

NOTICIAS A UN CLIC

Kimberly y Scribe, exoneradas de pagar sanción por cartel de cuadernos

Retail chileno desvincula a casi 17.000 personas en la región

El negocio de carros blindados tiene 50 empresas de transformación y alquiler

f Facebook

t Twitter

g+ Google +

in LinkedIn

Miércoles, Abril 13, 2016

“Vamos a producir 4,5 millones de huevos al día en 2017”



Bogotá_ Cuatro millones de aves, 16 centros de distribución y 280 camionetas le permiten a Huevos Kikes llevar su producto a 45.000 tiendas de barrio en 15 ciudades. Con este soporte, el gran objetivo será producir 4,5 millones de huevos diarios en 2017, según lo reveló en Inside LR el presidente de la compañía Juan Felipe Montoya.

El directivo también aseguró que tienen cerca de 12% del mercado, con lo que de los 252 huevos que consume al año un colombiano, su compañía estaría poniendo 30 de ellos. La meta en los próximos diez años es aumentar 25% la participación en el mercado y llegar a producir 10 millones de huevos diarios.

¿Cómo es el consumo de huevos per cápita al año?

Está en 252 huevos. Viene creciendo a una tasa, los últimos diez años, de 47%. Es impresionante lo que ha aumentado.

¿En las regiones cómo se mueve el consumo?

Más que el consumo, es la producción. El primero es muy difícil poder evaluarlo, pero entre más poblada la región será mucho más alta. 25% de la producción está en Santander; 25% en el centro del país y el otro 25% en el suroccidente, hablando del Valle del Cauca y Cauca. El porcentaje faltante está entre el Eje Cafetero, la Costa Atlántica y Antioquia.

¿Ustedes dónde venden más huevos: en las tiendas de barrio o los supermercados?

El 100% en las tiendas de barrio. 80% de nuestra producción está en la distribución directa en 15 ciudades. Tenemos 16 centros de distribución, 280 camionetas llegando a 45.000 tiendas, para una producción de 3,2 millones de huevos al día.

¿Cómo se mueve la producción nacional?

Tenemos, más o menos, 12% de la participación. Se producen entre 30 y 32 millones de huevos al día en Colombia. El segundo jugador puede estar en 1,8 millones de huevos al día.

¿Cómo le fue a la empresa el año pasado?

Fue un año muy duro. El impacto del dólar en las compañías del sector es muy fuerte. Una devaluación de 60%, cuando estábamos hablando de un dólar a \$1.700, va a recaer directamente al costo de producción del huevo: 70% es el alimento concentrado y 100% de ese alimento es importado.

Lo que ocurra en el costo es automáticamente trasladable al consumidor final. Fue un año difícil, no tan bueno como 2014, pero lo logramos sacar adelante. Para este año, vamos a crecer en un millón de huevos adicionales. Vamos a estar en 4,5 millones de huevos al día en 2017.

¿Qué más desarrollos van a tener?

Tendremos una planta de pasteurización tanto como de huevo líquido, como de cáscara. Es una patente, no existe ese tipo de producto y es innovador y diferente para la industria.

Con esto garantizamos estar libre de patógenos. Si por alguna razón está contaminada la materia prima con la que se está alimentando el ave, automáticamente va a quedar al interior del producto y no habría forma de volverlo totalmente aséptico a no ser que exista un proceso de despasteurización.

¿Cuál fue la inversión?

Desde finales del año pasado, tanto en ampliación como en los nuevos productos, ha sido de \$90.000 millones y va estar listo en diferentes etapas. De hecho, parte de lo que viene es una generación de energía a base de biomasa. Vamos a tener producción de huevo pasteurizado en junio o julio; energía en septiembre y producción de huevo a partir de mayo.

¿Cómo es el plan de internacionalización?

Es parte de nuestra meta. Para 2023, tenemos que estar internacionalizados. No hay transabilidad de huevos en el mundo, menos de 4% de lo que se produce se va a diferentes países y básicamente es entre fronteras: 50% es en la Unión Europea y 50% en el resto del mundo. Lo que pensamos en internacionalización es ir y estar en otros países con producción y con todo completamente.

¿Cuál es la meta de crecimiento y en participación?

El principal competidor es todo aquel que produzca huevo. El que sea que tenga la misma capacidad de llegar a una tienda y a un consumidor, como la tenemos nosotros, se convierte en un competidor. Somos 1.800 productores de huevos. 20 compañías tenemos 50% de la producción, entonces es bastante atomizado. El otro 50% es una economía bastante informal. La participación es 12% y pensamos llegar a tener 10 millones de huevos producidos en 2023 y todo depende de cuánto vaya a crecer la industria. El consumo per cápita va creciendo 47% y la industria viene creciendo al 4,7% en los últimos diez años. Queremos tener una participación de 25%.

¿Por qué no venden en supermercados?

Es parte de nuestra estrategia, no quiere decir que no vayamos a llegar a supermercados. Vamos a estar, pero primero queremos estar mucho más cerca al consumidor final. Las tiendas de barrio es la forma como nos vamos a conectar con el consumidor final. Este año estaremos en grandes superficies.

¿Cómo ve la propuesta de la reforma tributaria?

Complejísima. Pareciera que la única meta del Gobierno es recaudar a toda costa, y eso no está bien. Hablamos de un producto de la canasta básica. Todo lo que llegue de IVA va directamente al consumidor final.

¿Cuánto podría encarecerse el producto?

Hay un factor muy importante. Si un precio de venta del huevo es de \$300 en una tienda, un aumento de 5% son \$15, que no hay manera de absorberlos. Los márgenes son muy bajos con unos volúmenes muy altos, luego esos \$15 tienen que ser trasladados directamente al consumidor.

Pero lo que ocurre es que en las tiendas de barrio, donde está 70% del consumo, la moneda de menor denominación es de \$50, entonces si hablamos de subirlo \$15 no existe. ¿Cuánto va a subir? No sube \$15, sube \$50.

El perfil

Es administrador de empresas de la Universidad Autónoma de Bucaramanga y después cursó el programa de Alta Gerencia de la Universidad de los Andes y también el de Presidentes de Empresas de la misma institución. Ha trabajado por 16 años en la Incubadora Santander y hace tres años y medio es el presidente de Huevos Kikes. Montoya resaltó que el sector tiene una oportunidad “muy grande”, pues en países parecidos a Colombia, el consumo de huevo per cápita al año es de 360 huevos, por lo que “todavía tenemos bastante por crecer y hacer al interior de la población”.

La opinión

Ricardo Bonilla

Miembro de la comisión tributaria

“Con los productos de la canasta básica sucede que tenemos una situación mentirosa. No están gravados pero sí lo están los insumos”.