

¿PUEDEN LOS PERROS VOLAR?

Francisco VILLEGAS

fcovillegas@hotmail.com

La respuesta es un rotundo NO, dadas las características de forma y peso de este animal. Si la pregunta es ¿pueden los empresarios del sector avícola de carne pactar una elevación de precios por encima de la que establece el mercado? La respuesta es NO, dadas las características del producto y del mercado, con igual rotundidad que en la primera pregunta.

Esta segunda afirmación requiere unos determinados conocimientos, que los responsables de la Administración de evitar acuerdos de precios entre empresas conocen o deberían de conocer, y que vamos a recordar.

El precio de un artículo, en un mercado con la única intervención individual de compradores y vendedores, se forma por la incidencia de la cantidad ofertada sobre las decisiones de compra respecto a distintos precios de los compradores —esto último conocido como "curva de demanda".

La oferta de pollo de una semana es el resultado de diversas decisiones tomadas, algunas de ellas con meses de antelación, pero de forma determinante por la incubación de los huevos de los que nacerán los pollitos que serán los pollos que, un tiempo después, se ofertaran en el mercado. Por tanto, la oferta del pollo cebado de una semana no es una variable en manos de la producción, sino una constante. Es pues una oferta de la cantidad de pollos que decidió con semanas —e incluso meses— de antelación y que es imposible modificar.

El proceso de crianza del pollo, como ser vivo que es, responde a sus características biológicas, comiendo y aumentando de peso en su fase de crecimiento —periodo en que es comercializado— con un incremento de peso diario superior a los cincuenta gramos diarios.

Por su parte, el cliente demanda pollo fresco de reciente sacrificio y de un determinado peso, que varía en una gama de unos 200 g, según las regiones

El precio se establece en las Lonjas *a priori*, el primer día de la semana y la realidad de las ventas puede significar que la cantidad ofertada ha coincidido con la demanda, o bien haya sido distinta. En este caso el ajuste entre oferta y demanda se logra retrasando o adelantando la salida de los pollos en granja, lo cual significa que

su peso es mayor en el retraso y menor en el adelanto y éste es, precisamente, un importante indicador de la variación del precio. Si los pesos son altos, el mercado está a la baja y viceversa.

El producto pollo es genérico, sensiblemente igual para todos los productores y las diferencias entre zonas, por pigmentación y peso, no evitan la competencia dentro de cada zona. La tecnología necesaria es fácil de conseguir y el número de empresas del sector es lo suficiente numeroso —cerca o superior a cien— para que no se puedan poner de acuerdo entre ellas. Esto encaja perfectamente en las condiciones para un modelo de mercado de competencia perfecta.

Atendiendo a lo expuesto, si los productores fijan un precio superior al que establecería el mercado, su decisión no modifica el comportamiento del consumidor, el cual reducirá su demanda al mayor precio ofertado. Esto significa, por tanto, que no se venderán todos los pollos, con lo que se plantea qué hacer con los pollos que han sobrado. Cómo estamos en un mercado de pollo fresco, no es posible el almacenaje, ni tampoco improvisar una congelación, por su elevado coste y sin tener la necesaria comercialización, lo que significaría unas pérdidas seguras para empresa que lo realice, perdiendo competitividad con respecto a sus competidores. Los pollos no vendidos aumentan de peso y su oferta provoca una disminución de precios, no un aumento, como a veces se afirma irresponsablemente.

Todo lo cual no niega que determinadas situaciones del entorno actúen como coordinadores involuntarios de la actuación de las empresas, como puede ser una brusca y fuerte elevación de los precios de las materias necesarias para la alimentación de las aves. Pero esto también es conocido por los expertos, que saben que cuando se dan unas circunstancias generales que generan unas mismas expectativas razonables pueden contribuir a determinados comportamientos individuales, pero al responder a unas mismas expectativas pueden parecer concertados. Pero aun así, los mecanismos de mercado no dejarán de actuar y el precio será el resultado de la superposición de las curvas de oferta y demanda.

El precio de los pollos sube y baja, pero a precios constantes y lo que ha hecho en los últimos años es bajar. ●

