modernas. Utilización de equipos.
0.5.3.3 Consumidor final	1. Otros costos para cubrir los gastos de comercialización.	Eliminar los intermedios, precio, calidad, cantidad ofrecida.
0.5.3.4 Demanda Insatisfecha.	1. Tasa No. de huevos producidos No. de huevos consumidos	Incentivar a los productores a aumentar la producción.
0.5.3.5 Industria sub-desarrollada	1. Falta ayuda crediticia del estado y entidades privadas.	Política de ayuda crediticia a nivel gobierno
0.5.3.6 Errores de la producción.	1. Poca capacitación de los empleados Personal no calificado.	Creación de cursos de capacitación agrícola
0.5.3.7 Escasa ayuda de tipo técnico	1. Industria sub-desarrollada ?	Facilitar ayuda técnica avanzada tomando como referencia industrias desarrolladas.

0.6

L I M I T A C I O N E S

Para realizar la presente investigación hemos delimitado la zona de estudio la cual abarca todo el municipio de Santa

*Problemas
de distribución*

Marta. Nuestro trabajo se ha visto limitado porque los granjeros avícolas no llevan un registro, de producción salvo algunas excepciones, incurriendo en alteraciones de los datos estadísticos. Además el estudio se enfocó en lo referente a la producción y distribución desde el punto de vista mayorista, minorista.

Además la carencia absoluta de datos en lo relacionado a la producción de años anteriores nos imposibilitó efectuar una proyección de la demanda o la determinación de la demanda futura.



C A P I T U L O I

SITUACION GEOGRAFICA Y ECONOMICA DE LA REGION

1.1 Carecterísticas de la región

El área municipal donde hemos encaminado nuestro estudio ocupa una extensión de 2.381 Km² distribuidos por pisos térmicos así: cálido 1.467, medio 514, frío 205 y páramos 195.

Los límites municipales son: Por el norte Mar Caribe, por el sur Ciénaga y Aracataca; por el oriente los Departamentos de la Guajira y Cesar; por el occidente el Mar Caribe, el territorio municipal casi en su totalidad es montañoso con elevaciones hasta 5.775 metros sobre el nivel del mar, en las cumbres de la Sierra Nevada de Santa Marta.

Los ríos que bañan a este Municipio son innumerables, destacándose entre otros: Buritaca, Chiquito, San Diego, Gaira, Guachaca, Manzanares, Mendiguaca, Palomino y Piedra; las bahías son numerosas como las de Gaira, Santa Marta y Taganga, puntas importantes son las de Betín, Brava, Castillares, Diamantes y Gaira; los cabos que merecen especial mención son los de la Aguja, San Agustín y San Juan de Guía.

El área municipal además de la ciudad de Santa Marta está conformada por los corregimientos de Bonda, Gaira, Mamatoco, Taganga, Míncas y las inspecciones de policía de Calabazo, Don Diego, el Campano, Guachaca y la Tagua.

La población de éste municipio es de 187.711 personas y su densidad es de 72.9 habitantes por Km². (1)

La Ciudad de Santa Marta está en una comarca apta para el poblamiento cerca al mar con clima seco, con una humedad relativa del 75% y por ello liberada un tanto del constante bochorno de las regiones ecuatoriales; aunque con fuertes temperaturas pero con una oscilación térmica anual notable, bastante fresca durante la época seca del comienzo del año. A pesar de todas estas ventajas la cabecera municipal de Santa Marta no ha adquirido ultimamente un gran desarrollo por falta de agua, problema que no se ha solucionado, ya que solamente los ríos Manzanares y Gaira la pueden surtir del líquido en forma inmediata, aunque no llevan gran caudal y es mínimo durante la sequía; desgraciadamente ninguno de ellos proviene de grandes alturas de la Sierra Nevada sino de las últimas estribaciones cercanas a la ciudad que escasamente sobrepasan los 2.000 metros de altitud.

(1) Agustín Codazzi "Monografía del Departamento del Magdalena"
Osprey Impresores. Bogotá 1973 - pp 108

Esta región se ha visto opacada en su desarrollo por el auge que han tomado las ciudades de Cartagena y Barranquilla, las cuales la han relegado a un tercer plano desde el punto de vista del desarrollo industrial; su mayor ventaja la constituye el hecho de que se encuentra ubicada en una de las bahías más hermosas de América, esto a su vez se refleja en la gran acumulación de divisas dejadas por los turistas en épocas de vacaciones.

Su desarrollo industrial es muy limitado a pesar de ser una de las ciudades más vieja del país debido a la escasez de energía eléctrica. Posee factorías dedicadas a la producción de alimentos, plásticos, bebidas, licores y pequeñas industrias manufactureras. Su mayor fuente de ingreso para sus moradores la constituye el turismo y el terminal marítimo por ser ésta la más grande empresa que posee. (2)

1.2. Resena histórica de la industria avícola mundial

Para situar en la historia el extremo más lejano de la cría y explotación de las aves de corral, ciertamente no tendríamos suficiente tiempo para recorrer todo el camino de transición de la edad media moderna durante el cual estuvo vigente lo que se dió en llamar pequeña industria rural.

(2) Ibdi. p. 109

En ese entonces cuando la cría de aves se había pasado del corral de la casa, el manejo del gallinero era grata ocupación de la mujer y bien podemos decir que en cada casa se mantenían unas cuantas gallinas con las cuales las familias lograban los huevos necesarios para la mesa. Desde aquel entonces que el índice notorio del bienestar estaba expresado por " un buen pollo asado en la comida del domingo", hasta hoy en pleno siglo XX, el camino ha sido largo porque apenas hace docenas de años, es cuando hemos venido a presenciar la profunda revolución presentada por el paso de la avicultura rural a la avicultura industrial.

En la última década va pasando a la historia tradicional avicultura rural, que explotaban de un modo primitivo razas no seleccionadas de gallinas con producción muy reducida y escasos beneficios. Los profundos conocimientos actuales relativos a la sección de aves, nutrición, alojamiento y prevención de enfermedades, han conducido a la moderna explotación industrial avícola, cuyos resultados están a la vista de todos.

Este paso de la avicultura rural, y de las granjas avícolas a la avicultura industrial ha sido también un proceso evolutivo debido a que es la resultante de una serie de progresos derivados de la investigación en las más diversas ramas de la ciencia; un ejemplo de ello han sido los progresos logrados en los estudios gené-

gicos, que permitieron en tantas granjas mantener y exaltar de generación una serie de factores hereditarios; los cuales han ejercido trascendental influencia en el incremento de la producción de huevos y carne.

La producción avícola nunca había estado tan desarrollada como lo está hoy; algunos datos bastarán para darnos cuenta de esta magnitud.

En España la industria avícola ha revelado un crecimiento extraordinario desde el comienzo de la década de 1960 a consecuencia de una mayor demanda de parte de los consumidores. En el año de 1979, la industria avícola modernizada de España produjo 6 veces más carne de ave que a comienzo de 1960, en 1978 se sacrificaron más de 500 millones de aves, produciendo 755.000 toneladas de carne, en comparación con 118 millones de aves sacrificadas y un promedio de 126.000 toneladas de carne durante 1961 - 1963 y se observa para 1979 otro aumento de 770.000 toneladas de carne de ave. La carne de ave en España aborve la tercera parte de la producción total de carne; también fue la carne de ave la de mayor producción entre 1970 - 1977. En cuanto a la producción de huevos en España casi se triplicó en 1960 - 1977 cuando llegó a 906 millones de docenas, la producción bajó entonces a 875 millones de docenas en 1978 a consecuencia de un suministro excesivo y por la baja de precio del año anterior pero en 1979 llegó a 908 mi-

llones de docenas en 1979, en reacción a las mejores posibilidades en las exportaciones de huevos.

"Hablando de la Europa Oriental (Bulgaria, Checoslovaquia, República Democrata Alemana, Hungría, Polonia, Rumania y Yugoslavia); así como la URSS, la producción de huevos a partir de 1974 ha aumentado a un ritmo del 32% y razonable anticipar que persista ésta tasa de aumento durante los próximos 5 años.

Argentina, Brasil, Perú y Venezuela absorben 78% de la producción de huevos de América del Sur; es preciso señalar que durante los últimos años, ha declinado en el Perú el consumo de huevos. Brasil es el país de mayor producción de huevos de 6.500 millones producidos en 1978; Argentina produjo 3.500 millones en el mismo año; Venezuela produjo 1.913 millones y el Perú 1.200 millones de huevos." (3)

1.3. Reseña histórica de la Industria Avícola Colombiana

Desafortunadamente no existen datos precisos de como se inició

(3) publicaciones Watt. "Industria Avícola" EE. UU. abril de 1979 No. 20 p.p. 4

esta actividad en nuestro país, quienes han sido sus pioneros, que colaboración han tenido los gobiernos en su desarrollo interno, etc. debido a que crecemos de una historia escrita que nos cuente todos los obstáculos, altibajos, fracasos, éxitos, iniciativas, importaciones, exposiciones que sirven de base inicial a la explotación actual.

En lo que no hay equivocación es que en la industria de las aves de Colombia siempre han sido una actividad de iniciativa particular y cuando no hay esa experienciatécnica ni en el sector particular mucho menos en los organismos del estado se presentan dificultades, deficiencias, fracasos y quedan como lógico consecuencias y errores que perduran a pesar del crecimiento y tecnificación.

Mirando un poco hacia atrás para tener una idea clara de lo que ha sido la Industria Avícola en Colombia podemos afirmar sin temor a equivocarnos que las primeras importaciones en nuestro país se llevaron a cabo entre los años 1920 y 1940, consistentes en lotes de gallinas, gallos y pollitas de diferentes razas, entre ellas la Rhode Inslan Red, Ply Mouth Rock Barrada, Nwe Hampshire, Minorca Sussex y no que otro ejemplar leghorn.

En el año de 1943 aparecieron registradas las importaciones de mayor volumen a la vez que alimentos, drogas y equipos como elemento de obligatoria importación. En esta época no existían grandes establecimientos avícolas, por lo que las aves importadas fueron

gruzadas con aves criollas y alojadas en un mismo medio.

En los años 1950 y 1951 apareció en nuestro país el primer enemigo, el Newcastle, que según registro oficiales de la época cerca de doce millones de aves murieron a causa de esta enfermedad. Este hecho indica claramente de la importancia económica que hasta el momento había adquirido la Avicultura.

Este hecho ocasionó una completa parálisis de la explotación avícola en Colombia, el retraso no se hizo esperar y la importación de huevos para consumo apareció de inmediato.

Luego entre los años 1950 y 1960 vino un período de readaptación, las importaciones de aves tomaron gran importancia y fue cuando la raza Leghorn inició el cambio a su favor, los alimentos concentrados, drogas, vacunas de importación en gran cantidad y este hecho originó la necesidad de producir algunos de éstos elementos en nuestro país.

A partir de la década de 1960 a 1970 fue cuando la Avicultura Colombiana se vino a desarrollar con verdadero esplendor muestra de ello son los hechos que su sola enumeración dan a entender de inmediato la brusca evolución y multiplicación de nuestra avicultura.

"1960 se funda la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos Concentrados para Animales (ACOFAL). En agosto del año de 1962 se realizó en Bogotá el "Primer Congreso Nacional de Avicultura" patrocinado por el Soybean Council y reúne más de un millar de importantes avicultores de todo el país, se conoce la importancia de esta actividad y el enorme interés demostrado de los avicultores. En junio de 1963 se efectúa en Cali el "Segundo Congreso Nacional de Avicultura" y la "Primera Exposición Nacional Avícola". En marzo y abril de 1965 en vista no se ha presentado un nuevo congreso nacional avícola y la industria no ha soportado una grave crisis por baja enorme de los precios y desorganización del mercadeo, El Ministro de Agricultura cita a la primera conferencia Nacional de Avicultura, en éste cerca de 800 avicultores exponen al gobierno sus problemas y le plantean soluciones económicas sanitarias, educacionales, etc. En 1966 surge como necesidad inmediata la "Federación Nacional de Avicultores" (FENAVES) y la Asociación Nacional de Incubadora (INCUBAR". En noviembre de 1968 los técnicos especialistas en avicultura deciden agremiarse y se funda la Asociación Nacional de Médicos Veterinarios Especialistas en Avicultura (AMEVEA). Quedan así agrupados los técnicos particulares y oficiales, vinculados a todas las actividades avícolas del país". (4)

(4) Ministerio de Agricultura "Anuario Avícola de Colombia Bogotá 1976. p.p. 205

En noviembre de 1970 se realiza en Bogotá la "Primera Convención Nacional de Avicultura" la cual nace como necesidad y como grupo de presión para despertar del letargo al Gobierno y poder así llamarla la atención con el fin de estudiar, analizar y comprender los enormes problemas que afrontan la industria avícola Colombiana, originados especialmente por políticas equivocadas por parte del Gobierno. En ese mismo año el Gobierno mediante el Decreto 2182 crea la "Comisión Nacional de Avicultura" y llama a todos los representantes de los diferentes sectores de la industria para que se constituyan en entidades asesoras y por su intermedio le plantean todos sus problemas y soluciones que atraviesa la industria, solicita que en común acuerdo se fije y se trace la política a seguir con esta actividad.

En el año de 1971 la Comisión Nacional de Avicultura, trabaja incansablemente en beneficio de esta industria, rinde un pormenorizado estudio al Gobierno Nacional. En 1972 Colombia entra a formar parte de la Asociación Latinoamericana de Avicultura, solicitud presentada durante el Segundo Congreso Latinoamericano de Avicultura Celebrado en México.

En 1973 se funda oficialmente la Asociación Colombiana de Procesadores de Pollo (PROPOLLO), que aglutina a los más importantes industriales de este sector en Colombia. Esta agremiación representa actualmente un 55% de la Producción nacional. En ese mismo año se integran las asociaciones avícolas, Amevea, Ascnuevos, Incubar

y Propollo y empiezan a funcionar en una misma cosa, este paso consolida los esfuerzos individuales de cada sector y sientan en esta forma bases fuertes de unión para preparar el terreno tendiente a constituir la "Federación Nacional de Avicultores"

En 1974 (mayo 8) se funda oficialmente la Asociación Nacional de Asadores de Pollo (ASOPOLLO), aglutina hasta el momento un 75% de las cadenas de pollo asado que funcionan en el país.

Es conveniente dar a conocer algunos datos del crecimiento de la Industria Avícola Nacional en los últimos años (5)

TABLA No. 1

PRODUCCION DE HUEVOS

Años	Millones de unidades	consumo percapita
1970	1.065.052.800	50.4
1971	1.495.972.800	68.4
1972	1.646.004.350	74.2
1973	2.023.997.300	88.4
1974	2.281.000.000	89.0
1975	2.578.800.000	92.0

FUENTES: Asohuevo

TABLA No. 2

PRODUCCION DE POLLITOS DE ENGORDE

(1966 - 1974)

Años	Volumen de producción (unidad)	Crecimiento	Indice de pro- ducción	Regresión
1966	11.034.200		48.8	8.817.808
1967	13.860.000	25.6	60.8	11.986.078
1968	15.400.000	11.7	67.5	15.154.348
1969	16.280.000	5.7	71.4	18.322.618
1970	18.300.000	11.8	79.8	21.490.888
1971	22.800.000	25.3	100	24.659.158
1972	25.661.600	12.6	112.6	27.827.428
1973	31.959.000	24.5	140.2	30.995.698
1974	38.223.200	19.9	167.6	34.163.968
1975	-	-	167.6	37.332.238

Proyección líneal según datos Columna II

FUENTE: Incubar

TABLA No. 3

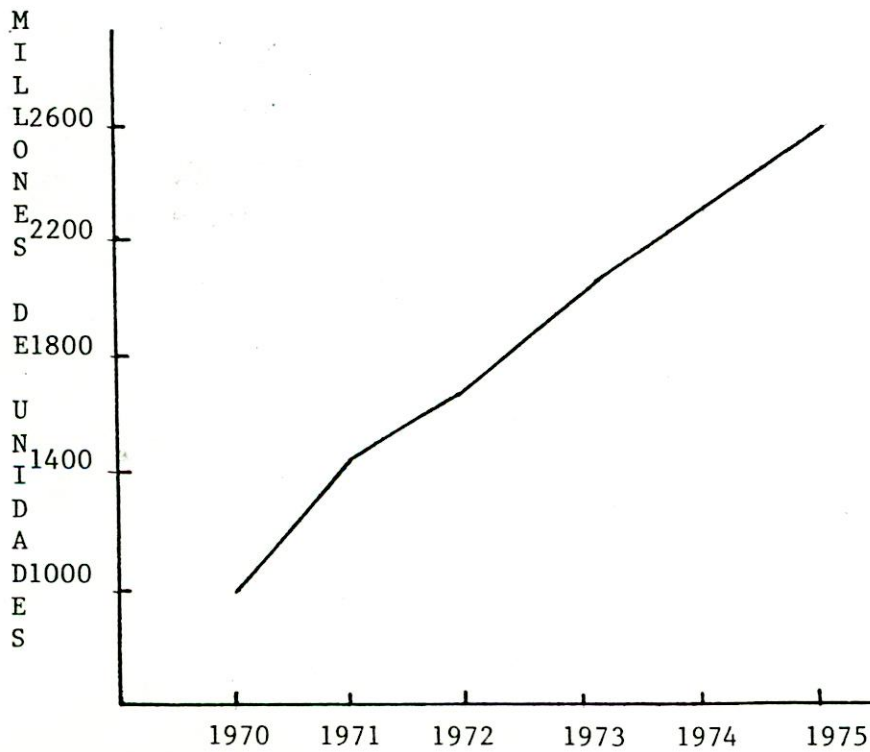
PRODUCCION DE POLLITAS (LIVIANAS Y DOBLE FIN)
(1971 - 1974)

Años	Volumen de producción (unidades)	Crecimiento anual	Indice de pro- ducción	Regresión líneal
1971	9.317.100	-	100	8.698.430
1972	10.459.900	12	112.3	10.453.310
1973	10.339.000	1.2	111.0	12.208.190
1974	15.207.000	47.1	163.2	13.963.070
1975				15.717.950

FUENTE: Incubar

GRAFICO No. 1

PRODUCCION DE HUEVOS (1970 - 1975)



Esta ha sido en una forma sintetizada la historia de la Industria Avícola en nuestro país.

1.4. Diagnóstico de la Situación Actual de la Industria Avícola en Colombia

La avicultura Colombiana afronta una crisis, que es la más grave presentada a través de su historia y cobija a todos los estamentos de ésta importante industria, siendo el primer sector fuertemente afectado el de la incubación, debido a que en época de crisis es el primero que sufre impacto por la cancelación que hacen de sus pedidos de pollitos los avicultores engordadores y productores de huevos.

Una difícil situación como la que estamos atravesando causa a los incubadores grandes trastornos en la proyección de sus granjas y plantas incubadoras puesto que sus programaciones deben efectuarse con un año y medio de antelación para cumplir con los compromisos de sus clientes, por otra parte la cancelación de pedidos o la disminución de pedidos o la disminución de éstos, determinan parálisis en las plantas incubadoras que en esta forma se constituyen en lucro cesante y además ocasionan grandes pérdidas debido a que los costos de funcionamiento de las granjas de reproducción y plantas incubadoras continúan el mismo ritmo de las épocas normales.

Varios son los factores determinante de la actual crisis pero pueden como principales los siguientes:

- 1o. La falta de una política seria y definida del sector avícola. ✓
- 2o. El desproporcionado incremento en los costos de los alimentos concentrados para animales como consecuencia del alto precio de las materias primas. ✓
- 3o. La actual situación económica que vive el país en que la capacidad adquisitiva de la población está seriamente disminuída. ✓
- 4o. La falta de una completa y eficiente red de frío que permita conservar excedentes de carne de pollo. ✓

Debe establecerse una clara política de desarrollo avícola de la cual está huérfano el país ya que los ministros de Agricultura nombrados por el Gobierno Nacional en años anteriores han sido totalmente indiferentes con la avicultura y no le han reconocido la influencia que ésta tiene en la alimentación de los Colombianos y en el crecimiento económico del país. Una crisis como la que actualmente atraviesa la avicultura colombiana se desencadenó en gran parte por la indiferencia con que los anteriores Ministros de

Agricultura han mirado la avicultura; esta crisis se previó y oportunamente las asociaciones avícolas la hicieron conocer de los señores Ministros y Viceministros de Agricultura, quienes negligentemente no tomaron decisiones al respecto. Queda ahora buscar soluciones a la actual situación que ha golpeado fuertemente a la avicultura frenando su desarrollo y que ha sacado de este negocio a un alto número de avicultores especialmente pequeños productores, se debe pues como solución inmediata refinanciar el sector avícola tanto a incubadora como a los avicultores dedicados al engorde de pollo y producción de huevos, para ello deben concederse nuevos créditos y reprogramar los plazos y rata de interés a los ya existentes.

De acuerdo a las proyecciones existentes para 1980, la producción de pollitos de engorde debería ser de 87.600.000 y de pollitos de postura es de 18.800.000 sin embargo nada puede predecirse en este momento hasta tanto no se conozca el desarrollo actual crisis, así como también las políticas de decisiones que tome el Gobierno Nacional, a través del Ministro de Agricultura y sus organismos adscritos como el Idema, en materia de suministro oportuno y previos de materias primas para la elaboración de los alimentos concentrados para aves.

Así mismo las medidas que en materia crediticia se tomen para salir de la recesión en que ha caído la avicultura Nacional. (6)

En relación a lo anterior el actual Ministro de Agricultura doctor GUSTAVO DAGUER CHADID dentro de este ministerio abrió una sección dedicada única y exclusivamente a la avicultura con el fin de ventilar todos los problemas que afectan a esta importante industria y buscar un desenlace de la actual crisis para ellos ha otorgado nuevos créditos a plazos y ratas de interés muy razonable; reconocimiento con ésto la importancia que tiene la industria avícola dentro de la estructura económica del país.

(6) Oscar Rivera García "La Avicultura Colombiana, Pasado, Presente y Futuro" El Espectador, Nov. 24 - 1979 p. 1-C

C A P I T U L O I I

ASPECTOS GENERALES SOBRE EL MERCADO AVICOLA

2.1 Como primera medida debemos tener en cuenta que todo alimento importante y de primera necesidad en la canasta familiar, por su valor nutritivo merece en especial estudio. Por lo que se debe estudiar desde los centros de producción hasta llegar a manos de los consumidores finales, pero se debe recordar que el mercado avícola ha tenido un gran desarrollo en los últimos años; tal sucede en el caso del transporte del producto, para evitar de esta manera el riesgo de la rotura, lo que estará a cargo del consumidor, bien sea mayorista, minorista, etc.

2.2 ALIMENTACION Y NUTRICION

Los alimentos no tienen valor hasta que han sido consumidos y absorbidos por lo tanto, es esencial tener un conocimiento breves de estos procesos. Los principales nutrientes y que son esenciales y vitales que permiten que se realicen los procesos vitales y mecánicos en el sostenimiento de la producción - reproducción, son:

- a. Agua
- b. Energía
- c. Proteína

d. Grasa

e. Vitamina

f. Minerales

a. AGUA: (H_2O)

El agua es parte esencial de la acción de todo cuerpo. En el ave el porcentaje es de un 60% y en el huevo 65%; una falta en el cuerpo obstaculiza el crecimiento, la reproducción y por ende la muerte del animal, de ahí su importancia. Veamos una tabla que nos muestra el consumo del agua por semanas - aves.

SEMANAS

CANTIDAD QUE CONSUME/SEMANAS

1	1.5 litros
2	2.3 "
3	3.4 "
4	5.7 "
5	7.9 "
6	9.1 "
7	10.2 "
8	11.4 "
9	12.5 "
10	13.6 "
11	15.9 "
12	18.2 "
13	19.3 "
14	19.3 "
15	20.0 "
16	20.0 "
17	21.6 "
18	21.6 "
19	22.7 "
20	22.7 "

b. ENERGIA

Es la que proporciona una gran cantidad de compuestos entre los que figuran los aceites, los azúcares, la celulosa y la fibra. La fuente más rica para producir energía son los cereales y los más importantes son: maíz, trigo y sorgo. Las aves ponedoras pueden consumir hasta un 6% de fibra y contener hasta una proximidad de 4% de fibra.

c. PROTEINAS

Las proteínas son necesarias para la formación y el mantenimiento de los tejidos del cuerpo, esa función es llevada a cabo por los aminoácidos; los cuales se hallan en las proteínas.

Las proteínas son constitutivos importantísimos en la formación de los tejidos, la sangre, los músculos, las plumas, etc. Las proteínas forman la 5a. parte del peso total del ave u na 7a parte del peso del huevo.

d. GRASAS Y ACEITES

Son las que constituyen para las aves la segunda fuente de energía que se consigue mediante los carbohidratos.

e. VITAMINAS

Indispensables para el crecimiento normal, para la conservación de la salud, la reproducción y la incubabilidad. Entre las vitaminas más recomendadas para las dietas se tienen: A, D, E, K, colina, macina, ácidos, pantónicos, riboflavina, perodoxina, gelamina, vitamina B12 y complejo B.

f. MINERALES

Los minerales son muchos y variadas las funciones que desempeñan en el organismo animal. Tal como es en la formación de huesos, tejidos, cascarón del huevo y reemplazar las pérdidas.

Los minerales a tener en cuenta para las dietas son: calcio (Ca), fósforo (P), Magnesio (Mg), hierro (Fe), cloro (Cl), Sodio (Na).

2.3 FASES DE LA ALIMENTACION

Indica esto un margen de raciones durante la vida productiva del ave. El principio o período de postura es el que se está incrementando hasta de 9 a 10 meses de edad, mientras en la producción del huevo está aumentando igualmente su peso en período de postura.

2.3.1 METODO DE ALIMENTACION

El sistema de alimentación que más se emplea es el suministro de mezcla seca, atributos casi opuestos al de pastillas, además es también importante el suministro de alimentación o alimentos como el de mezclas y granos. El suministro de mezclas es el más afectado cuando se tienen las aves en camas gruesas.

La alimentación a base de mezclas y granos, es interesante y cuidadosa, puesto que al prepararse debe recordar que lo normal es 50% de mezcla y 50% de granos.

No debe olvidar que este suministro de las ponedoras contengan sales superiores a lo normal; la cantidad a suministrar oscila entre 3 y 5 centímetros por semana.

2.3.2 NECESIDADES NUTRITIVAS DE LA GALLINA

La ración para ponedoras debe comenzar desde que las aves inicien las posturas y continuar todo el período. La ración para estos híbridos debe ser rico en energía, vitaminas y proteínas, esta de 17% aproximadamente, la energía varía entre 1870 - 2090 galones de energía productiva por kilogramos. Para lo cual se le suministra ración de ostras o caliza molida a razón de 3.6 Kgs.

por cada 100 aves a la semana.

ALIMENTOS PARA PONEDORAS

Los más empleados son:

Harina de maíz	40 %
Harina de trigo	34.50%
Harina de hierva	5 %
Harina de pescado	6.50%
Harina de torta de soya	10 %
Caliza molida	10 %
Harina de hueso sometida al vapor	1 %
Vitaminas sintéticas	0.50%
Sal	0.50%
Vitamina A	4.000 U.I por tonelada
Vitamina D	31.000 U.I " "
Vitamina B	21 Gramo" "
Minerales	168 " " "
Minerales	84 " de concentrado de zinc por tonelada

C A P I T U L O I I I

ASPECTOS GENERALES DE LA PRODUCCION

Centro de Producción.

El manual?

3.1 Los centros de producción ó granjas se hallan situadas a la orilla de la carretera transversal del Caribe, en esta vista está el corregimiento de Gaira donde tenemos las granjas de Trudy, la Berna, la Za³-Zué, la Gloria⁴, toda productora de huevos, en el tramo de esta carretera conducente de Santa Marta al Departamento de la Guajira tenemos:

Las Mercedes⁵ y Bucaramanga⁶ desviándonos de la carretera, encontramos al corregimiento de Mamatoco y encontramos las granjas el Compás⁷ y el Líbano⁸ en la vía a Minca las Colinas⁹.

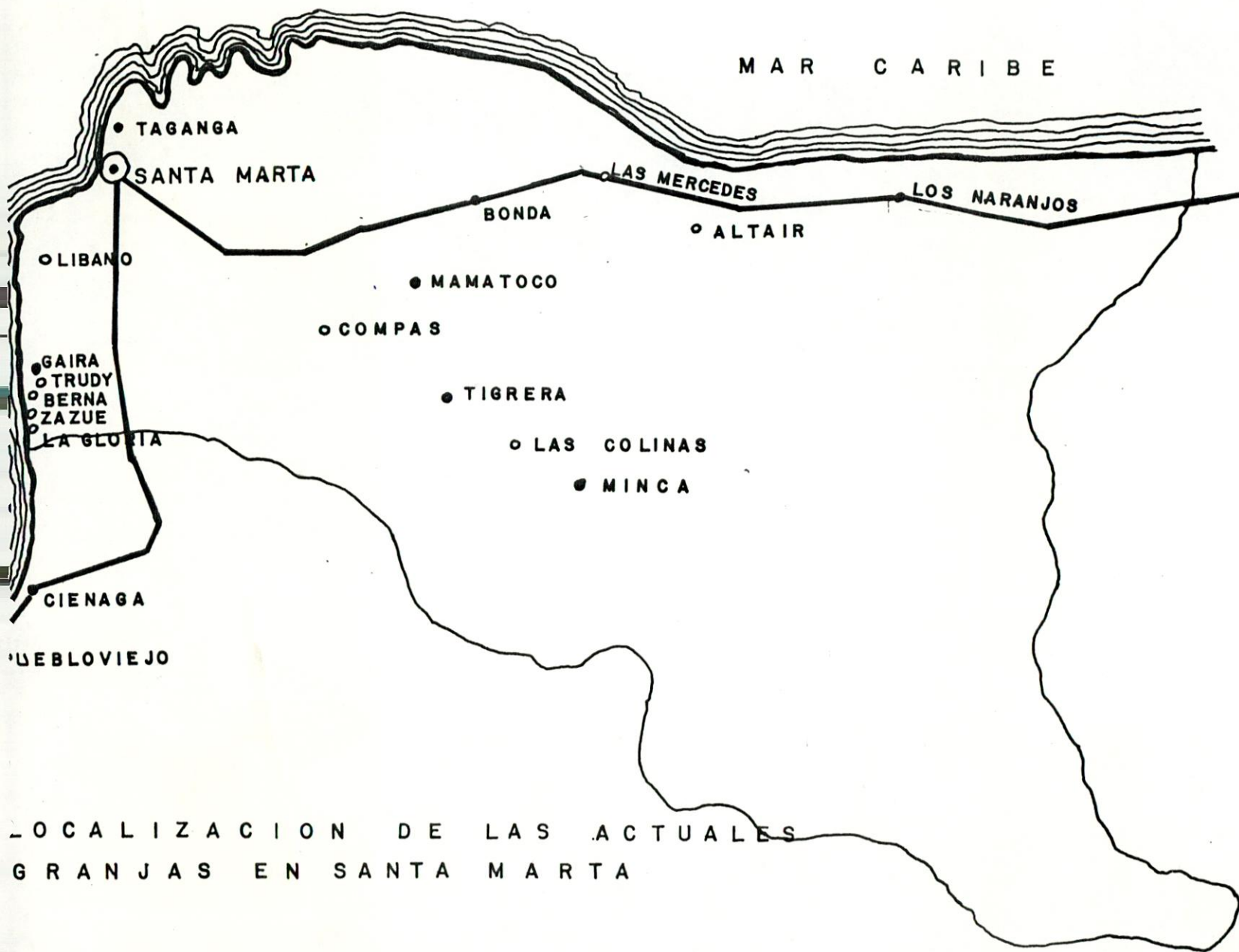
3.2 TIPO DE EXPLOTACION

Encontramos dos tipos diferentes y una granja con la combinación de dos tipos de jaula y de piso.

3.2.1 TIPO DE EXPLOTACION EN PISO

Este tipo de explotación es el más utilizado debido a las condi-

Anexos (Formularios de Encuestas)



CONVENCIONES

- MUNICIPIO
- CORREGIMIENTOS
- GRANJAS
- TRONCAL DEL CARIBE

LOCALIZACION DE LAS ACTUALES GRANJAS EN SANTA MARTA

ciones climatológicas que presente la zona de estudio.

En la explotación en piso las gallinas son depositadas en un corral de mallas metálicas con sus respectivos techos de zinc o de eternit denominado galpón, el piso por lo general es de cemento cubierto con cascarilla de arroz ó viruta de madera las cuales al unirse con la gallinaza, es decir el excremento de la gallina forma una especie de arena.

La desventaja de este tipo de explotación la constituye la demora en la recolección de los huevos, pues el galponero efectúa un proceso prolongado en la cogida personal de un huevo; pudiéndose encontrar la ventaja de como dicha persona tiene todo el cuidado para evitar en donde sea posible el rompimiento de una unidad del producto.

3.2.2 TIPO DE EXPLOTACION EN JAULAS

En este tipo de explotación además de que las gallinas se depositan en el galpón, dentro de él se encuentra un número especial de jaulas que pueden ser construídas en diferentes formas:

- a. Pasillo único con un sólo piso
- b. Pasillo único con dos pisos escalonados
- c. Doble piso y triple piso.

El sistema utilizado en la zona de referencia es de pasillo único con dos pisos escalonados; las jaulas están construídas con varillas niqueladas y presentan las siguientes medidas 44 centímetros de base y 33 centímetros de altura, dotadas de comedores manuales colocados al frente de ellos, los bebedores son automáticos situados verticalmente dentro de las jaulas. En este tipo de explotación las gallinas son depositadas tres por cada jaula con la precaución que sean de la misma raza.

El tipo de enjaular oscila entre la octava y veinteava semana de edad, el más adecuado para mover las pollonas al ajuar de postura.

El tipo de explotación en referencia no es muy rentable en la zona estudiada dada las condiciones climaterias, pues es un sis-

tema para clima templado y frío, aquí el tiempo de recolección de los huevos es menor pero el índice de rotura es mayor, además se ejerce un mayor control en la producción y en el rapto de aves.



3.3 DISTRIBUCION EN LA PLANTA

La granja modelo en la cual se desarrolla simultaneamente los dos tipos de explotación, posee la siguiente distribución en planta (ver plano No. 1).

En la parte central de la granja se halla la vía de acceso y al fondo unos 20 metros se encuentra un inmueble donde están las oficinas de administración; casa del administrador y el depósito general para huevos.

De las oficinas de administración dependen dos celadores que hacen turno rotativo con un día de descanso a la semana, quienes son reemplazados por un celador temporal, 5 galponeros encargados de repartir el alimento y recoger los huevos cuatro veces al día durante 15 minutos en todo los galpones; dos choferes quienes se encargan de la distribución del producto, un mecánico, un obrero para oficios varios y dos operarios.

En esta oficina se llevan los siguientes requisitos:

Producción contable, control de peso, ,drogas e instrumentos para su aplicación.

En el depósito general para huevos hacia la derecha encontramos almacenado el producto en referencia, colocados en bandejas plásticas y de cartón en forma vertical y clasificado por razas. En la parte central de éste una máquina posee doce básculas donde se clasifican los huevos según su tamaño y peso, uno de los operarios se encarga de colocarlos en la báscula y el otro se dedica a recogerlos de las seis divisiones que tiene la máquina y depositarlos en los anaques según clasificación. Hacia la izquierda están las cajas de cartón armadas ya seleccionado el producto se empaca para su comercialización.

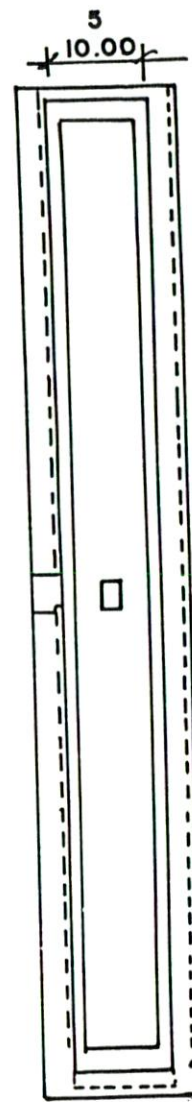
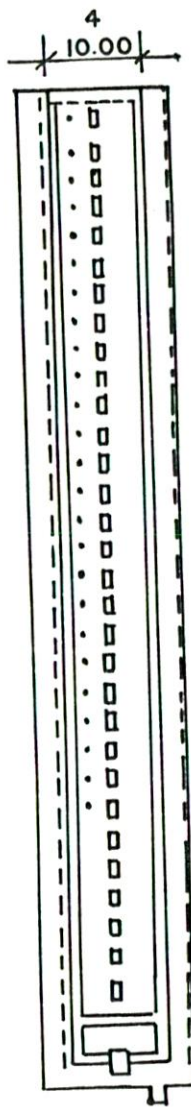
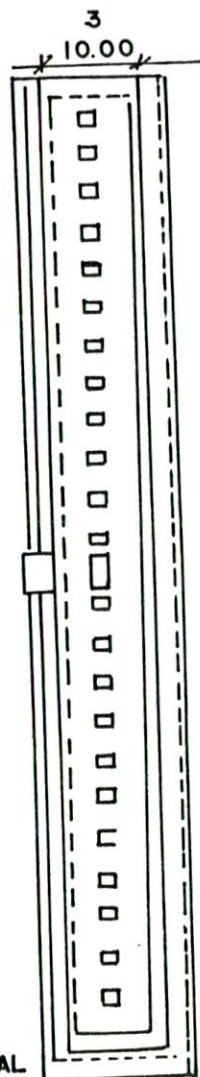
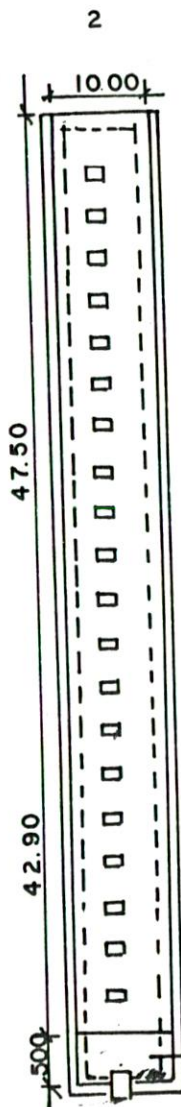
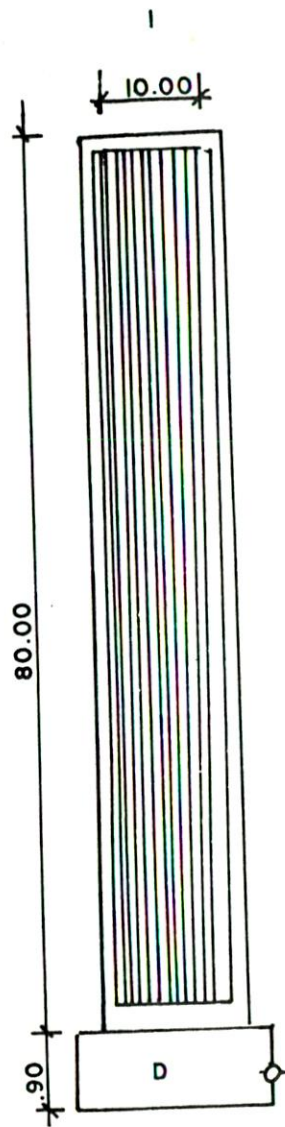
Diagonal a la oficina del administrador está ubicado el depósito general de alimento con una longitud de 160 metros cuadrados en el se depositan 200 bultos de concentrados semanalmente. Su construcción es de material, hermeticamente sellado para lograr mayor conservación de alimento y disminución del deterioro, la salida del alimento se realiza una vez al día por la mañana y bajo la vigilancia del administrador. Adjunto al depósito de alimento encontramos el galpón uno, que a excepción de los otros sus dimensiones son:

90 metros de largo por 10 centímetros de frente, cubierto en los laterales de anejo metálico sobre gruesos muros de material, piso

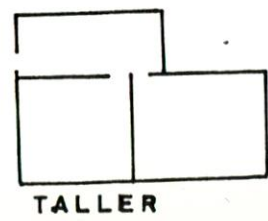
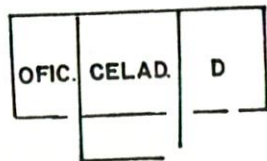
de cemento, techo de zinc, con cámara de aire en la parte central en este galpón se utiliza el tipo de explotación en jaula con ponedoras de la raza Sauer 288 de 64 semanas de nacidas y hay Line-W 36 de 42 semanas de edad, la recolección de los huevos y distribución de alimento la realiza el galpónero, aquí los bebedores son automáticos en donde las ponedoras controlan el pase de agua y los comedores son manuales.

En el galpón dos se utiliza el tipo de explotación en piso está provisto de 72 bebedores automáticos dispuestos en dos hileras de 36 cada una, 24 nidos con 32 divisiones dispuestos también en hileras, equidistante uno del otro, 4.5 metros, poseen comedores automáticos quien reemplaza la labor del galponero en cuanto a distribución de alimento.

G A L P O N E S



GRANJA TIPO
ESC. : 1:250



Este galpón dista del uno 12 metros y presenta 100 metros de fondo por 10 metros de frente al igual que los galpones restantes, tienen además un hospital para el tratamiento de las aves que presentan cualquier afección, un depósito auxiliar para huevos consistentes en una terraza cubierta con mallas metálicas aquí en este se encuentran depositadas 4.786 ponedoras Golden Comet con 87 semanas de edad, dista del galpón tres, 18 metros.

El galpón tres al igual que el anterior se utiliza el tipo de explotación en piso, dotado de 52 bebedores automáticos dispuesto en dos hileras, 23 nidos con 32 divisiones cada uno, dista uno del otro cuatro metros, una máquina automática distribuidora de alimento, depósito auxiliar para huevos, habitan 5.555 aves, Eine W-36 con 37 semanas de nacidas.

El galpón cuatro y cinco presentan al mismo tipo de explotación que los anteriores y las mismas características en los elementos empleados en la producción, en lo que varía es el número de ponedoras, en el número de bebedores automáticos y en el número de nidos, habitando en el galpón cuatro 1.819 gallinas de la raza Sahuer 268 con 64 semanas de nacidas, 29 nidos con 32 divisiones 1.50 metros cada uno, situados en el centro del galpón, 48 bebedores dispuestos en hileras y en el cinco alojadas 6.579 ponedoras de la raza Babcook de 34 semanas de vida, 26 nidos de metal con 32 divisiones cada uno, 94 bebedores dispuestos en hileras, éstos gal-

pones distan el uno del otro 16 metros.

Todos los cinco galpones están dotados de sus respectivos tanques elevados para el mantenimiento de agua.

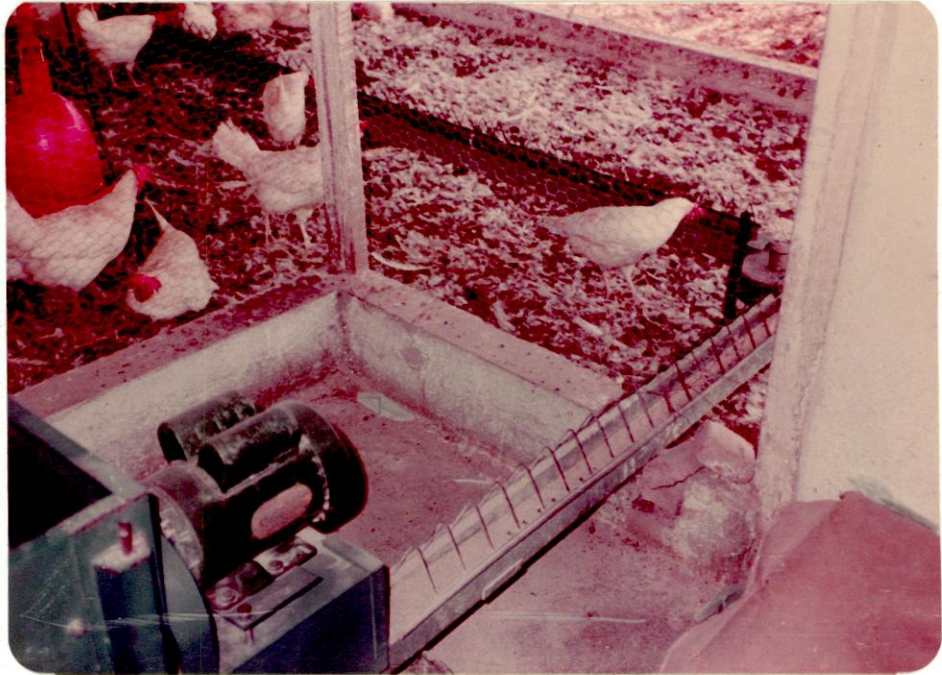
Hacia la derecha de la administración está el taller de mantenimiento y se encarga de reparar los bebedores, los nidos, las máquinas deterioradas de la granja, éste está a cargo de un mecánico.

3.4 SISTEMA DE PRODUCCION PREDOMINANTE

? contenización

La granja ^A como se puede apreciar en las figuras 3.3 y 3.4 emplean para la repartición de alimento máquinas automáticas, ésta distribuyen el alimento en todo el galpón, dicho proceso se efectúa cuatro veces al día en el siguiente horario, ocho, once, A.M y tres, cinco P.M.; cada repartición ocurre con un tiempo aproximado de 30 minutos, la máquina tiene una capacidad de 4 bultos de alimento lo que dá un peso de 160 kilos, los cuales son consumidos por las ponedoras en cada distribución, posee bebedores automáticos dándonos muestra esta granja A de alto porcentaje de tecnificación reflejándose en una mayor densidad de capital que mano de obra.

Para lo único que interviene la mano de obra es en la recolección de huevos, además tiene una máquina clasificadora de huevos, seleccionandolos según su peso para así darles un valor con el cual se lleva al mercado.



En las demás granjas tal como lo muestra la figura 3:6 [?] encontramos una mayor densidad de mano de obra, mientras el capital y las ganancias son menores con relación a la granja modelo.

Están dotadas de comedores cilíndricos, bebedores tubulares adheridos a las paredes del galpón, con el riesgo de que el agua se ensucie.

Esto se debe a las condiciones de atraso y semiatraso en que se halla los sistemas de producción en la región foco de la investigación.

3.5 INDICES DE PRODUCTIVIDAD

3.5.1 DENSIDAD POR METROS

La densidad por metros cuadrados sufre variaciones de acuerdo a los avances tecnológicos en los implementos utilizados en el proceso.

En el tipo de explotación en piso utilizando máquinas automáticas se emplean seis aves por cada metro cuadrado con 4.000 aves por galpón en condiciones normales y en el tipo de explotación en jaulas se recomiendan 70 pulgadas cuadradas por aves en condiciones normales.

En el caso de granjas ?

C A P I T U L O IV

ASPECTO FUNCIONAL

4.1 TRANSPORTE:

Debido a la fragilidad del huevo, éste no se puede transportar en grandes volúmenes: largas distancias, sin mayor deterioro en su calidad, como suele suceder en Santa Marta donde llegan 2.300 huevos en promedio por semanas de Bucaramanga, los cuales son de inferior calidad a los producidos en el Magdalena debido a que son transportados en camiones no refrigerados, a diferencia del utilizado en el transporte de carnes de res, los distintos pisos térmicos por los que tienen que pasar son factores que inciden en la baja del precio, para que sea aceptado por el consumidor.

El transporte desde el centro de producción hasta los centros de comercialización está a cargo del productor y los riesgos que allí se incurren corren a cargo del minorista lo que afecta finalmente al consumidor final por incremento en el precio.

El transporte se opera en camiones o volquetas, Jeep, autos, triciclos, etc.; los centros de producción en Santa Marta, están cerca a los centros de mercado y las vías de comunicación no presen-

tan problemas, lo que disminuye la rotura del producto.

4.2 EMPAQUETADO

En cuanto a empaque no existe una uniformidad en el material de construcción, capacidad, ni forma, así se tienen cajas de 196 huevos, que tienen la desventaja de dañarse rápidamente las divisiones que forman las celdas individuales donde se colocan los huevos.

Hallamos cajas de madera de 300 unidades para colocar huevos de un solo tamaño, lo que ocasionan el rompimiento del huevo pequeño y grande.

Existen las bandejas plásticas y de 30 y 12 unidades para huevos de un solo tamaño. También tenemos cajas de cartón, plástico transparente, que protegen muy bien el producto pero si elevan el costo del producto que deben cancelar el consumidor final.

4.3 FORMA DE COMPRA - VENTA DEL HUEVO

Los productores venden su producto al contado a los intermediarios, y, a los expendios por mayor.

En algunos casos la venta se realiza en la misma granja donde son

Expresión de los canales de comercialización ?

llevados por los compradores o, también los productores, los llevan hasta los expendios, obedeciendo a órdenes del pedido.

La compra-venta del producto se hace por inspección y por muestra.

4.4 SISTEMAS DE ALMACENAMIENTO

No existen bodegas refrigeradoras a lo que es lo mismo cuartos fríos donde poder almacenar el producto durante períodos prolongados (1 a 3 meses), lo que obliga a los productores mayoristas a enviar al mercado toda la producción, cuando por el contrario se debería retirar del mismo para mantener los precios a un nivel remunerativo. Puede afirmarse que un huevo que permanece 15 días mal almacenado sin las debidas técnicas modernas, se convierte en un producto no apto para el consumo.

4.5 PERDIDAS

Los riesgos con mayor frecuencia soportan las personas vinculadas al comercio del huevo son: la rotura y la falta de cuartos fríos.

La rotura se ocasiona debido a las causas anotadas para el empaque lo mismo que se dijo en cuanto almacenamiento.

4.6 NORMALIZACIÓN O NORMATIZACIÓN ?



FIGURA 4.1

EMPAQUETADO Y ALMACENAMIENTO

Tiene como objetivo establecer medidas uniformes de calidad y cantidad en diferentes lugares y tiempo para compradores y vendedores que permitan la fácil identificación de la mercadería, esta medida sirve de base para la separación en grados, clases o categorías de dichos productos.

y ayuda a evaluar la estructura productiva de los granos.

Esta clasificación facilita la comercialización, estimula y mantiene la calidad del producto en el mercado, lo que obedece a características físicas de calidad, de importancia económica.

a. Tamaño y peso

La clasificación más utilizada es:

<u>Categorías</u>	<u>Peso en gramos</u>
a	63 - 78
b	56 - 70
c	49 - 61
d	42 - 52
e	Menos de 42

? Atendiendo esta clasificación se pueden construir y distribuir el producto con menor riesgo de rotura. Según las encuestas tenemos que las categorías B. C. y D son más comerciales por



ser más asequibles a la canasta familiar.

La tabla anterior no se aplica en la zona de estudio por carecer de máquinas clasificadoras.

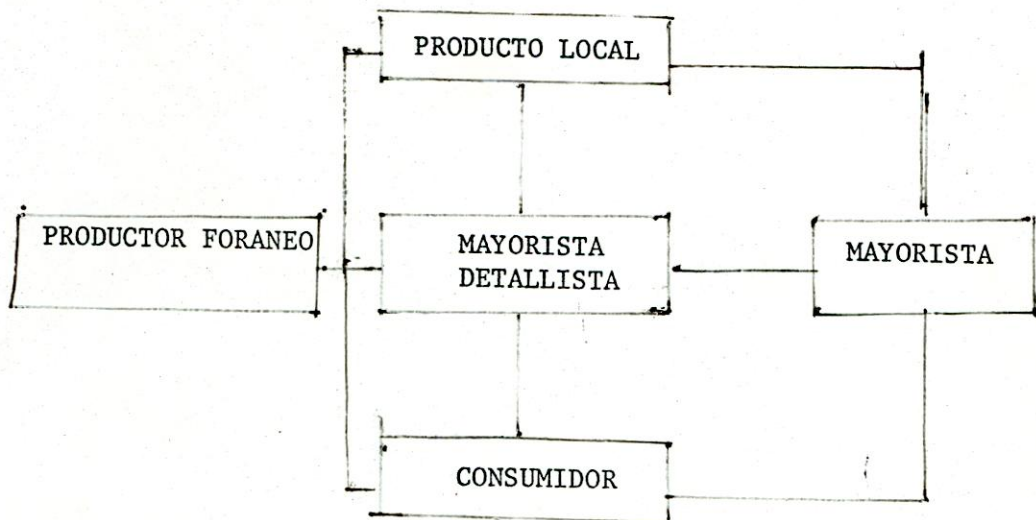
b. Color y textura

** juega mucho el patron cultural existente "el cuento de la gallina ciega"*

La diferencia de color en el producto (blanco y rojo) no tiene que ver con ningún poder proteínico, esto es referente a las razas, así lo demuestran las investigaciones científicas practicadas hasta el momento. En cuanto a textura, si está comprobado que el huevo de color rojo es de textura más fuerte, que el de color blanco, sin embargo el huevo de color rojo es más comercial, por su color y textura.

4.7 CANALES DE COMERCIALIZACIONES

Son las técnicas o instituciones a través de los cuales se comercian los productos desde la etapa de producción hasta la etapa de consumo.



4.8 CANALES DE COMERCIALIZACION DEL HUEVO EN EL MUNICIPIO DE SANTA MARTA

La gráfica anterior muestra de manera muy simplificada los canales de comercialización del huevo de gallina en el municipio de Santa Marta.

El primer canal se explica así:

Va del "productor" que son los ajustes encargados de la producción cuidar de ella, procurando que esta sea máxima para conseguir excelentes beneficios, venciendo los riesgos que ocasione el proceso.

productivo; llega al "mayorista" quien tendrá a su cargo obtener el producto en grandes cantidades a un precio bajo, sigue al minorista, persona que adquiere el producto en pequeñas cantidades y a precios que le permiten un buen beneficio, por último pasa al "consumidor" final que debe pagar el precio más elevado como se puede apreciar en el canal.

El segundo canal empieza con el producto llega al mayorista y termina en el consumidor.

El tercer canal empieza con el productor sigue al minorista y termina con el consumidor.

El cuarto canal comienza con el productor y concluye con el consumidor final.

El quinto canal se inicia en el productor foráneo, llega al mayorista, sigue al minorista y concluye con el consumidor final.

En el sexto canal, el producto sale del productor foráneo, llega al mayorista y termina con el consumidor final.

4.9 DISTRIBUCION DEL HUEVO

Opera de dos maneras.

4.9.1 DISTRIBUCION AL POR MAYOR

*
c/o
?
Las ventas al por mayor son bastantes altas tanto que los productores suelen convertirse en mayoristas, puesto que tienen que comprar el producto a otras granjas para cumplir con la demanda, aún así algunos mayoristas solicitan el producto a otras regiones como Bucaramanga o Cartagena por razones contradictorias, como es la del Costo.

Los encargados de la distribución al por mayor por lo general, manipulan carnes de aves, productos alimenticios, licores y otros.

4.9.2 DISTRIBUCION AL POR MENOR

Se da de tres maneras:

- a. Pollerías; expendios donde se venden únicamente carnes de aves y huevos.
- b. Tiendas de fiambres, lugares donde se expenden carnes de aves, huevos, quesos, mantequilla y carne de res.
- c. Tiendas de comestibles general, donde se venden de toda cla-

se de alimentos y artículos para uso doméstico.

4.9.3 FIJACION DE PRECIOS

Para la fijación de precios del producto que estudiamos, debemos aceptar que compradores y vendedores actúan conjuntamente en el mercado, donde las curvas de "demanda" nos indican las fuerzas de compradores, y de manera similar la "oferta con respecto a los vendedores.

En cuanto al mercado de Santa Marta, se observa que no existe un control de precios en referencia a este producto, debido a la introducción al mercado de huevos de Bucaramanga y Cartagena, lo que hace descender el precio del producto de la región.

De lo anterior se puede apreciar que el precio del producto está condicionado a la intromisión del producto de Bucaramanga.

Esto hace que el productor busque otros mercados como Ciénaga, Riohacha y otros.

a. MAYORISTA

Los expendedores al por mayor desempeñan un papel importan-

te en la ciudad donde se recoge el producto de las zonas productoras, para ser distribuido a los minoristas. En ocasiones el agricultor es productor mayorista y minorista a la vez, tanto que algunos llegan a comprar los productos de otras granjas para cumplir con la demanda. No obstante ciertos mayoristas ciertos mayoristas se dirigen a zonas de otros departamentos como Bucaramanga y Cartagena por razones de costos, aunque parezca paradójico en cierto modo.

Estos distribuidores al por mayor, por lo general, manipulan carne de aves y otros productos alimenticios compatibles con los huevos.

Entre estos mayoristas podemos mencionar los siguientes expendios.

Gran Colombia

El Romano

Punto Rojo

García Hermanos

Expendio Victoria

Flor M. de Antequera

Viravira

Carne Rica

Nan Kim

Super-mercados

b. MINORISTAS

Analizando el sector minorista, incluido en el proceso de comercialización del producto aproximadamente el 89% de ellos se abastece de mayoristas, generalmente, sus establecimientos son de tres tipos.

- a. Pollerías, es decir, expendio donde solo se venden aves de corral y huevos.
- b. Tiendas de fiambres especializadas en huevos y carnes de aves, queso, mantequilla y carne de res, ect.
- c. Tienda de comestibles en general, donde se venden todo los tipos de alimentos y artículos domésticos.

c. CONSUMIDORES

La totalidad de los consumidores en los estratos [?] utilizados para análisis en cuestión resultaron abastecerse de los minoristas.

COMPRA VENTA

a. Formas

Las formas de compra venta presentadas en el municipio de Santa Marta fuerón de inspección y la muestra.

C A P I T U L O V

PRECIOS Y MARGENES DE COMERCIALIZACION

5.1 MARGENES DE COMERCIALIZACION

El margen de comercialización o margen de remarleacción es la cantidad que una firma adiciona a su costo de producción para conseguir el precio de venta. La utilidad bruta es similar al margen de remarcación, pues a través de dicho margen de remarcación, se consiguen los costos de ventas, de administración para conseguir una ganancia.

El margen de comercialización o remarcación se encuentra relacionado con el margen de utilidad bruta, ya que la cantidad sumada al costo por cada unidad del producto por un mayorista o minorista debe cubrir los gastos de ventas y de administración y proveer un beneficio ().

() M. Casthy E Jerome " Comercialización Un Enfoque Gerencial"

Edit. el Ateneo, Buenos Aires. 1972 p.p. 915.

MARGENES DE COMERCIALIZACION

	PRECIO	COSTO	MARGENES	%
Costo unitario del producto		3.92		
? Remarque del productor (sobre el costo unitario)			0.63	16
Precio de venta del productor	4.55			
Costo al mayorista		4.55		
Remarque al mayorista			0.40	8.79
Precio de venta al mayorista.	4.95			
Costo al minorista		4.95		
Remarque del minorista			0.50	10.10
Precio de venta al minorista	5.45			
Total margen de comercialización			1.53	34.89%

De acuerdo al cuadro anterior el margen de comercialización o margen de remarcación de un huevo de gallina en Santa Marta es de \$1,53 y en porcentaje es igual a 34.89%. Este margen es bajo con respecto a los lugares o regiones, debido a que no existen cuartos frigoríficos de almacenamiento.

FORMACION DE LOS PRECIOS

Costo unitario del producto sin manipuleo		\$ 3.52
Manipuleo		<u>0.40</u>
Costo unitario de producción con Manipuleo		\$ 3.92
Gastos de Comercialización		
Gasto de transporte	\$ 0.05	
Gasto de empaque	<u>0.17</u>	
Total gastos de comercialización		<u>0.22</u>
Precio bruto del huevo		\$ 4.14
Utilidad del producto		<u>0.41</u>
Precio de venta del productor		\$ 4.55
Remarque del mayorista		<u>0.40</u>
Precio de venta al mayorista		\$ 4.95
Remarque del minorista		<u>0.50</u>
Precio de venta al minorista		<u>\$ 5.45</u> <u>=====</u>

5.2 FORMACION DEL PRECIO POR PARTE DEL PRODUCTOR

Para calcular el precio del huevo el productor toma en cuenta los gastos que fueron necesarios para producir el huevo utilizan el método de conversión utilizado por Purina Colombia.

Este método tiene en cuenta el total de alimento utilizado para producir una docena de huevos.

$$\text{Conversión} = \frac{\text{Total kilogramos consumidos}}{\text{Total docenas de huevos producidos}}$$

Esta conversión se multiplica por el costo de un kilogramo de alimento y se divide por el factor (0.70 x 12) esto nos da el costo por unidad de producción sin manipuleo. El 70% es una constante que el productor destina a reservas de prestaciones Sociales para los empleados.

$$\text{Costo unitario de producción sin manipuleo} = \frac{\text{Conversión} \times \text{costo Kg. de alimento}}{0.70 \times 12}$$

Lo que obtengamos se le suma \$0.40 más el margen de ganancia que el productor espere obtener. En cuanto al manipuleo o sean \$0.40 son destinados a gastos de limpieza, drogas, sueldos galponeros, gastos de seguros, gastos de asistencia técnica, alimentación y otros.

$$\text{Precio de venta del productor} = \text{Costo unitario} + \text{Manipuleo} + \% \text{ del producto} \\ \text{sin manipuleo} \quad \text{remarque}$$

$$\text{Precio de venta del productor} = \$3.52 + \$0.40 + \$0.63 = \$4.55$$

FORMACION DEL PRECIO DEL MAYORISTA

Así como el productor remarca el producto, el mayorista también

lo remarca para conseguir su beneficio, y será así.

Precio del mayorista = precio del productor + Remar que del mayorista (% ganancia)

$$\begin{aligned}\text{Precio del mayorista} &= \$ 4.55 + 8.79\% \\ &= \$ 4.55 + \$0.40 \\ &= \$ 4.95\end{aligned}$$

FORMACION DEL PRECIO DEL MINORISTA

Para este caso se procede de manera similar al anterior y se obtiene así el minorista su ganancia.

Precio del minorista = precio del mayorista + Remar que del minorista (% ganancia)

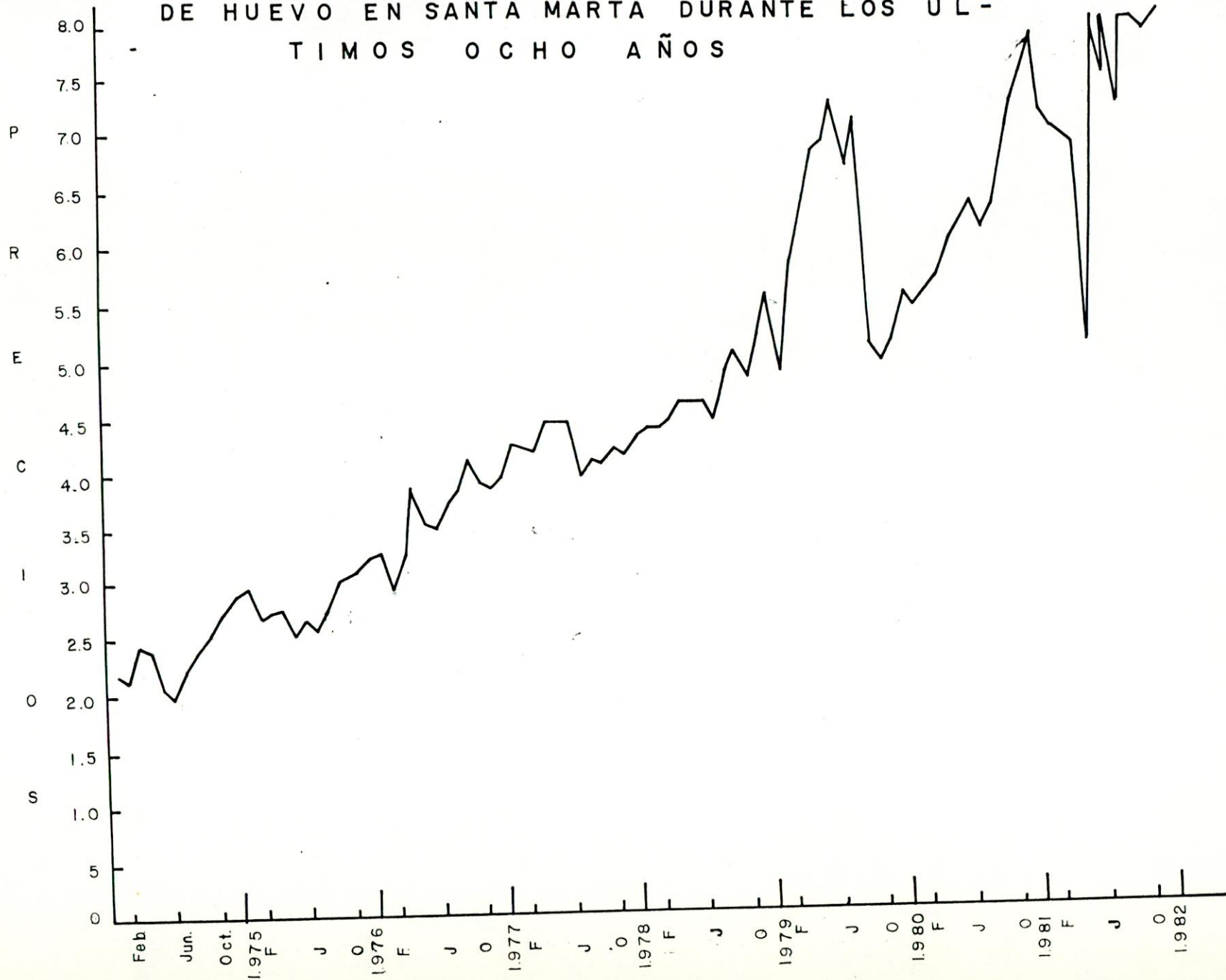
$$\begin{aligned}\text{Precio del Minorista} &= \$ 4.95 + 10.10\% \\ &= \$ 4.95 + \$ 0.50 \\ &= \$ 5.45\end{aligned}$$

PRECIOS MENSUALES DEL KILO DE HUEVO EN SANTA MARTA LOS ULTIMOS OCHO AÑOS (1975-1982)

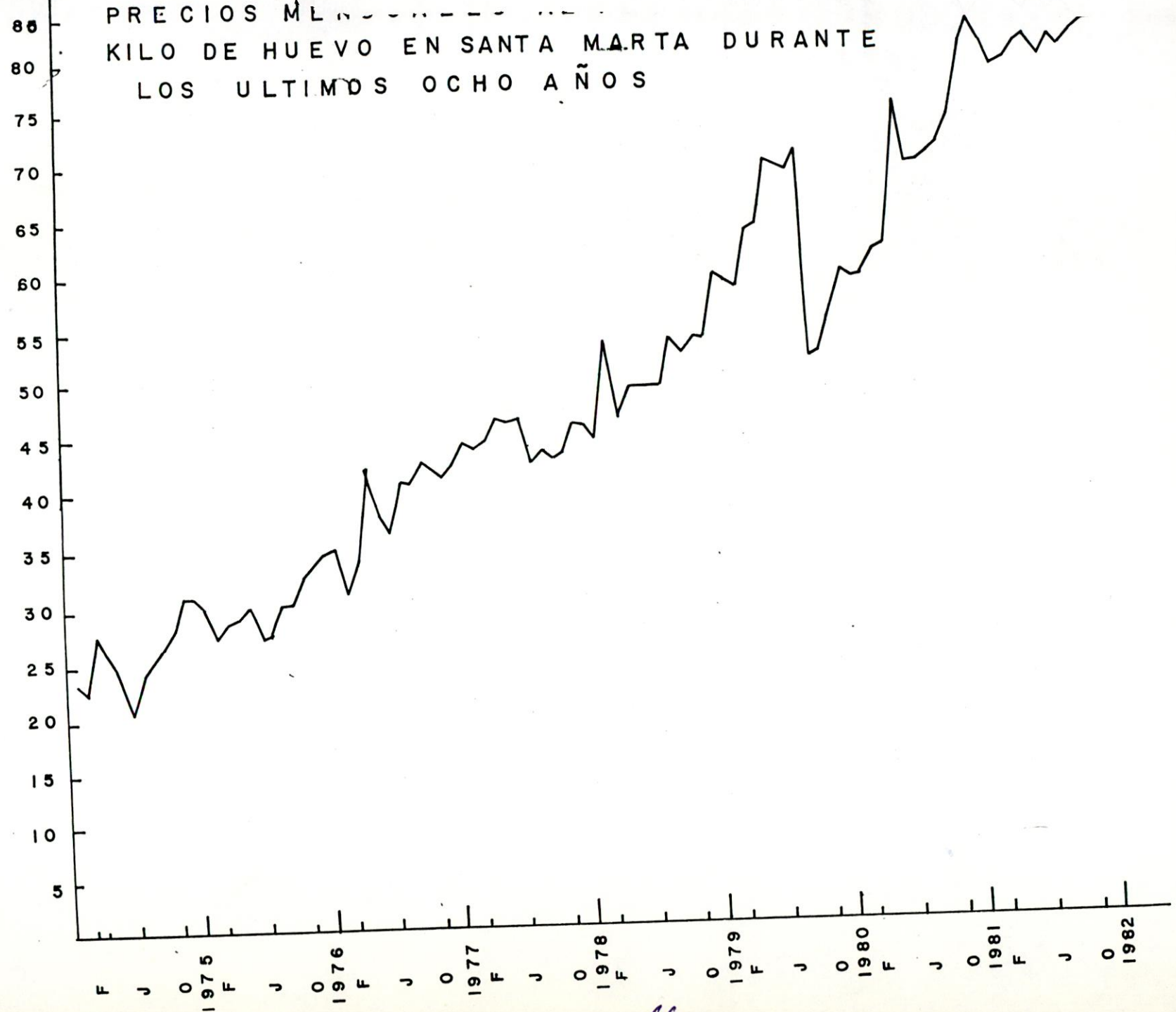
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septbre	Octubre	Novbre	Dicbre
1975 Por mayor	21.73	21.23	24.62	24.10	20.54	19.64	21.69	23.54	24.92	26.54	28.08	29.04
Por menor	23.65	22.73	29.97	26.00	24.33	20.44	24.15	25.38	26.41	28.20	30.77	30.77
1976 Por mayor	29.49	26.47	27.31	27.69	27.69	25.00	26.54	25.85	27.69	30.00	30.19	32.12
Por menor	29.74	27.69	28.85	29.15	30.00	26.92	27.69	30.22	30.11	32.77	33.85	34.85
1977 Por mayor	32.31	29.49	32.02	38.54	35.38	35.19	37.23	38.46	41.23	39.23	38.46	39.69
Por menor	35.08	30.77	33.85	42.00	37.85	36.15	40.62	40.58	42.60	41.69	41.23	42.31
1978 Por mayor	42.95	42.05	41.54	44.62	44.62	44.62	39.56	41.15	40.51	41.73	41.54	43.08
Por menor	44.00	43.69	44.30	46.92	46.15	46.46	42.23	43.85	42.56	43.08	45.69	54.54
1979 Por mayor	43.75	43.75	44.62	46.15	46.15	46.15	44.62	48.72	50.71	48.20	52.92	55.77
Por menor	44.00	53.85	46.15	49.23	49.69	49.23	49.23	53.85	52.31	53.85	55.38	59.54
1980 Por mayor	48.75	55.46	58.46	63.08	64.62	67.69	61.54	66.15	68.97	72.62	75.00	75.38
Por menor	58.85	58.15	63.54	63.69	76.00	69.69	69.23	70.77	72.97	78.62	82.00	85.23
1981 Por mayor	73.84	70.77	67.69	51.28	80.77	69.23	80.00	73.85	80.51	80.00	78.08	83.59
Por menor	83.53	78.15	78.31	84.46	83.85	80.00	84.62	81.54	84.77	86.31	85.54	88.31
1982 Por mayor	93.85	94.05	85.85	86.25	87.85	89.45	90.00	91.00	91.85			
Por menor	100.31	105.20	90.50	91.38	92.25	94.30	96.05	96.60	86.25			

FUENTE: Departamento de Investigaciones Económicas, Banco de la República, Santa Marta

PRECIOS MENSUALES AL POR MATÓN DEL KILÓ
 DE HUEVO EN SANTA MARTA DURANTE LOS UL-
 TIMOS OCHO AÑOS



PRECIOS MENSUALES DE UN KILO DE HUEVO EN SANTA MARTA DURANTE LOS ÚLTIMOS OCHO AÑOS



MEDIDAS MENSUALES (ARITMETICA) DEL KILO DE HUEVO EN SANTA MARTA
(1975 - 1982)

		1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Totales	Por mayor	285.67	366.04	437.23	507.97	591.92	463.75	889.55	819.15
	Por menor	310.8	361.84	464.73	534.47	670.62	527.92	999.39	852.44
Medias Mensuales	Por mayor	23.80	30.50	36.43	42.33	49.32	48.64	74.12	91.01
	Por menor	25.9	30.15	38.72	44.53	55.88	43.99	83.28	94.76

Los datos que aparecen en la tabla fueron tomados del Departamento de Investigaciones Económicas del Banco de la República y representan los precios mensuales al por mayor y por menor del kilo de huevo en el municipio de Santa Marta durante los últimos ocho años (1975 - 1982)

Estos precios aparecen por kilo y no por unidad o por docena, este criterio se toma como patron al huevo comercial, el cual pesa 65 gramos.

INDICES ESTACIONALES

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septbre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1975	Por mayor	91.30	89.20	103.44	101.26	86.30	82.52	91.13	98.90	104.70	115.51	117.98	120.01
	Por menor	91.31	87.76	108.00	106.38	93.93	78.91	93.24	47.99	101.96	108.88	118.80	118.80
1976	Por mayor	96.68	86.78	89.54	90.78	90.78	81.96	87.00	84.75	90.78	98.36	98.98	105.31
	Por menor	98.64	91.84	95.68	96.68	99.50	89.28	91.84	100.23	99.86	108.68	112.27	115.58
1977	Por mayor	88.69	80.94	87.89	106.00	97.00	96.59	102.00	106.00	113.00	108.00	106.00	116.00
	Por menor	90.59	79.46	87.42	108.44	97.72	93.33	120.00	105.00	110.00	108.00	106.00	111.00
1978	Por mayor	101.46	99.33	98.13	105.40	105.40	105.40	93.45	97.21	93.70	96.13	96.13	101.77
	Por menor	98.80	98.11	99.48	105.36	103.63	104.33	94.83	98.47	95.57	102.60	102.60	101.26
1979	Por mayor	88.70	88.70	90.47	93.57	134.83	93.57	90.47	98.73	102.93	97.72	107.29	113.07
	Por menor	85.89	96.36	82.58	82.73	178.95	88.09	88.00	96.36	93.61	96.36	99.10	106.54
1980	Por mayor	24.40	138.35	151.29	163.25	167.23	175.18	159.26	171.19	93.05	97.97	101.78	101.69
	por menor	133.78	132.18	144.44	153.87	159.12	158.42	157.37	160.87	189.62	94.40	98.46	102.34
1981	Por mayor	99.62	95.48	91.32	69.18	108.97	93.40	107.93	99.63	108.62	107.93	105.34	112.79
	Por menor	88.66	93.84	94.03	101.41	83.87	96.06	101.60	97.61	101.78	103.63	102.71	106.03
1982	Por mayor	126.61	126.88	115.82	116.36	118.52	120.68	121.42	122.71	123.92			
	Por menor	120.44	126.32	108.66	109.72	110.77	113.23	115.33	115.99	103.56			
Total	Por mayor	171.46	805.66	827.90	845.80	909.03	849.30	852.72	879.12	830.70	721.62	733.50	770.64
	Por menor	808.11	805.87	820.29	864.59	927.49	821.65	862.21	822.52	795.96	722.55	739.94	761.55
Media	Por mayor	89.68	100.71	103.49	105.73	113.63	106.16	106.59	109.89	103.84	90.20	91.69	96.32
	Por menor	101.01	100.73	102.54	108.07	115.94	102.70	107.77	102.82	99.50	90.32	92.49	95.19

C A P I T U L O VI

ABASTECIMIENTO

GENERALIDADES DEL ABASTECIMIENTO

A continuación damos algunos factores que tienen incidencia en el mercado del huevo en Santa Marta, puesto que un tema para analizar algunas faltas, tales como:

- a. Las pérdidas de abastecimiento y de escases, puesto que a veces existen una gran cantidad de huevos pero propensas al riesgo (roturas.)
- b. Las fluctuaciones de precios entre un distribuidor y otro.
- c. La escogencia del producto se hace en base al calor, tamaño textura y peso.
- d. El abastecimiento del huevo en la ciudad de Santa Marta lo analizamos teniendo en cuenta los siguientes aspectos.

FORMA DE ABASTECIMIENTO

Abastecimiento de mayorista

Abastecimiento de minorista

Abastecimiento de consumidores

a. ZONAS

Las zonas de abastecimiento se la ciudad de Santa Marta de 11 ?
granjas locales las cuales no alcanzan a abastecer las necesida-
des de la región. / 6/0

* Por lo anterior los mayoristas tienen que desplazarse a otras re-
giones del país tales como: Cartagena, Barranquilla, Bucaramanga,
y Medellín para satisfacer la demanda local.

ZONAS DE ABASTECIMIENTO

Zonas	No. ? granjas?	% ?
Locales	11	
Bucaramanga	2	
Barranquilla	2	
Cartagena	1	
Medellín	<u>1</u>	<u> </u>

El volúmen de compra mensual a las zonas de abastecimiento ascendió en el período de la realización de la encuesta a 1.959.471 huevos correspondiéndole a la región local el 70% a la región de Bucaramanga el 20% a Cartagena y 10% a Barranquilla.

ZONA DE ABASTECIMIENTO

RELACION PORCENTUAL

grafico 4

6.3 CLASIFICACION

Los productores y expendedores de cualquier producto, acostumbran a dividir en categorías y clases sus productos atendiendo sus características físicas y de calidad, factor económico de gran importancia (control de calidad).

Los factores más comunmente apreciados en los huevos son la calidad interna, la apariencia, estado de la cáscara, color de la misma y el tamaño.

Si tenemos en cuenta que el consumidor carece de medio para examinar la calidad interna de huevo en cáscara; sólo se practica la clasificación que realizan los productores en lotes.

Por otro lado, se puede clasificar el huevo por la forma y el peso. De esta última obtenemos un mejor empaque tratamiento y distribución; por la uniformidad del producto.

OTRAS CLASIFICACIONES

En nuestro estudio pudimos observar que en la clasificación se tiene en cuenta la textura de la cáscara, color, forma y condición.

La textura de la cáscara debe tener una estructura rígida y porosa, se compone principalmente de sales inorgánicas (especialmente carbo-

nato se cal). (CO4Ca).

También la textura tiene incidencia para el transporte y para una mejor manipulación del producto.

En cuanto al color de cáscara para su clasificación no es indicativo de la calidad del huevo, ciertos consumidores prefieren huevos blancos y otros los rojos.

Es por esto que los productores para satisfacer a los consumidores *
lo clasifican por el color.

CAPITULO VII

ANALISIS DE LA DEMANDA DEL HUEVO

OFERTA ?
7.1 DEMANDA ACTUAL

Zonas de abastecimiento dice: 11 granjas. en el mapa aparecen 9 y ahora según 10 ?

Población: la zona de estudio presenta una de 10 granjas las cuales fueron encuestadas para conseguir la demanda actual.

GRANJAS EXISTENTES EN SANTA MARTA	PRODUCCION DE HUEVOS MENSUAL (UNIDADES)
La Gloria	800.748
Las Colinas	210.000
El Compás	59.900
Plenomar	10.800
Za-Zué	11.888
Guacamaya	139.440
Las Mercedes	151.372
El Líbano	158.040
Berna	152.526
Altair	<u>264.757</u>
PRODUCCION TOTAL	1.959.471

Según estos datos la producción es de 1.959.471 huevos mensuales, a este le sumamos la producción foránea, procedente de Bu-

caramanga de 750.000 huevos mensuales, a esta producción se le deduce 535.523 que se venden a las plazas de: Barranquilla, 274.523 unidades; Riohacha, 120.000 unidades; Fundación, 80.000 unidades y Ciénaga 61.000 unidades.

De acuerdo a los datos anteriores, se deduce la DEMANDA ACTUAL; así:

Demanda Actual = (producción local + Producción foránea) - producción saliente.

Demanda Actual = (1.959.471 + 750.000) - 535.523

Demanda Actual = 2.709.471 - 535.523

* Demanda Actual = 2.173.948 huevos mensuales

De lo anterior podemos observar que la producción local es insuficiente para atender la demanda local tanto que varios expendios compran a Bucaramanga, este nos dice la cantidad disponible del producto es igual a la demandada. Sin embargo, surge algo paradójico como es la venta del producto a otras regiones, pero ello se debe a la oferta de mejores precios.

7.2 SISTEMA DE VENTA Y SU INCIDENCIA EN EL CONSUMO

Para la comercialización del huevo de gallina en la zona de estudio el sistema de venta no ofrece ningún problema, pues hasta tener en cuenta los siguientes factores: Tamaño, color, textura,

precio empaque, etc. El manipuleo del huevo de gallina requiere de gran importancia para mantener la calidad del producto desde el centro de producción hasta llegar al consumidor final, fase importante de la comercialización del producto.

Para conservar una calidad excelente del producto, debe mantenerse el producto alejado de aceites, pinturas, gasolinas y otras sustancias que le introduzcan olores repugnantes, así mismo se dice de su cercanía a las frutas y otros vegetales. El almacenamiento debe hacerse en cuartos fríos para evitar que la yema se dañe, con la presentación de gotas de sangre o corrompimiento total del huevo, todo esto incide en la aceptación del producto halla del consumidor.

Los supermercados, expendios y tiendas presentan empaques llamativos para incentivar al consumidor.

En vista de todo lo anterior podemos destacar como factores determinantes en la venta del producto; Calidad, presentación, textura, color y tamaño del producto, puesto que un huevo sucio roto, mal olor y manchas de sangre en la yema disminuyen la calidad del producto. Esto sucede a menudo en las tiendas de hambre, en expendios del mercado y en tiendas pequeñas. No obstante estos huevos pequeños desclasificados por las máquinas, rotos por el transporte rudimentario o falta de empaque son utilizados

en la industria de la repostería, puesto que la calidad del producto no influye en le producto a elaborar bajo ningún aspecto.

C A P I T U L O VIII

CREDITO AVICOLA

Una de las precauciones del Gobierno Nacional, a través, del Ministerio de Agricultura, es de la industria avícola pero esta no ha sido totalmente favorecida por los sistemas de créditos como medio indispensable para su desarrollo debido a la gran cantidad de requisitos que debe presentarse a las instituciones bancarias.

8.1 CREDITO INSTITUCIONAL

Son establecidos por el gobierno mediante leyes a través de instituciones bancarias oficiales y privadas.

8.1.1 BANCA PRIVADA

Las instituciones bancarias de carácter privado no corresponden debidamente a los avicultores, como lo exige la Ley pues sufre serios requisitos casi imposibles momentos tales como tener cuenta corriente, codeudores de ciertos patrimonios y las garantías ofrecidas son mínimas.

El crédito avícola para la producción de huevos por medio de distintas a la ley 5a. de 1973 tal como el rubro de crédito avícola, carne, ofrece una variación inestable en la percepción

de los recursos. Se presenta que de 57.4% ascendió al 75.5% en 1975 luego paso al 83.4% en 1976 y por último se tiene un 85.7% en 1977.

Así mismo tenemos el comportamiento un valor nominal del crédito avícola para producción de huevos por recursos distintos a la ley 5a. presentó las siguientes variaciones. Para 1974 tuvo un incremento del 9.5% en 1976 aumentó 37.3% con relación a 1975 y para el año de 1977 el incremento que fue de 0.4% con respecto a 1976 la información anterior es a nivel nacional.

Los avicultores de la zona de estudio en referencia no ^{auden} a los créditos de la ley 5a. ni de fomentos. ?

La información concedida por los Bancos privados manifiestan según avicultor se ha presentado a solicitar crédito por la ley 5a. a pesar de no poseer capital para solucionar problemas sobre tecnología y costo de producción que cada día se incrementan. ?

Existen en los avicultores de la región el anhelo de ensachamiento en los galpones e instrumentos para alcanzar una mejor producción, pero el sólo pensar en la odicea que deben cruzar para obtener los créditos necesarios los hace retroceder, o sea un desestímulo de la Banca a la Industria Avícola. go

8.1.2 BANCO OFICIAL

Son aquellos que pertenecen al Estado, tales como: Caja Agraria, Banco Ganadero, Banco Cafetero y Banco Popular y Banco del Estado, por medio de ellos se debería canalizar los diferentes créditos avícolas, Estas instituciones por un carácter son las que deberían ofrecer el crédito a la industria avícola.

La industria avícola es a largo plazo, de estos se desprende que los avicultores no hagan uso de los créditos en esos bancos privados ni oficiales en el primer caso los intereses son altos y a corto plazo, para el segundo caso deben anotar que los intereses son bajos comparados con los anterior. Al solicitar la cuenta concedida para la industria avícola encontramos Banco Cafetero en 1977 crédito efectuado por \$45.000 y en 1978 solo \$20.000 Banco Ganadero no le solicitaron crédito, Caja Agraria efectuaron los siguientes créditos en 1979 por valor de \$385.000; en 1980 en el semestre 4 por \$500.000; semestre B2 negocio por \$404.600, Semestre B dos negocios por \$2.348.900 y en 1982 semestre A tres negocios por un total de \$800.000.

8.1.3 LINEAS DE CREDITOS

Para el fomento de la industria avícola tenemos los siguientes

temas de créditos.

- a. Crédito mediano plazo para financiar inversiones despreciables y adquisición de bienes de capital.

La relación de 23 del 16 de julio de 1980, la Junta Monetaria estableció nuevas formas financieras y algunas modificaciones de los créditos del Fondo Financiero Agropecuario en lo referente a crédito de mediano plazo, código 244.000 también se tiene financiamiento de inversiones despreciables con una tasa de interés anual del 21%, tasa de redescuento anual al 18.5% con un margen de 18% 2 años de plazo mínimo más un día, plazo máximo 4 años y patrimonio bruto superior a \$1.200.000.

- b. Crédito a corto plazo con destino a fallas condiciones del Fondo Financiero Agropecuario, código 234100; tasa de interés anual 21%, tasa de redescuento 18.3%, margen de redescuento 75% plazo máximo 2 años y patrimonio bruto de \$1.200.000. Además se cobra el 1% para sostenimiento del Fondo de Asistencia para pequeños agricultores.

Ganadero (art. 21 ley 5a. de 1973). Este fondo se encarga a través del Instituto Colombiano Agropecuario ICA prestar atención tecnológica y económicas de los pequeños productores agropecuarios quienes



bajos índices de productividad y bajos ingresos. Lo establecido en el artículo citado y ley antes citados deben ser consagrados en una cuenta especial del Banco de la República a favor del Instituto Colombiano Agropecuario ICA. (Reglamento de la ley 5a. Decreto 2645 de octubre de 1980, artículo 11, 12 y 13).

En caso de que el prestario dé un destino diferente a los prestamos de proyecto de inversiones, la obligación se declarará vencida. Así mismo en el caso de incumplir cualquier artículo del contrato sin causa justificada. Para la toma de desiciones se encargaría la superintendencia Bancaria (reglamentación de la ley 5a. Decreto 2645 artículo 10).

En lo referente a la avicultura el programa de crédito presenta las siguientes condiciones:

La avicultura en el período de 1974 - 1979 tuvo un crecimiento del 7.3% anual a querer mantener este crecimiento, el aspecto financiero debe ir paralelo a ésta, para este período los créditos alcanzarán un 50% un promedio es decir una demanda no satisfecha, por lo tanto los niveles de financiación se amplían en 25% adicional al 7.3% para de esta manera satisfacer la demanda.

Las actividades de engorde, posturas e integrales en base al crédito vigente del 30 de septiembre de 1979 es un 15% para engorde, 38% pa-

De acuerdo con los preceptos consagrados en la Constitución Nacional y en la Legislación Agraria, la ley persigue los siguientes objetivos:

1. Capitalizar el sector agropecuario, a fin incrementar la producción avícola y ganadera, fortalecer el sector externo de la economía y solucionar las deficiencias alimenticias del pueblo colombiano.
2. Orientar la política agropecuario, para garantizar un adecuado aprovechamiento de la tierra, el aumento del producto interno y la equitativa distribución del ingreso.
3. Propender por la utilización racional del potencial humano del sector rural.

Estos objetivos se han cumplido parcialmente por cuanto en el transcurso de su desarrollo los créditos vigentes del fondo financiero agropecuario y frente al crédito institucional dirigidos a otros sectores de la economía, no han logrado suplir la disminución del crédito procedente de recursos propios de la banca, ni mantener las participaciones la totalidad del crédito.

REFORMA DE LA LEY 5a. de 1973

Con el fin de beneficiar a los pequeños agricultores y ganaderos, intensificar la asistencia técnica, a girar los procedimientos para la obtención del crédito y ver por la ejecución de los presupuestos orientados al fondo de actividades agrícolas en el país; el Gobierno Nacionalmente decreto 2645 de octubre de 1980, estableció nueva reglamentación dentro del contexto de la ley 5a.

Los objetivos de la ley 5a. de 1973 se han aplicado únicamente de manera parcial, los créditos a través del fondo Financiero Agropecuario y la Banca se han dirigido a otros sectores.

DECRETO 2645 de 1980

Este decreto es reformativo de la ley 5a. de 1973, con el fin de buscar una mejor orientación a los pequeños agricultores y ganaderos, tales como: agilizar los préstamos y agilizar la ejecución de los presupuestos orientados al fondo de actividades agrícolas en el país.

Los reglamentos a la ley 5a. de 1973 tiene como base los aspectos siguientes:

Creación del comité consultivo del Fondo Financiero Agropecuario.

LAS UTILIDADES PRESTAMISTAS

Las entidades prestamistas son responsables del control de las investigaciones, quienes prontos están obligadas a vigilar la correcta y por fortilización de los créditos.

El porcentaje de la inversión en títulos de fomentos agropecuarios clase "A" que establece la Junta monetaria, de conformidad con lo previsto en el artículo 5o. de la ley 5a. de 1973 y normas concordantes, se demostrará con base en el promedio de las colocaciones diarias del trámite anterior que registre la inversión en los balances consolidados correspondientes a los meses de enero, abril, julio y octubre de cada año y se comparará con las colocaciones que presenten los bancos para la misma fecha.

El ministro de agricultura deberá establecer semestralmente ó anualmente los programas de producción y fomento agropecuario.

La Junta Monetaria establecerá el monto global de los recursos crediticios disponible cada período y la estructura de plazo e intereses de los créditos, teniendo en cuenta el programa específico de producción establecido por el ministro de agricultura y las recomendaciones formuladas por el comité consultativo del fondo (14)

(14) El Heraldo "Reforma de la Ley 5a." octubre 19 de 1980,
p.p. P.l.-A

FONDO FINANCIERO AGROPECUARIO

Fue creado en virtud de la ley 5a., el Fondo Financiero Agropecuario es administrado por el Banco de la República, mediante contrato que el gobierno celebró con dicho banco. La administración del Fondo Financiero Agropecuario excelente desde el punto de vista de sus funcionarios, pero se ve entorpecida con relativa frecuencia por la falta de recursos provienen de la emisión por parte del Banco de la República título de crédito denominado "Título de Fomento Agropecuario" las cuales son de dos clases "A" y "B".

Los títulos de clase A son suscritos por los Bancos que operan en el país excepción la Caja Agraria y el Banco Ganadero, El Banco Cafetero también goza de la excepción si en un plazo de 5 años a partir de la fecha de vigencia de la ley 5a. de 1973, destina no menos del 50% de sus colocaciones al sector agropecuario y no menos del 10% adicional a otras actividades de aumento.

Las entidades obligadas a suscribir deben invertir entre un 15% y un 25% de sus colocaciones en títulos de clase A y corresponde a la Junta Monetaria señalar el porcentaje de inversión dentro de los límites anotados así como sus plazos y tasa de interés. En la actualidad los títulos clase A tienen las siguientes características. Plazo un semestre interés 8% anual. Monto 6.5% de las colocaciones.

Los títulos clase B se emiten para ser colocados entre los institutos o empresas oficiales o de economía mixta. Las fuentes adicionales de recursos para el Fondo Financiero Agropecuario provienen de dos partes.

1. Cupo adicional de redescuento en el Banco de la República.
2. Contratación de empréstitos internos y externos por parte del Gobierno Nacional.

En virtud de lo anterior el Gobierno Nacional celebró con el BIRF el contrato 1357 por un valor total de US \$64 millones, en el cual con recursos de contrapartida suma aproximadamente \$400 millones habiéndose destinado \$3.815 millones al Fondo Financiero Agropecuario y el resto a la agroindustria e imprevistos.

Las actividades financiadas con recursos del fondo están encuadradas dentro de tres grandes grupos de acuerdo con el plazo.

Como: hasta dos años

Mediano: de dos años un día hasta 8 años

Largo: de 8 años un día hasta 15 años

Dentro de estos límites existen tasa de interés, tasa de redescuento, margen de redescuento específico para cada grupo.

y dentro de cada grupo existen plazos de acuerdo con las actividades financiadas, fijando el Fondo Financiero Agropecuario términos máximos y mínimos.

COMITE CONSULTIVO DEL FONDO FINANCIERO AGROPECUARIO

Fue creado en la reglamentación de la ley 5a. de acuerdo con el decreto número 2645 de octubre de 1980 con el fin de procurar un desarrollo armónico de los programas de financiación del sector agropecuario que con cargo a los recursos del Fondo Financiero Agropecuario, trace el ministro de agricultura y en desarrollo a lo dispuesto en el contrato de administración del Fondo Financiero Agropecuario. El comité consultivo del Fondo Financiero Agropecuario estará integrado así:

El Ministerio de Agricultura o su delegado.

El Gerente General del Banco de la República o su delegado.

Un miembro de la Junta Directiva del Banco de la República.

Un representante de los organismos descentralizados del orden Nacional adscrito al Ministerio de Agricultura.

El comité consultivo del Fondo Financiero Agropecuario ejercerá las siguientes funciones:

a. Distribuir el presupuesto de asignación crediticia entre las di-

ferentes actividades financieras, teniendo en cuenta el monto global de recursos y estructura de plazo establecido por la Junta Monetaria y los programas específicos señalados por el Ministro de Agricultura.

- b. Autorizar los traslados presupuestales dentro de los programas establecidos y solicitar a la Junta Monetaria las adiciones presupuestales cuando las circunstancias lo requieran.
- c. Recomendar a la Junta Monetaria la refinanciación y prórrogas de créditos otorgados cuando se reduzca considerablemente ó se pierda la inversión por razones de fuerza mayor o caso fortuito, dentro de los montos de que trata el literal (a).
- d. Reglamentar el control de las inversiones en los créditos agropecuarios con cargo a los recursos del fondo.
- e. Elaborar y someter a la aprobación del Ministerio de Agricultura las pautas a las cuales deberá sujetarse el Instituto Colombiano Agropecuario ICA, en la administración del fondo de asistencia técnica para los pequeños agricultores y ganaderos y la supervisión del respectivo servicio.
- f. Establecer los honorarios por conceptos de asistencia técnica.

- g. Revisar las formas documentarias y los trámites establecidos por el Fondo Financiero Agropecuario y disponer las modificaciones del caso de manera que se logre agilizar el trámite de las solicitudes de créditos.
- h. Controlar la ejecución del presupuesto de crédito programado y estudiar el presupuesto de gasto del Fondo Financiero que se presente a su consideración para someterlo a la aprobación del Banco de la República.
- i. Aprobar el programa de inversiones en asistencia técnica para pequeños agricultores y ganaderos que le presente el Instituto Colombiano Agropecuario ICA.

ASISTENCIA TECNICA

Es el servicio que se presenta a las explotaciones financieras con crédito del Fondo Financiero Agropecuario y que se comprende la preparación del proyecto de inversión la sustentación de la solicitud de crédito la dirección del uso, eficiente de los recursos disponibles y la prescripción de las tecnologías, de tal suerte que se logre incrementar la producción y la productividad y alcanzar los demás objetivos previstos en el proyecto correspondiente.

El uso de la asistencia técnica estará a cargo del ICA, de la Caja

de Crédito Agrario, Industrias y Mineros, el Banco Ganadero, el Banco Cafetero, los Fondos Ganaderos, las Cooperativas de producción Agropecuaria, las Asociaciones Gremiales y las Entidades Créditicias.

Estas entidades mencionadas podrán prestar directamente la asistencia técnica pero podrán autorizar bajo su responsabilidad, prestación de dicho servicio a profesionales independientes del sector a firmas especializadas de reconocida idoneidad y responsabilidad.

Todas las entidades prestamistas deberán exigir la asistencia técnica y verificar el cumplimiento de dicha obligación. El costo de asistencia técnica será determinado en común acuerdo entre las entidades prestamistas y el usuario del crédito dentro de los límites que para el respectivo semestre o año calendario determine el comité consultivo. Para el caso de pequeños agricultores ó ganaderos, el costo lo fijará el Ministerio de Agricultura y será cubierto con recursos del Fondo Asistencia Técnica para pequeños productores.

La supervisión de dicho servicio correrá a cargo del ICA con la colaboración del Inderena, si como consecuencia de la supervisión se establece que el servicio de asistencia no se está prestando en la forma técnica y con la debida oportunidad el ICA podrá cancelar la inscripción del profesional o firma responsable ó suspenderlo para la prestación del servicio en un lapso no superior a seis meses.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. En la mayoría de los planteles avícolas destinados a la producción de huevos, la carencia de capacitación en el manejo de la explotación avícola por parte de los propietarios y personal de servicio, ocasionan una baja en la producción.
2. En las granjas existentes en la región estudiada, la producción de huevos se realiza con poca tecnología; es por eso que encontramos mayor densidad de mano de obra, mientras el capital y las ganancias son menores.
3. No obstante ser la mayoría de los productores propietarios de expendios dedicados a la venta del huevo, éste se comercializa a través de diferentes canales, consiguiéndose con esto el producto llegué a un alto precio a manos del consumidor final.
4. En el mercado en el municipio de Santa Marta no existe control de precio en referencia a éste producto y es así como éstos fluctúan constantemente.
5. En la zona la referencia los avicultores no solicitan créditos no de fomentos ni diferentes a los créditos de la ley 5a. a pe-

sar de poseer granjas avícolas para la producción de huevos con poca tecnología óninguna y carecer del capital necesario para ampliar o mejorar las instalaciones y tener con que hacerle frente a los elevados costos de producción.

- NO "EXISTE"
D NIVEL
MAGDALENA
6. En el departamento del Magdalena no existe una verdadera política de fomento avícola, a pesar de existir organismos encargados para tal fin.

RECOMENDACIONES

1. Incrementar la producción de huevos no sólo en Santa Marta sino en el departamento del Magdalena, con el fin de obtener un volumen tal de producción capaz de hacerle frente a la demanda de la población para comercialización no se vea entorpecida.
2. Capacitar a los propietarios de las granjas avícolas, personal del servicio y además personas que tengan que ver con el manejo de la explotación avícola, mediante cursos programados por el SENA, ICA, Caja Agraria, etc., como sucede en el interior del país, con el fin de lograr un mejor manejo en los planteles avícolas, obteniendo esto se incrementan los niveles de producción.
3. Evitar la fluctuación de los precios del producto mediante política de precios definida en común acuerdo entre los avicultores

lograndose ejercer un control en los precios de los huevos procedente de otras regiones que son los que en forma directa causan trastornos al avicultor local.

No sé si que
falta una mayor
flexibilidad y
una menor
burocracia
tramiología?

4. Establecer para los productores de huevos del municipio de Santa Marta, un plan de fomento crediticio a fin que los avicultores tomen conciencia de la necesidad de solicitar créditos, para mejorar sus instalaciones o lograr una mayor tecnología en la explotación avícola.

5. Lograr darle importancia a la industria avícola no sólo en Santa Marta sino en el Departamento del Magdalena, mediante campaña de fomento programada por el ICA o la Caja Agraria, con el fin que el inversionista se interese por este sector tan importante en la estructura económica del Departamento, y así incrementar el número de granjas existentes para hacerle frente a la gran demanda que tiene el producto en la región.

- * 6. Recomendarle al ICA ó a la Caja Agraria, la construcción de un centro de diagnóstico en Santa Marta ya que el avicultor local para detectar las enfermedades de sus aves tienen que trasladarse a Barranquilla.

RESUMEN

La investigación de la comercialización del huevo se llevó a cabo en el Municipio de Santa Marta, Departamento del Magdalena, que limita con el Norte, el Mar Caribe, por el Sur Ciénaga y Aracataca, por el Oriente los Departamentos de la Guajira y Cesar, por el Occidente el Mar Caribe, el territorio municipal casi en su totalidad es montañoso con elevaciones hasta de 5.775 metros sobre el nivel del mar, en las cumbres de la Sierra Nevada de Santa Marta.

La población de este municipio es de 187.711 personas y su densidad es de 72.9 habitantes por Km².

La investigación de efectuó en distintos centros de producción.

La metodología se ubico en el tipo de observación descriptiva, utilizando el método empírico abstracto en la cual se tuvo como base la cuantificación de datos que nos permitieron determinar los índices sobre los cuales giran los problemas de producción, productividad y comercialización del huevo de gallina.

Los objetivos específicos del estudio fue la comercialización en lo referente a: almacenamiento, clasificación, empaque, transporte, como la determinación de los factores, variaciones estacionales y la cuantificación de los márgenes de comercialización.

Es de anotar que las granjas existentes en la zona de estudio, la producción del huevo se lleva a cabo con poca tecnología, debido a la carencia de capacitación en el manejo de la explotación avícola por parte de los propietarios y del personal de servicio; ocasionando una baja de producción.

La mayor parte de los productores son a la vez propietarios de expendios dedicados a la venta del huevo.

En el mercado local no existe control de precios con referencia a éste producto y es así como éstos fluctúan constantemente.

En el Departamento del Magdalena no existe una verdadera política de fomento avícola, a pesar de existir organismos encargados para tal fin.

SUMMARY

Investigation about Marketing the eggs was initiate in Santa Marta city, capital of Magdalena state. The state its locate at North most of Colombia limited with the Caribbean sea, South with Ciénaga and Aracataca, Eastward the states of Guajira and Cesar, Westward Caribbean sea also.

The land in the country its hilly with elevations at to 5.775 M. above sea level in the cones of Sierra Nevada of Santa Marta.

Population of Santa Marta it is 187.711 habitants with a density of 72.9 person per square kilometer.

The investigation took place in differents centres of production.

The methods used was tipe of observation descriptive, using the empirce abstract method based in the quanlity of dates and information obtaned that permitted us to determined the index of production marketing and problems of the chicken eggs.

The specific objctc of this study was the marketing looking into: storage, clasification, packing, transpörtation besides others factors such as wheaten anabise and the limit of comerce. We must remark that the tecnology used in the eggs Ranch actualy its nery poor consecuerce

of ignorance in the part of farmers or persons in care of services,
Resulting in low production.

Many of the persons who in the egg market bring the production in line
this means: production marketing and selling of the product its one
hand a control in farm prices its result so price for this product varies
constantly in this state there is not a true policy of encouragement you
this line of product however of will known organization establish for that
purpose.

BIBLIOGRAFIA

- Agustín Codazzi. Monografía del Departamento del Magdalena. Osprey Impresores, Bogotá, 1973
- Avícola Colombiana. Folletos de Alimentación y Manejo. 1979
- Asociación Colombiana de Incubadores. Organos divulgativo de incubar. septiembre 1980
- Clarence Bundy Ronal V. Deggins. La Producción Avícola. México, Compañía Editorial Continental, S. A. 1962
- Escamilla Arce, Leopoldo. Manual Práctico de Avicultura Moderna, 2a. Edición, México 1966
- Gaceta Avícola. Número 2, Bogotá septiembre 1980
- El Heraldó. Reforma de la ley 5a. de 1973. Edición 14.479 octubre 1980
- Legislación Sanitaria aplicable al procesamiento, almacenamiento, transporte y expendio de aves. Ley 09 Enero 24 de 1975. Centro Regional de Educación en Salud para la Costa Atlántica. CERCA.

Ministerio de Agricultura. Seminario sobre Avicultura. Maracay Venezuela, 25 de octubre 1964

Ministerio de Agricultura. Anuario Avícola de Colombia, Bogotá 1976

Ministerio de Agricultura. OPSA. Desarrollo de la Avicultura Colombiana. Bogotá 1975

Ministerio de Agricultura. Crédito Agropecuario. Bogotá 1973

Mc. Carthy E. Jerome. Comercialización un Enfoque Gerencial. 3a. Edición Buenos Aires, Editorial el Ateneo 1972.

Publicación Watt. Industria Avícola. EE. UU. abril 1979 No. 20

Pérez Mario - Estudio Económico. La Industria Avícola en Colombia INCUBAR. 1972

Rivera García Oscar, La Avicultura Colombiana, Pasado, Presente y Futuro. El Espectador, noviembre 24 de 1979.

Rendon C. Orlando. Influencia del Peso del Ave y del Sistema de Alimentación sobre la Producción del Huevo. Revista ICA No. 3

Stewart, La comercialización de los huevos y de las aves de corral.

Santo Aran. Las Aves y Sus Productos. 5a. Edición Madrid, Gráficas, Jaguies, S. J. 1965

Stanton. J. William, Fundamentos de Marketing, mayo 1975 Guanaguato México.

COMERCIALIZACION DEL HUEVO EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA

FORMULARIO PARA MAYORISTAS

Fecha _____

Lugar _____

Ciudad _____

1. Procedencia del huevo que usted compra
2. Fecha de compra del producto
3. Qué cantidad de huevo compra semanalmente?
4. A quién compra?
 - a. Productores
 - b. Otros mayoristas
 - c. Camioneros
 - d. Otros
5. Cuándo compra el huevo lo hace en: finca _____ pueblo _____
plaza _____ carretera _____ otros _____
6. Epoca de escasez _____
7. Epoca de abundancia _____
8. En qué forma realiza la compra?

a. Inspección	SI	NO
b. Muestra	SI	NO
c. Descripción	SI	NO



9. Cómo determina los precios: Directamente por
- a. Abastecedor
 - b. Otros mayoristas
 - c. Regateo
 - d. Otros
10. Qué cantidad de huevos pide semanalmente? _____
Causas: a. _____ b. _____ c. _____
11. Qué medios de transporte utiliza?
- a. Abastecedor _____
 - b. Mayorista usted _____
12. Cuánto paga por el descargue del huevo? \$ _____
13. Clasifica usted el huevo? SI _____ NO _____
14. Cuál es el valor del transporte a Santa Marta desde 'el lugar de procedencia.
- a. Procedencia _____ Valor _____ Distancia _____
 - b. Procedencia _____ Valor _____ Distancia _____
15. Compra el huevo empacado? SI _____ NO _____
16. Qué clase de empaque?
- a. _____
 - b. _____
17. Compra de contado? SI _____ NO _____
- a. Compra a crédito? SI _____ NO _____
 - b. Por qué tiempo? _____
18. Utiliza Crédito? SI _____ NO _____
- a. Por cuánto tiempo? _____
19. Vende a crédito? SI _____ NO _____
- a. Por cuánto tiempo? _____

11. Considera usted el huevo como un alimento importante? _____

12. A cuánto asciende semanalmente los gastos por concepto de la canasta familiar _____
13. Observaciones y sugerencias _____

NOTA: estrictamente confidencial.

COMERCIALIZACION DEL HUEVO

Fecha _____

Lugar _____

Ciudad _____

FORMULARIO PARA CONSUMIDORES

1. Acostumbra usted a comprar huevo _____
2. Con que frecuencia adquiere el producto: diariamente _____
Semanalmente _____ Cada 3 días _____ Otros _____
3. Cómo compra usted el huevo: Unidades _____ Docenas _____
4. Qué cantidad de huevos compra semanalmente.

5. A quien compra?
A mayoristas _____ Minoristas _____ Tiendas _____ supermercados _____
vendedores ambulantes _____
6. En que meses el producto es:
a. Más barato _____
b. Más caro _____
7. De las siguientes clases de huevo- cual prefiere
a. Rojo _____ b. Blanco _____
8. Qué uso le dá al huevo _____
9. Acostumbra usted aguardar el huevo? donde? _____
un día _____ dos días _____ tres días _____
10. Qué defecto y daños encuentra en el huevo que compra? _____

a. Mercado

b. Otras plazas

18. Epoca de abundancia _____ Escasez _____

19. Qué empaque utiliza para la venta del producto?

20. Observaciones y sugerencias.

COMERCIALIZACION DEL HUEVO EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA

FORMULARIO PARA MINORISTAS

Fecha _____

Lugar _____

Ciudad _____

1. Dónde compra usted el huevo?
2. A quién compra el producto?
 - a. Mayoristas
 - b. Minoristas
 - c. Camiones
 - d. Otros
3. Qué cantidad de huevos compra simultáneamente?
4. Fecha de compra del producto
5. Qué color de huevo compra _____
6. Clasifica usted el huevo? SI _____ NO _____
7. A quién vende
 - a. Restaurante
 - b. Instituciones
 - c. Amas de casa
 - d. Otros
8. En que forma realiza las transacciones?

- a. Instituciones
- b. Muestra
- c. Descripción

9. Cómo determina los precios de compra?

Directamente por:

- a. Mayoristas
- b. Regateo
- c. Otros

10. Cómo determina el precio de venta?

Directamente por:

- a. usted
- b. Regateo
- c. Otros

11. Qué cantidad de producto pierde semanalmente?

Unidades _____ \$ Valor _____

Causas _____

12. Qué medio de transporte utiliza para movilizar el producto?

13. Compra de contado? SI _____ NO _____

14. Compra a crédito? SI _____ NO _____

Por qué _____

15. Vende de contado? SI _____ NO _____

16. Vende a crédito? SI _____ NO _____

Por cuánto tiempo? _____

17. Dónde vende el huevo _____

20. De quién utiliza créditos para financiar sus negocios?
- a. Monto _____ Intereses _____ Tiempo _____
- b. Instituciones _____
21. Bases para fijar precios de venta:
- a. Precio de compra
- b. Precio de venta
22. Qué cantidad de huevos vende semanalmente?
- a. _____ b. _____ c. _____ d. _____
23. Quién vende?
- a. Otros mayoristas
- b. Minoristas
- c. Instituciones
- d. Consumidores
- e. Otros
24. A cuánto ascienden los gastos por impuestos?
- | | | | |
|-------------|-------|-------|--------|
| a. Alquiler | Gasto | Valor | Tiempo |
| b. Impuesto | Gasto | Valor | Tiempo |
25. Almacena huevos usted?
- a. Donde
- b. Capacidad
- c. Lugar
- d. Duración
26. Existe información comercial? SI _____ NO _____
27. Observaciones y sugerencias.