

DEMANDA SIGUE CRECIENDO

Consumo per cápita de pollo en el Perú se triplicó desde 1990

■ La ingesta del ave pasó de 10 kilos, en 1990, a 29 kilos, el año pasado

SILVIA MENDOZA

Pese a que fue señalado como el principal responsable de la inflación registrada el mes pasado, el pollo es y seguirá siendo una de las estrellas de las mesas peruanas. El notable incremento de su consumo durante los últimos años así lo confirma, pues además de ser una fuente de proteínas relativamente barata comparada con otras carnes, se ha convertido en protagonista de nuestra cocina.

Pedro Mitma, presidente de la Asociación Peruana de Avicultura (APA), reseña con una frase la evolución del consumo local de este producto: "El pollo ha pasado de ser la comida de feriados o de fiestas a ser el plato principal de la alimentación popular".

Así, no es extraño que el consumo per cápita anual en el Perú casi se haya triplicado en menos de dos décadas: en 1990 era 10 kilos y el año pasado llegó a 29 kilos.

Pero el peruano no es el único mercado que se ha rendido ante esta ave de corral, pues el crecimiento de su consumo es vertiginoso en toda la región, según cifras de la Asociación Latinoamericana de Avicultura (ALA). Un ejemplo claro es Ecuador, país donde el consumo anual per cápita pasó de 10,2 kilos en 1998 a 24 kilos el 2007, es decir aumentó en 135%.

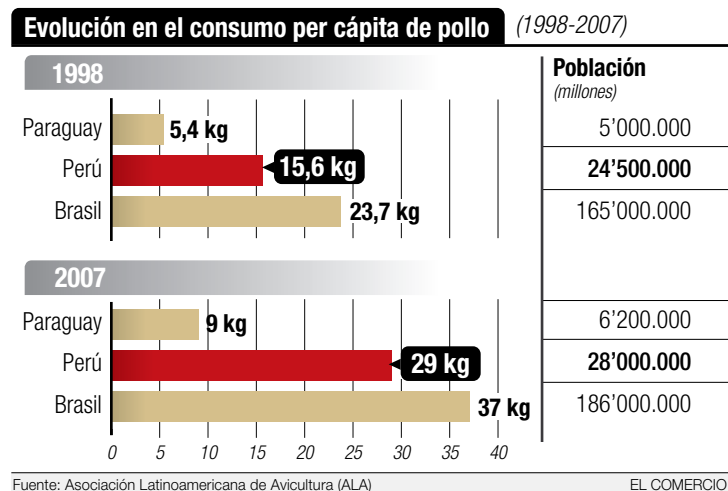
En el Perú la alta penetración del pollo en el mercado local explica también la preocupación de la opinión pública y de los analistas



DIRECTO A LA MESA. La preferencia por la carne de pollo es cada vez mayor en la población peruana, tanto por su bajo costo comparado con otras carnes como por su versatilidad y sabor.

El ave nuestra de cada día

El mayor consumo de pollo se explica por el crecimiento demográfico y por su uso masivo como fuente accesible de proteínas.



LAS CIFRAS

■ **37.714** toneladas de pollo se comercializaron en el mes de julio, es decir un 10,8% más que el mismo mes del 2007.

■ **33,4** millones de unidades de pollo mensuales se han criado entre enero y julio de este año, lo que implica un aumento de 4,1%.

■ **2,9%** bajó el precio del pollo ayer. Según el Minag esta tendencia continuará.

MARCHA AL CONGRESO

Pescadores apoyan cuotas de anchoveta

■ Expresan una posición opuesta a los armadores pesqueros, que exigen la eliminación del sistema



CONTACTO. Javier Velásquez recibe el acta del dirigente José Lozada.

La polémica por el Decreto Legislativo 1084 continúa. Cientos de pescadores reclamaron ayer en el Congreso que no se derogue la norma emitida por el Ministerio de la Producción (que establece cuotas individuales de pesca de anchoveta) y que se rechace la propuesta de la bancada humanista de eliminar este sistema.

Según la Federación de Pescadores del Perú, su reclamo consiste en "defender los derechos de miles de hombres de mar y la preservación de la anchoveta".

Previamente, la Asociación Nacional de Armadores Pesqueros (que agrupa a los dueños de naves) había adelantado que respalda la iniciativa humanista porque la aplicación del decreto sacaría del mercado a los pesqueros pequeños.

Sin embargo, los pescadores indicaron que los propietarios de naves de madera no serán perjudicados, ya que "los causantes de la pesca negra (ilegal) quieren seguir sin declarar lo justo". El dirigente José Lozada afirma que ellos están a favor de ordenar la pesca.

PRODUCCIÓN ES NORMAL, AFIRMA GERENTE

Juicio por la venta de Southern Perú no afecta sus operaciones

■ Menor cotización de sus acciones se debería a tendencia que están afrontando las cupríferas

"Las operaciones de Southern Copper en el Perú se están desarrollando con total normalidad", señaló Raúl Jacob, gerente de Planeamiento Financiero y Relaciones con los Inversionistas de la empresa, ante los recientes acontecimientos relacionados al juicio entre el Grupo México (dueño de la operación peruana) y Asarco en Estados Unidos.

Como se recuerda, en el 2005 Asarco acusó al Grupo México, en una corte de Texas, Estados Unidos, de aprovechar en ese año su condición de accionista principal de la empresa para hacer una transferencia de acciones de Southern Perú a Americas Mining Corp., subsidiaria del Grupo México, para de esta manera despojarlo de su activo principal.

El jueves pasado, el juez de



NORMAL. Southern estima que el lío judicial no ha afectado el valor de sus acciones. Atribuye la reciente baja a un retroceso general del cobre.

Texas que ve el caso, Andrew Hanen, adelantó parte del fallo al indicar que no consideraba que hubiera en esta transacción un intento explícito de perjudicar a Asarco, aunque el fallo final y completo lo daría a conocer re-

cién el 15 de setiembre.

Raúl Jacob dice que no considera que este problema legal haya afectado la cotización de la empresa en los mercados de valores donde está presente.

Sostuvo que si bien está ba-

jando la cotización de las empresas cupríferas en general, el valor de Southern Copper es uno de las que menos ha caído. En la Bolsa de Valores de Lima la cotización de Southern Copper se colocó ayer en S/.22,70, tras bajar 6,97%.

"Dentro de la cotización de acciones similares en el mundo, Southern está por encima del promedio", señaló.

El ejecutivo indicó que el adelanto del fallo del juez podría ser bien visto por el mercado, en el sentido de que no habría una transferencia fraudulenta del Grupo México, tal como en algún momento ha dado a entender Asarco. "En ese sentido, estamos bastante tranquilos y confiamos en que las cosas van a ir bien", señaló el ejecutivo.

Debe señalarse que es probable que el juez Hanen establezca una indemnización a Asarco por parte del Grupo México, la cual podría oscilar entre US\$80 y US\$200 millones. Esto será definido el 15 de setiembre.

CONTRATACIONES PÚBLICAS

No se publican fallos pese a exigencia legal

■ En el 2007 hubo 67 casos resueltos por arbitraje, pero solo 10 están en la web

Muchas controversias entre el Estado y las empresas por temas de contrataciones se resuelven mediante el arbitraje. Sin embargo, la mayoría de los laudos arbitrales no se publican tal como lo ordena la ley.

Según el informe anual del Consejo Superior de Contrataciones del Estado (Consucode), en el 2007 se resolvieron 67 discrepancias en compras públicas mediante el arbitraje. Sin embargo, solo 10 de esos laudos están disponibles en la página web de la institución.

"La actual ley obliga a los árbitros a enviar sus laudos al Consucode en el plazo de 5 días, pero esto no se cumple y es fundamental para la transparencia", dijo el abogado especialista en contratos con el Estado Carlos Peña Perret. "El reglamento de la nueva ley debería ser más específico so-

EL DATO

No hay sanciones

El Decreto Legislativo 1017, la nueva Ley de Contrataciones del Estado, dice que el Consucode impondrá sanciones cuando corresponda a los árbitros que no cumplan con remitir su laudo. Pero el reglamento no amplía este punto.

bre quiénes y cómo deben cumplir con dar publicidad a los laudos, pero el proyecto de reglamento que elaboró el Ministerio de Economía no dice nada al respecto", indicó.

Franz Kundmüller, secretario general y jefe de la Oficina de Arbitraje del Consucode, dijo que hay laudos que no se han colgado en la página web por problemas técnicos, pero que están disponibles para quien los requiera. Explicó que cuando se culmine con la reforma del Consucode (que será el Organismo Supervisor de las Compras Estatales) habrá un mejor uso de tecnología.

punto de vista

La fábula de la investigación de mercados

Rolando Arellano
Doctor en marketing



Cuatro caminantes cuentan sobre su estrategia para llegar a la meta. El primero, el Ciego, dice que prefiere ir con los ojos cerrados, "así no me preocupo de los problemas que vienen y caminos sin miedo, pues el que nada conoce nada teme". Además, "no voy totalmente desorientado, pues, aunque no uso la vista, me sirvo mucho del olfato". El segundo camina de espaldas, como un Cangrejo, le es difícil adivinar el futuro,

hace sus proyecciones en función del pasado, deduciendo que lo que viene será más o menos igual. "El pasado es lo único cierto", señala. El tercero, el Miope, marcha con la cabeza gacha, con la barba amarrada al primer botón de la camisa, pues "si se mira muy lejos uno se puede tropezar". Por eso prefiere ir despacio, probando siempre el siguiente paso, pues "Piano, piano, si va lontano". El cuarto gerente, Largavista, avanza mirando al horizonte, "para saber qué se viene y tener tiempo para prepararme para todos los problemas que se presenten".

“¿Cuál de estos cuatro gerentes llegará mejor al éxito: el Ciego, el Cangrejo, el Miope o el Largavista?”

En la vida empresarial encontramos con frecuencia estos cuatro tipos de gerentes. Están los Ciegos, que no usan información de marketing pues "así pierden

tiempo" y confían solo en su olfato para tomar decisiones. Avanzan entonces armados únicamente con su temeridad (o su inconsciencia). También están los gerentes Cangrejo, que solo usan información histórica, reportes de ventas, chequeos de distribución o informes de producción. Nunca hacen pretesto o pruebas de nuevos productos, y cualquier información más avanzada les parece esotérica o peligrosa. El tercer tipo, los Miopes, hacen algunos estudios de nuevos productos, y a veces hasta se aventuran a investi-

gar sobre cómo percibe la población su marca o su empresa. Pero prefieren los métodos clásicos: encuestas con tablas cruzadas, grupos de enfoque tradicionales o segmentaciones simples, "que no causen problemas". Finalmente, están los gerentes Largavista, que estudian las tendencias del mercado y buscan conocer cómo cambian los gustos, actitudes y valores de la población. Segmentan a sus consumidores más finamente y tratan de ver más allá que sus competidores, aunque no se preocupen mucho por lo que pasa en el momento.

¿Cuál de estos cuatro gerentes, Ciego, Cangrejo, Miope o Largavista llegará mejor al éxito? Difícil de afirmar, pues un Largavista que so-

love el futuro y no el presente estará tan desarmado como el Miope, que no tiene proyección o el Cangrejo que no mira adelante. Más bien, el gerente moderno debe invertir en la mejor información que pueda obtener, pasada y futura, simple y sofisticada, aplicándole además su instinto, para convertirla en estrategias exitosas. Lo que no debe hacer es creer que actuando como el Ciego —pensando que economiza al cerrar los ojos a la información científica para la toma de decisiones— logrará llegar eficientemente a sus metas. Esa sí es una fábula. No la olvide, ahora que está planeando sus actividades del 2009.

*CENTRUM/ARELLANOMARKETING, INVESTIGACIÓN Y CONSULTORÍA