

# EL PRESENTE DE NUESTRA AGRICULTURA

Sección a cargo del Departamento de Economía y Política Agraria del CRIDA 11 (INIA)

## PROSPECCION DEL MERCADO DE LA CARNE DE AVES EN LA PROVINCIA DE LAS PALMAS

La producción de carne de aves en el archipiélago ha tenido hasta ahora escasa incidencia en el consumo total debido a factores estructurales y de mercado que han impedido su despegue.

Como puede apreciarse en el cuadro adjunto, la carne de ave, pollos y gallinas sacrificados en la provincia, sólo cubrió el 11 por ciento del consumo total provincial en 1976, ascendiendo al 16 por ciento en 1977; este débil grado de cobertura pone de manifiesto la fuerte dependencia exterior que sufre Canarias en este producto de primera necesidad.

	1.976 (Tm.)	1.977 (Tm.)
(1) Carne de ave sacrificada en la Provincia	612,9	1.118,4
(2) Carne de ave importada	4.824,2	6.895,8
(3) Total	5.437,1	8.014,2
Grado de cobertura	11 %	16 %
(1) x 100 (3)		

### Razones de la anterior situación.

Varias han sido las causas que han motivado este estado de cosas, entre otras:

- 1ª) El régimen de Puertos Francos, que ha permitido la entrada de pollos congelados a precios "dumping", cuyas cotizaciones no guardan relación con su verdadero coste de producción, haciéndolos así altamente competitivos en detrimento del pollo producido en el país.
- 2ª) La estructura de explotación, en la mayor parte de los casos de pequeña dimensión, con escasa asistencia técnica y falta de adecuados canales de comercialización.
- 3ª) La carencia de una entidad promotora que ofreciese el marco adecuado a los avicultores, proporcionándoles los factores de producción y asistencia técnica y, por otra parte, adquiriéndoles y comercializándoles el producto. Esta fórmula ha facilitado en otras áreas de producción el desarrollo de este subsector.

4ª) La fuerte inversión que supone el montaje de una nave de broilers para un pequeño agricultor, que no quiere asumir el riesgo ante un mercado no protegido.

5ª) La falta de una línea de crédito barato para el desarrollo de este subsector.

Bien es sabido que el pollo de carne, al ser monogástrico, no necesita ración de volumen y, por lo tanto, su producción no tiene, necesariamente, por qué estar ligada a la tierra; su alimentación está basada principalmente en cereales, pienso, tortas oleaginosas de alto contenido proteico y otros productos que se compran en el mercado internacional a precios más ventajosos. Si a este hecho unimos el privilegiado clima de Canarias que podría permitir su explotación sin grandes instalaciones, no ofrece duda que, con una racional estructura de explotación y comercialización, hay espacio económico para este producto, que si bien antaño fue manjar de grandes ocasiones, hoy es de primera necesidad.

### Algunos datos de un estudio sobre el tema

Conscientes de la falta de análisis de base que ayuden a proporcionar alternativas para el desarrollo de este subsector, se ha llevado a cabo un estudio preliminar sobre los hábitos de compras, de consumo, y actitudes del ama de casa, ante la carne de pollo, en colaboración con el Departamento de Marketing de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de La Laguna (\*).

Se efectuaron 400 entrevistas personales, mediante un cuestionario estructurado, entre las amas de casa de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria.

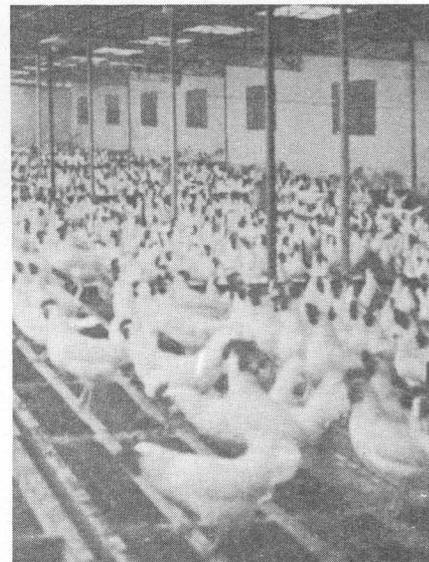
De los resultados de dicha encuesta parece ser que lo más frecuente es que se compre esta carne una vez a la semana (41,5 por ciento de las encuestadas) seguido de dos veces al mes (21 por ciento). No se compra nunca en el 11 por ciento de los casos, principalmente porque se prefiere otras carnes (92 por ciento).

La unidad de compra más frecuente es un kilogramo y medio (28 por ciento), seguido de dos kilogramos (26

por ciento). El consumo de pollos no presenta grandes oscilaciones estacionales y permite emitir la hipótesis de un consumo regular a lo largo del año.

El pollo se consume cualquier día de la semana según el 44,5 por ciento de los encuestados, y sólo el 23 por ciento reserva el pollo para días festivos; lo cual hace pensar que el pollo ha perdido la imagen de plato exquisito para ocasiones especiales.

Se compra más en el supermercado (51 por ciento) debido a la "comodidad" que ofrece este punto de venta al disponer de una amplia gama de productos. La cualidad más apreciable del pollo es su fácil y versátil preparación (73 por ciento), y el sabor ocupa un segundo lugar (20,5 por ciento).



La característica menos apreciada de pollo es su "cantidad de huesos" (61 por ciento).

El pollo congelado es el que más se compra (71 por ciento), hecho que se sabía a "priori" debido a las fuertes importaciones que se han venido haciendo en los últimos años. Se adquiere, principalmente, por su oferta regular a lo largo del año y su rápida disponibilidad (38 por ciento), y porque resulta más barato que el pollo fresco (34 por ciento); de aquí que aquél tenga una elasticidad de sustitución alta, que hace pensar sea difícil su disminución, al menos que se aplique la tarifa especial

# X CONCURSO DE TARJETAS DE NAVIDAD

El Club Juvenil de nuestra Entidad ha convocado el X Concurso de Tarjetas de Navidad con arreglo a las siguientes bases:

**PRIMERA.**— Podrán tomar parte en el mismo, niños y jóvenes que cursen estudios en centros de enseñanza de la provincia de Las Palmas, en edades comprendidas entre los 6 y los 17 años.

**SEGUNDA.**— El tema de los trabajos ha de basarse necesariamente sobre la Navidad.

**TERCERA.**— Se considerará como mérito la originalidad del dibujo en el sentido de la creatividad.

**CUARTA.**— Los dibujos han de realizarse en las tarjetas confeccionadas al efecto. Cualquier trabajo hecho en papel o cartulina que no sea la señalada, quedará automáticamente eliminado.

Las tarjetas pueden retirarse, a partir del 23 de Octubre, en el Club Juvenil de la Caja Insular de Ahorros de Gran Canaria, Triana 110, presentando escrito del Centro Educativo en el que se señalará el número de las mismas que precisa.

**QUINTA.**— El material a emplear en la confección de los dibujos ha de ser necesariamente lápiz, pastel, tintas, cera, o cualquier otro similar, no admitiéndose a concurso aquellos trabajos realizados con plastilinas, papel, palillos, etc.

**SEXTA.**— Se establecen las siguientes categorías:

A — 6, 7 años	D — 12, 13 años
B — 8, 9 "	E — 14, 15 "
C — 10, 11 "	F — 16, 17 "

**SEPTIMA.**— El concurso se desarrollará en dos fases:

## 7.1 PRIMERA FASE O SEMIFINAL

Esta fase consistirá en realizar una selección de aquellos trabajos que se presentarán a la final representando el Centro de Enseñanza. A tal fin:

a) Cada Centro Escolar nombrará un jurado, que seleccionará los dibujos que pasarán a la fase final en representación de su Centro, tras una exposición realizada en el mismo, o mediante simple selección efectuada por el jurado.

b) Todos estos finalistas recibirán un diploma acreditativo de su pase a la final.

c) Cada Centro Educativo enviará únicamente al Club Juvenil tres trabajos por cada uno de los seis grupos.

## 7.2 SEGUNDA FASE O FINAL

a) Los trabajos, seleccionados por los jurados de los Centros Educativos, máximo de tres por cada grupo, deberán entregarse en el Club Juvenil de la Caja Insular de Ahorros, Triana 110, antes de las 14 horas del día 1 de Diciembre de 1978.

b) El jurado de esta fase final, cuyo fallo será inapelable, estará compuesto por personalidades de reconocido prestigio en los campos de la pintura, el dibujo y la enseñanza.

**OCTAVA.**— Se establecen los siguientes premios:

## ALUMNOS.—

### GRUPO A: 6 — 7 AÑOS

- 1º Un juego de transmisores.
- 2º Un reloj.
- 3º Un transistor.
- 4º CINCO PREMIOS consistentes en una caja de juegos cada uno.

### GRUPO B: 8 — 9 AÑOS

- 1º Un juego de transmisores.
- 2º Un reloj.
- 3º Un transistor.
- 4º CINCO PREMIOS consistentes en una caja de juegos cada uno.

### GRUPO C: 10 — 11 AÑOS

- 1º Un juego de transmisores.
- 2º Un reloj.
- 3º Un transistor.
- 4º CINCO PREMIOS consistentes en una caja de juegos cada uno.

### GRUPO D: 12 — 13 AÑOS

- 1º Un cassette.
- 2º Un juego para televisión.
- 3º Una cámara fotográfica.
- 4º CINCO PREMIOS consistentes en una radio—despertador cada uno.

### GRUPO E: 14 — 15 AÑOS

- 1º Un cassette.
- 2º Un juego para televisión.
- 3º Una cámara fotográfica.
- 4º CINCO PREMIOS consistentes en una radio—despertador cada uno.

### GRUPO F: 16 — 17 AÑOS

- 1º Un cassette.
- 2º Un juego para televisión.
- 3º Una cámara fotográfica.
- 4º CINCO PREMIOS consistentes en una radio—despertador cada uno.

## CENTRO ESCOLARES

Un lote de libros a cada uno de los Centros a los que pertenezcan los concursantes que alcancen el primer premio en cada uno de los seis grupos.

## MAESTROS PROFESORES

Una calculadora científica con cronómetro y alarma de cinco tiempos.

**NOVENA.**— Los primeros y segundos premios, así como una selección de los demás trabajos galardonados, serán expuestos en la Sala Cairasco durante las fechas que oportunamente se anunciarán.

**DECIMA.**— La entrega de premios se realizará en un acto público en el lugar, día y hora que previamente se dará a conocer.

para este producto y, al mismo tiempo, se imponga una rígida normalización en los pollos sacrificados en las islas para homologarlos, e incluso superarlos, en calidad, a los importados.

Una muestra del efecto que produciría un descenso del precio del pollo fresco es que, en ese caso, el 66 por ciento de las encuestadas comprarían sólo éste; el 13 por ciento seguiría con el congelado y al 22 por ciento le sería indiferente comprar cualquiera de los dos.

Las amas de casa que compran carne de pollo fresco lo hacen porque lo consideran más nutritivo (52 por ciento) y en segundo lugar porque tiene mejor sabor (32 por ciento).

El pollo se compra "troceado" en el 63 por ciento de los casos, lo que es indicativo de que existe una propensión por parte del consumidor a aceptar la presentación de esta carne en bandejas preembaladas, como va siendo práctica en algunos supermercados de esta capital. La principal razón aducida para esta forma de compra, es la "comodidad" que representa para el ama de casa.

El ajuste de un modelo econométrico a los datos de la encuesta revela que, al 5 por ciento de nivel de significación, la renta familiar disponible no influye en el consumo de pollos; no obstante, la estructura familiar sí ejerce influencia al mismo nivel de significación, todo lo cual sería indicativo de que la elasticidad—renta de la carne de pollo es baja y, por lo tanto, incrementos porcentuales de la renta familiar no inducen la misma variación en el nivel de consumo.

Como conclusiones, se detecta que hay una predisposición del consumidor de Las Palmas a adoptar la carne de pollo fresco si se vende a un precio y calidad razonable; que habrá un techo de consumo interior debido a la baja elasticidad—renta, pero que existe una amplia cuota de mercado interior que es preciso cubrir, lo que constituye un reto a los avicultores que se incorporen a este subsector, para lo cual se requiere una gran dosis de técnica, capacidad empresarial y medios financieros.

A este respecto, la labor que podría realizar SODICAN, a través de su plan ganadero, para impulsar el subsector en cuestión, pensamos ha de resultar fundamental.

Enrique Rolo Rodríguez

Fuente: Boletín de Información de Precios y Mercados de la Delegación del Ministerio de Agricultura.

(\*) Sección de Empresariales de Las Palmas. En dicho estudio han colaborado los alumnos Sres. Melián Doblado, Guerra Alonso, Pérez Sánchez, Fuentes Rojas, Arias Rodríguez y Kessomal Kaknani.