

Cadena de valor y circuito cárnico bovino en el Municipio Colón del estado Zulia (Venezuela)

Anido R., José D.
Mora S., Jorge L.

Anido R., José D.

Economista, Licenciado en Contaduría Pública, Magíster en Economía. Profesor Agregado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes
anidoriv@ula.ve

Mora S., Jorge L.

Licenciado en Administración de Empresas Agropecuarias, Magíster en Ciencias Contables. Profesor Instructor de la Universidad Nacional Experimental Sur del Lago "Jesús María Semprum" (UNESUR)
jorgemora63@gmail.com
jorgemora@cantv.net

Recibido: 02-10-07
Revisado: 18-06-08
Aceptado: 12-09-08

En este artículo se analiza el circuito cárnico bovino del municipio Colón del estado Zulia (Venezuela). Se fundamenta en la aplicación de un sistema de valor, compuesto por conjunto de actividades requeridas para producir, comercializar y proporcionar productos o servicios a los consumidores. En la primera parte, a partir de fuentes documentales secundarias, se caracteriza el circuito y se identifican las actividades generadoras de valor. Luego, con base en una entrevista estructurada (revisada y validada) aplicada de forma exhaustiva (no aleatoria), se representan las percepciones y perspectivas del circuito, así como su estructura y funcionamiento, que tienen los actores representativos y algunos expertos en el tema. Como resultado se destaca que del precio pagado por el consumidor final, el margen del productor representa el 40%, en tanto el de las comercializadoras es del 41%, y el de los expendedores detallistas el 19% para el año estudiado.

Palabras clave: Sistema de valor, circuito cárnico bovino, actores, actividades, margen de comercialización, Municipio Colón, Zulia, Venezuela.

RESUMEN

This article aims to analyze the beef chain in Colón Municipality (Zulia State, Venezuela), a national-wide well known area by its agri-food production (like beef meat), using value system concept which covers all activities needed to develop, to produce, trading and to supply goods or services to consumers. First of all, using secondary information sources, the authors characterized the structure and operation bovine chain; afterward they identified its value adding activities, as well as its trading margins were calculated. Main results revealed that primary producer's activities represent 41% of final price at consumer level, while 41% remunerates trading companies' functions and the rest (19%) goes to sellers located at the end of trading chain. This research considered all actors and functions since primary production to consumers, directed to support bovine management decisions, as well as future researches on agri-food and bovine issues.

Key words: Value system, beef chain, actors, activities, trade margins, Colón Municipality, Venezuela.

ABSTRACT

1. Introducción

La actividad ganadera se inició en Venezuela con la Conquista. El ganado fue traído de Europa e introducido por Colón en la Isla La Española, desde donde la actividad fue difundida a otras islas y a tierra firme (Cartay, 1992). En Venezuela suele tomarse como referencia ganadera a El Tocuyo, zona que ya en el siglo XVI se había convertido en centro de irradiación de la cría de ganado al resto del territorio, extendiéndose hacia Barquisimeto, Maracaibo y San Sebastián de los Reyes. Más tarde se extendería a los llanos occidentales, para luego abarcar en la segunda mitad del siglo XX casi la totalidad de la producción bovina en el territorio nacional. En el estado Zulia los ganaderos crearon un tipo de ganado de carne al que denominaron Santa Bárbara, y la entidad llegó a contribuir en la década de 1960 hasta con el 70% de la carne con la que se abastecía a Caracas y al centro del país, así como con el 80% del consumo nacional de leche, convirtiéndose en una zona de referencia en lo que a bovinos se refiere.

El Municipio Colón del estado Zulia está situado al suroeste de Venezuela y en la zona sur del Lago de Maracaibo. Con una extensión de unos 3.470 km² limita por el norte con el Municipio Catatumbo y el Lago de Maracaibo; por el sur con los estados Mérida y Táchira; por el este con el Municipio Francisco Javier Pulgar y por el oeste con el Municipio Catatumbo del estado Zulia. Se localiza a una altura de unos 10 m.s.n.m., con una precipitación media anual cercana a los 2.000 mm. Es reconocido ampliamente en Venezuela por su elevado potencial productor de rubros agropecuarios como plátano, leche, carne, queso, cambur, parchita, lechosa, palmito, tomate, pimentón y palma africana (Alvarado, 2006).

En esta zona se llevó a cabo un estudio con el

propósito de analizar el circuito cárnico bovino. Se justifica en el papel estratégico atribuido al sector ganadero para alcanzar el desarrollo de economías de países como Venezuela y, particularmente, de la zona sur del Lago de Maracaibo (constituida por el norte de los estados Táchira, Mérida y Trujillo, además del sur del estado Zulia, agrupando a veintiún municipios de los estados mencionados). Allí se producen, entre otros rubros, más de un millón de litros de leche diarios (casi 25% del total nacional), 20% de la carne bovina y 70% de la producción de plátano. La independencia de insumos alimenticios foráneos, junto con la elevada calidad nutritiva y organoléptica de los productos generados en forma competitiva, se ha unido al uso de tierras originalmente no aptas para producción vegetal, incluyendo el desarrollo de la frontera, lo que hace de la producción de bovinos una actividad estratégica desde el punto de vista agroalimentario.

La investigación correspondió al tipo analítico transeccional mixto (Hurtado, 2002), fundamentada en la aplicación de un sistema de valor, entendido como el conjunto de actividades requeridas para desarrollar, producir, comercializar y proporcionar productos o servicios a los consumidores. Se basó en la revisión documental de fuentes secundarias, para caracterizar al circuito cárnico bovino en la zona en estudio, su estructura y funcionamiento. Luego, mediante un formato de entrevista estructurada revisado y validado por tres expertos y aplicado en forma exhaustiva, no aleatoria, se recogieron las percepciones y perspectivas de expertos en el tema y de actores representativos del circuito sobre la estructura y funcionamiento del circuito en cuestión.

2. Elementos conceptuales

2.1. Valor y cadena de valor

La interacción de los agentes involucrados, además del análisis de costos y beneficios (entre otros), constituyen los elementos de referencia para cuantificar el valor que agregan las actividades del proceso productivo en cada eslabón del circuito cárnico bovino o a lo largo del sistema de valor. El punto de partida es la contabilidad. Según se indica en la Declaración de Principios Contables Número "0" (Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela, 2002), "la Contabilidad debe ser considerada tanto una actividad de servicio como un sistema de información y una disciplina descriptiva y analítica. Cualquiera de las acepciones o descripciones que se adopte de la contabilidad debe contener las cuatro bases que la definen: 1) la naturaleza económica de la información 2) medida y comunicada referente a 3) entidades económicas de cualquier nivel organizativo, presentada a 4) personas interesadas en formular juicios basados en la información y tomar decisiones sirviéndose de dicha información". En cualquier caso, la contabilidad tiene como propósito generar información para diferentes usuarios y de acuerdo con los destinatarios se divide en dos tipos: la financiera, centrada en la preparación y presentación de estados financieros contables para suministrar información útil para la toma de decisiones económicas a la mayoría de usuarios de la organización y externos a ella (como proveedores, instituciones financieras y gubernamentales, inversionistas, entre otros); y la administrativa o gerencial, rama cuyo propósito es preparar y presentar información directa para uso interno por parte del cuerpo gerencial o de los tomadores de decisiones respecto de la administración de la entidad.

De esta manera la contabilidad administrativa debe proveer información que cuantifique las actividades generadas por los procesos productivos. Se amplía entonces el campo original de la disciplina, entrando dentro de su objeto de estudio elementos como la cuantificación de costos y beneficios, que permiten mesurar el valor generado en una actividad u organización. Aparece la contabilidad de costos, originalmente con dos misiones: el costeo de productos para la realización de reportes externos y la responsabilidad contable para el control interno. Sin embargo, cuando los ejecutivos y directivos en las empresas utilizaban esas cifras para tomar decisiones, creyendo que se trataba de los verdaderos costos de la entidad (o de lo que Horgreen ha denominado el "enfoque de la verdad absoluta") aparecieron muchos problemas. Para remediar tal situación se agregó una tercera misión: la de ser proveedora de información de costos para la toma de decisiones (Hergert y Morris, 1989).

Esta circunstancia puso en evidencia lo inapropiado que resultaba utilizar la información de la contabilidad tradicional de costos para el análisis de la cadena de valor. La razón estriba en parte, según estos autores, en la incompatibilidad de sus enfoques correspondientes a la acumulación de costos. En su lugar resulta más apropiado utilizar un sistema contable diseñado específicamente para facilitar al análisis estratégico de los costos, en el que la cuantificación del valor e identificación de las actividades que lo crean sea la prioridad. A través de los estados financieros la contabilidad suministra información de las actividades realizadas en un período específico, así como de las decisiones sobre la base de la conducta humana orientada a obtener riqueza o valor mediante la combinación oportuna de los factores

de producción. El valor de los negocios se tiene sobre la base de los beneficios esperados por la inversión.

La noción intuitiva al hablar de valor se relaciona con el precio o con el costo de los bienes. La mayoría de las interpretaciones sobre el concepto de valor hacen referencia a éste como el grado de utilidad o aptitud de los bienes para proporcionar bienestar y satisfacer necesidades. Sin embargo, esta acepción tiene una connotación muy distinta cuando se hace referencia al término de valor de los negocios o valor empresarial. Las características de los sistemas productivos de una zona se convierten en las bases para describir las actividades económicas que en ella se generan, comenzando con la cuantificación de las capacidades productivas, la identificación de procesos, la optimización en el uso de los recursos, entre otros aspectos, con el propósito de determinar el valor agregado en cada fase.

En el contexto de una empresa, por ejemplo, el valor comúnmente se refiere a su potencial de generación de dinero. Específicamente, se estima económicamente con base en los flujos de efectivo esperados por la empresa, descontados por un factor que incorpora la inflación y el riesgo no diversificable de aquella. De manera que esta estimación refleja el valor esperado o intrínseco de la empresa (Woo, 1984). En economía, por otro lado, la idea de valor suele asociarse con la utilidad que proporciona a un consumidor un objeto determinado (comúnmente denominado valor de uso), o con la cantidad de alguna otra mercancía por la cual se puede intercambiar el objeto en cuestión (el valor de cambio). Entonces, si la otra mercancía es dinero, el valor del objeto es su precio (Bannock et al, 1988). Así, el valor puede definirse de varias maneras.

En términos competitivos puede considerarse como la cuantía monetaria que los compradores están dispuestos a pagar por lo que un oferente les proporciona. Se mide por el ingreso total, que refleja el alcance del producto si se atiende al precio y a las unidades que se puedan vender. Luego, una empresa opera con beneficios si el valor que impone excede los costos incurridos en la elaboración del producto. Considerando además lo expuesto por Lancaster (1975), los productos suelen verse como un conglomerado de atributos que pueden ser configurados de múltiples maneras para apelar a segmentos de consumidores que tienen diversas funciones de demanda. Este rasgo crea un potencial de diferenciación para los productos de una empresa (o de una localidad, como el caso que aquí se trata) y, por tanto, permiten cobrar un premium en el precio. Como resultado a determinada configuración de atributos del producto se atrae a un segmento específico de consumidores (i.e., ocurre una segmentación de mercados). Aparece así el concepto de la cadena de valor, entendida como el conjunto interrelacionado de actividades creadoras de valor, que se extienden durante todos los procesos desde la obtención de las fuentes de las materias primas para los proveedores de componentes, hasta que el producto terminado se entrega finalmente en las manos del consumidor.

2.2. El sur del Lago de Maracaibo y la producción de carne bovina

El sur del Lago de Maracaibo ha sido considerado históricamente como una región estratégica desde el punto de vista económico, por su producción de leche y carne (entre otros rubros agropecuarios). En particular, el Municipio Colón cuenta con excelentes condiciones agroecológicas y con los recursos necesarios para

el desarrollo de la actividad ganadera, así como con una infraestructura desarrollada en las unidades de producción agropecuaria y la agroindustria necesaria para respaldar el proceso. Todo esto ha favorecido el establecimiento de una ganadería bovina, que ha permitido mantener una producción significativa de leche y carne, y que se ha constituido en su sello distintivo frente a otras regiones del estado y del país. ¿Quién no ha oído hablar en Venezuela o ha degustado un conocido churrasco Santa Bárbara?; o ¿cuántos restaurantes publicitan que las carnes ofrecidas en su menú provienen de esta zona? Tales antecedentes han dado al Municipio Colón un protagonismo como uno de los municipios con mayor aportación a la producción cárnica al nivel regional y nacional, resaltando el nombre geográfico de Santa Bárbara, como una denominación asociada con un producto de calidad y con características especiales, destacado sobre los demás producidos en el país. Sin embargo, hasta el presente no se ha reconocido suficientemente su fuerza distintiva y prestigio a favor de quienes se han encargado de sustentarla, desarrollarla y promoverla, si bien es una producción con características óptimas y propiedades organolépticas distintivas.

Según el Frigorífico Industrial Santa Bárbara (2005), las categorías y clases de reses en canal ofrecidas son: a) Ternera (terneras y terneros, cuyo peso en canal supera los 70 kg); b) Óptima "AA" (novillos y novillas vacías, cuyo peso en canal supera los 220 kg); c) Excelente "A" (torettes y novillos con un peso en canal de más de 210 kg y novillas de más de 180 kg); d) Selecta "B" (novillos, torettes, toros, novillas y vacas vacías con un peso en canal de más de 140 kg); e) Superior "C" (novillos, torettes, toros, novillas y vacas vacías con peso en canal de más de 140 kg); y f) Estándar "D" (bovinos de cualquier peso).

En la evaluación de la canal bovina se determina su tipo y clase. Se puede subdividir en tipos, tales como la carne de res y ternera, basada en las evidencias de madurez y condición sexual al momento del sacrificio. Las clases de canales que pueden ser identificadas post mortem son esencialmente novillos, torettes, novillas, vacas y toros, en tanto las canales de las reses tienen una madurez más avanzada. El color del músculo es moderadamente rojo en las reses jóvenes y puede adquirir un color rojo muy intenso en canales de reses maduras. La grasa puede fluctuar del blanco marfil al amarillo oscuro y se presenta más estratificada y escamosa. Las costillas son más aplanadas y ligeramente rojas en canales de reses jóvenes. El cartílago muestra algo de osificación en las vértebras sacras y lumbares. Además, la determinación e identificación de las clases es muy importante ya que los patrones para las categorías en canal y las características cualitativas de las canales de las reses tienen mucha relación con su clase sexual.

El rendimiento cárnico al desposte comercial corresponde a la proporción de cortes deshuesados y con poca grasa derivados de la pierna (con nalga), los solomos (con lomito) y la paleta. Estos cortes mayoristas constituyen el 75% del peso de la canal pero proporcionan hasta el 90% de su valor monetario. De tal manera que el pecho, los lagartos, la falda y otros cortes comprenden el 25% del peso de la canal pero sólo alrededor del 10% de su valor monetario. Dada la importancia de la pierna, los solomos y la paleta, se toma el rendimiento al detal de estas piezas como referencia para estimar el rendimiento comercial y no el de toda la canal.

Entre los factores que más afectan el rendimiento comercial están el espesor de grasa en la 12ª costilla, el peso de la canal caliente y la muscularidad de la canal. En relación con el

primero, ocurre que a mayor nivel de grasa de cobertura el rendimiento disminuye. Es por ello que, cuando la grasa empieza a depositarse en forma acelerada sobre la canal durante el ciclo de crecimiento, el peso de la canal puede asociarse positivamente con su rendimiento comercial. Dada la base genética del rebaño nacional (fundamentalmente cebuinos, criollos y razas lecheras) que le confiere un carácter de magrez, se espera que prevalezca un amplio rango de peso donde la cantidad de grasa acumulada no llegue a anular el efecto positivo del peso de la canal sobre el rendimiento. En cuanto a la evolución de la muscularidad, debe prestarse atención al desarrollo muscular al volumen y perfil de la cadera, así como al ancho y a la longitud de la región dorso-lumbar y de la paleta, a pesar de que el cuarto trasero y el delantero tienen casi el mismo valor comercial y reciban así mayor atención en la evaluación de su muscularidad.

3. El circuito cárnico bovino en el Municipio Colón

Según Martin et al (1999) un circuito agroalimentario consiste en el seguimiento de un producto desde la producción hasta su empleo final como alimento. Fabré (citado por Martin et al, 1999, p. 20) y para efectos del análisis de políticas, ha señalado que el circuito "(...) se constituye en una sucesión de operaciones, seguido de una sucesión de transformaciones, de una serie de actores y una sucesión de mercados, lo que implica una serie de flujos físicos y su contrapartida monetaria así como comportamiento de actores, guiados por sus intereses, económicos o de otra naturaleza".

El circuito cárnico bovino, visto como el curso seguido por el producto desde que sale de las unidades de producción (como ganado en pie de

manos del productor) hasta que llega al consumidor final (como carne fresca apta para el consumo humano), se encuentra estructurado de la siguiente forma: pasa por una serie de cambios de propiedad entre los diferentes actores presentes y se encuentran evidencias de la existencia de varios circuitos, dependiendo del número de actores involucrados, percibidos como la representación de quién ejecuta la actividad en la ruta que sigue el producto entre esos dos extremos del circuito bien definidos. En el caso de Venezuela se ha delineado uno constituido hasta por ocho o más participantes (Gráfico 1, en la que además se incluyen las importaciones de carne realizadas por el gobierno para surtir a la red MERCAL, para incentivar el consumo al ofrecer carne a menor precio al detal).

El circuito cárnico bovino, visto como el curso seguido por el producto desde que sale de las unidades de producción (como ganado en pie de manos del productor) hasta que llega al consumidor final (como carne fresca apta para el consumo humano), se encuentra estructurado de la siguiente forma: pasa por una serie de cambios de propiedad entre los diferentes actores presentes y se encuentran evidencias de la existencia de varios circuitos, dependiendo del número de actores involucrados, percibidos como la representación de quién ejecuta la actividad en la ruta que sigue el producto entre esos dos extremos del circuito bien definidos. En el caso de Venezuela se ha delineado uno constituido hasta por ocho o más participantes (Figura 1, en la que además se incluyen las importaciones de carne realizadas por el gobierno para surtir a la red MERCAL, para incentivar el consumo al ofrecer carne a menor precio al detal).

El sector productivo (primer eslabón del circuito) en el caso analizado, se localiza en el Municipio Colón, con una superficie total de 3.470

kilómetros cuadrados, equivalente a unas 347.000 hectáreas; representa el 6,89% de la totalidad territorial del estado Zulia (que alcanza 50.362 kilómetros cuadrados o 242.900 ha). El 70% del área del municipio tiene un uso pecuario, distribuida en 1.698 explotaciones (INFOAGRO, 2001). El sistema de producción predominante es el de doble propósito (leche y carne), que se realiza bajo condiciones particulares como son la presencia de un mestizaje o mosaico bovino de las razas: Criollas cebuinas, Pardo suizo y Holstein; un manejo semiextensivo, con

predominio de pastoreo rotativo en potreros de gran tamaño; escaso control reproductivo; condiciones sanitarias básicas; mano de obra eventual extranjera (predominantemente colombiana) y escasa asistencia técnica.

La producción de carne representa un importante rubro en la generación del valor productivo animal de la zona. Está concentrada en las parroquias El Moralito, en la vía Santa Bárbara-El Vigía, 39,10% del total municipal; San Carlos, 21,50%; Santa Bárbara, 7,30%; Santa Cruz, 16,73%; y Uribarrí, 15,37% (Cuadro 1). En cuanto

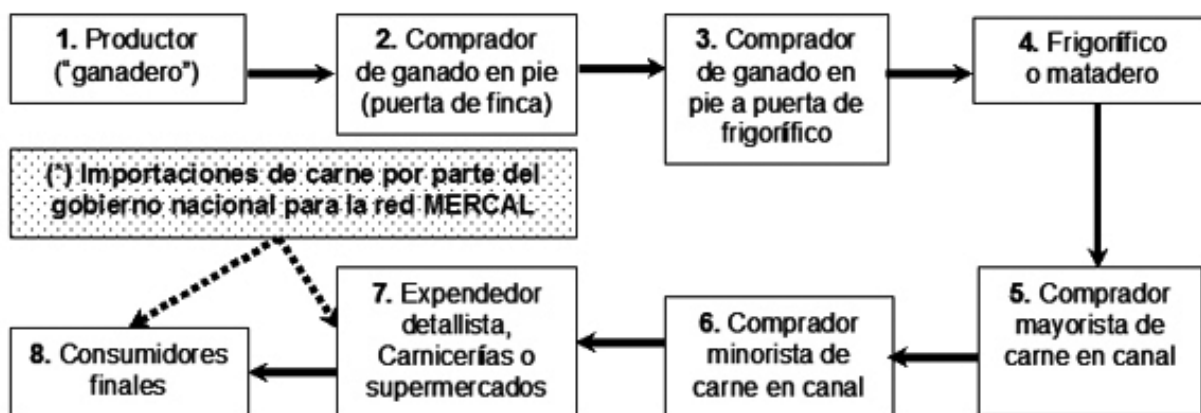


Gráfico 1. Municipio Colón: Diagrama de los actores y secuencias de la agregación del valor en el circuito cárnico bovino

Fuente: Elaboración propia, con base en Urdaneta (1997).

Cuadro 1
Municipio Colón: Superficie, población y explotaciones ganaderas, año 2001

Variable	Parroquias					Total Municipio Colón
	San Carlos	Moralito	Santa Bárbara	Santa Cruz	Uribarrí	
Superficie (Km ²)	556	950	354	1.230	380	3.470
Población (hab.)	20.937	26.131	47.008	7.825	7.066	108.967
Nº de explotaciones ganaderas	365	664	124	284	261	1.698
Existencia de Ganado (Nº de cabezas)	36.761	142.760	38.226	138.649	52.859	409.255

Fuente: Elaboración propia, con base en el Censo Agrícola del estado Zulia (INFOAGRO, 2001) y en el Informe de Fiebre Aftosa del segundo semestre del año 2004 (SASA-MAT, 2004).

a las existencias de ganado, Moralito y Santa Cruz constituían en el 2004 las parroquias con mayor concentración de cabezas, predominando en ellas las vacas y los becerros, similar a lo que ocurría en las restantes categorías. La carne producida en la zona se destina en muy poca proporción al consumo interno del municipio, pues la mayor cantidad es distribuida en el resto del estado Zulia y del país.

La producción la realiza exclusivamente el sector privado, constituido por los productores dedicados a la cría, levante y ceba de bovinos en sus explotaciones para ofrecerlos al mercado. Es un proceso que dura alrededor de 30 meses, desde el nacimiento de la res hasta que alcanza un peso promedio de 500 kg (caso de los machos). Tiene lugar en la misma unidad de producción, o bien puede reunir varias de ellas, dependiendo del sistema productivo aplicado en la explotación. La negociación consiste en la primera actividad desarrollada por las comercializadoras, al absorber la producción bovina de la zona y sus alrededores, para cubrir la demanda de sus clientes al nivel nacional, regional o local. En esta fase contactan a los productores que disponen de reses aptas para beneficio, acordando el precio y las condiciones de la negociación. El siguiente nivel está representado por las comercializadoras de ganado¹, empresas cuya actividad principal es concentrar las actividades de comercialización desde la negociación de reses en pie hasta la distribución en canal dentro y fuera del municipio. De esta manera disminuye el número de los intermediarios, pues realizan el contacto directo

con los productores, gestionan el transporte en pie hasta el frigorífico y contactan con éste el servicio de matanza. Esta última etapa corresponde al proceso de transformación de la carne en canal y ponerla a disposición de distribuidores de la zona, del estado o del país.

En primer lugar, se encargan de colocar y negociar su producto a los diferentes clientes al nivel nacional o regional, abasteciéndose en las unidades de producción de la zona con las reses que requieran para cubrir las necesidades de sus pedidos. Es allí cuando se acuerda junto con los productores el precio por kilogramo de carne en pie, se pesan los animales para determinar las cantidades que serán transadas y se lleva a cabo la compra-venta de los mismos. Luego se trasladan a las oficinas del Ministerio de Agricultura y Tierras para tramitar la Guía Única para la Movilización de Animales, Productos y Subproductos derivados de éstos y luego contratar el transporte del ganado hasta el frigorífico.

En esta etapa se encargan de gestionar con los frigoríficos localizados en la zona (el Frigorífico Industrial Sur del Lago C.A., FRISULCA, ubicado en Santa Cruz; o el Frigorífico Agroindustrial Santa Bárbara S.A., FIBASA), el servicio de beneficio o sacrificio de las reses. Después se transportan las canales a los centros de distribución o a los expendios, según sea el caso, al nivel nacional, regional o local. En esta fase final se establece el precio de venta del kilogramo de carne en canal, con el cual culmina la participación de las comercializadoras de ganado dentro del circuito.

1 Al momento de realizar esta investigación se identificaron seis importantes comercializadoras en la zona: Frigorífico Industrial Sur Del Lago (FRISULCA), Distribuidora de Carnes DISCARSIL, Distribuidora VENECARNE C.A., Comercializadora El Caney C.A., Comercializadora Santa Bárbara C.A. y Comercializadora Colón C.A. Mayores detalles pueden encontrarse en FIBASA (2004).

En el caso del mercadeo de la carne en el Municipio Colón, se presenta una situación característica de las zonas productoras, en donde la mayor parte de la producción se destina a otros mercados nacionales. Se cubre así un elevado porcentaje de la demanda nacional de este bien y los expendedores locales son los actores que compran la carne en canal, que luego ofrecen directamente a los consumidores. Es el caso de los supermercados y carnicerías ubicadas en la zona. En total se identificaron 74 expendios en el municipio, discriminados por parroquias como sigue: Santa Bárbara y San Carlos (40), Moralito (20), Uribarrí (9) y Santa Cruz (5).

En cuanto a los consumidores, los actores finales del circuito, son quienes satisfacen sus necesidades alimentarias y nutricionales (en este caso se asocian con un alimento que provee proteínas, grasa, hierro, fósforo, riboflavina y niacina, entre otros nutrientes) mediante el uso del bien generado en el proceso productivo. Realizan las actividades de compra, almacenamiento, preparación y consumo (demandantes del producto final, en este caso la carne). Según su comportamiento en el mercado pueden ser familias, instituciones o empresas, en tanto los precios que deben pagar por el producto generalmente no son diferentes entre ellos (varían, en todo caso, dependiendo del establecimiento de compra). En general la cantidad que consumen varía de un estrato a otro, de manera inversamente proporcional al precio. Actualmente los precios a este nivel se encuentran regulados por el Estado venezolano, política vigente desde 2002.

Un estudio reciente realizado en el Municipio Maracaibo del estado Zulia (Segovia et al, 2005) ha permitido caracterizar a los consumidores de carne bovina de esta ciudad como sigue: el 80% de los consumidores de carne (de una muestra

aleatoria de 110 expendios) pertenecía a las clases socioeconómicas C y D (estratos de ingresos más bajos), correspondiendo 65% a mujeres, 89% con edades entre 15 y 60 años, con trabajo fijo y vivienda propia (el 61% y 84%, respectivamente). En cuanto al lugar y la frecuencia de compra estos autores señalan que no existían diferencias significativas entre las clases, si bien la magnitud comprada varía entre ellas: la E destinaba menos dinero de su presupuesto para la compra y, por tanto, adquiría menores cantidades que las clases A/B, C y D, con diferencias significativas entre ellas. El consumo promedio de carne para la muestra era de 2 veces por semana, en tanto que el color era el atributo decisivo al momento de la compra del producto. Además adquieren principalmente carne de primera, que les permite preparar mayor variedad de platos, si bien señalaban que tenía un rendimiento menor que el de las restantes (como la de aves). En síntesis, la conducta del consumidor de carne de la zona en referencia, por clase socioeconómica, estaba determinada por factores de naturaleza psicológica y por los atributos del producto.

En cuanto a las actividades, en el circuito en estudio se realizan una serie de actividades primarias y de soporte, desde la producción hasta el consumo, cuya secuencia se detalla en la Figura 1 referida en la sección anterior.

El transporte en pie permite el traslado de las reses desde la unidad de producción hasta el frigorífico. Es una especificación que se estipula en el propio acuerdo de negociación. En el caso particular del circuito objeto de análisis la mayor parte de esta actividad es realizada por la Asociación de Transporte Sur del Lago. Es una organización de soporte que agrupa a 18 miembros, quienes cuentan con 25 camiones con una capacidad para transportar 20 animales con

un peso de 10.000 kg aproximadamente, con un promedio de 500 kg cada uno. El precio del flete varía según la distancia del recorrido, las condiciones de la vialidad y el número de reses a transportar². El beneficio o sacrificio, como se indicara, se realiza por medio del servicio que prestan los frigoríficos FIBASA y FRISULCA a las comercializadoras de ganado o a los mismos productores, a cambio del cuero y otros subproductos o bien por una suma establecida por aquellos.

El mayoreo de carne en canal es la actividad realizada por las comercializadoras de ganado, junto con uno de los frigoríficos (FRISULCA), que ofrecen dentro de sus servicios el de la comercialización. En esta fase del proceso las canales de carne requieren, después de su beneficio, ser conservadas en frío. Los frigoríficos cuentan con cavas refrigeradas en las que se preservan las canales hasta tanto se despachen a los minoristas o detallistas.

El transporte en canal se refiere al traslado de las canales desde el frigorífico hasta los detallistas; corre por cuenta de las comercializadoras o del comprador, dependiendo de las condiciones que sean estipuladas en la negociación. Por su parte los detallistas cuentan con una infraestructura instalada para ofrecer la carne a los consumidores finales, tanto dentro de la zona como fuera de ella. Generalmente corresponde a los expendios especializados tradicionales (las carnicerías), desplazados en años recientes por los supermercados y cadenas de distribución que ofrecen el producto como parte de la tendencia a ofrecer todos los productos en un mismo establecimiento. Dentro de ellos hay

algunos especialistas informales (bodegas) o locales situados en las orillas de carreteras. Sin embargo, esto último es característico de los despostaderos y mataderos artesanales, donde se ofrecen a los conductores que transitan por estas rutas carnes frescas (no obstante el hecho de que muchas veces no cumplen con la normativa sanitaria ni tampoco con otras especificaciones zoosanitarias previstas en la ley).

4. Comportamiento de la producción y los precios de la carne bovina en el Municipio Colón

Para calcular la cantidad de carne producida en el municipio Colón durante el año 2004, se procedió a consultar las Guías de Movilización de Ganado del Servicio Autónomo de Sanidad Agropecuaria (SASA), del Ministerio de Agricultura y Tierras (SASA-MAT, 2005), referidas a cargamentos con destino a los frigoríficos localizados en la zona. Para tramitar la referida guía de movilización debe consignarse en el SASA copia anexa del Registro Ganadero y del documento del hierro o hierros con los que estén marcados los animales, así como la respectiva revisión del colectivo anual del SASA para verificar la aplicación de vacunas necesarias y estipuladas por la normativa vigente. Luego de este trámite se procede a la compra de la planilla (en el 2004 tenía un precio de Bs. 3.500³) y el pago de un canon (de Bs. 700) por cada animal movilizado.

Según la fuente citada, durante el año 2004 se movilizaron en el municipio Colón en total 64.177 reses (36.796 novillos, 3.447 toros, 9.543

2 Así, por ejemplo, un "viaje" con recorrido aproximado de 50 km tenía en el 2005 un precio de Bs. 120.000, según la información suministrada por el Sr. Ubaldo Rodríguez, presidente de la Asociación en cuestión.

3 A modo de referencia, la tasa de cambio oficial a diciembre 31 de 2004 era de Bs. 1.920 por US\$.

novillas y 14.391 vacas). Este año se llevaron a beneficio en los mataderos 146.480 reses; la diferencia entre esta cifra y aquella permite inferir que 82.303 (56% del total beneficiado en los dos frigoríficos localizados en la zona objeto de estudio, FIBASA y FRISULCA), provino de zonas foráneas al Municipio Colón. Al analizar el número de ejemplares movilizados por categoría se observó una gran variabilidad tanto por tipo de animal como por meses, sin observarse patrón alguno. No obstante, enero y diciembre resultaron ser los meses con el mayor número de animales movilizados para su beneficio dentro del municipio en estudio. Esto se explica en parte debido a la demanda estacional que ocurre en el país, fundamentalmente destinada a la preparación de hallacas típicas de la temporada navideña, tanto en la región como al nivel nacional. De otro lado, se

aprecia el predominio de machos llevados al beneficio, que en todos los meses superan con creces a las hembras beneficiadas. Dado que las vacas constituyen un importante activo para la reproducción de los rebaños, en la mayoría de los casos se sacrifican sólo cuando declina su edad reproductiva.

Por otra parte, para estudiar el comportamiento de los precios de la carne en pie y canal se tomó en cuenta la información suministrada por la Asociación de Ganaderos del Municipio Alberto Adriani (ASODEGAA), única organización que recopila información en la zona y publica un boletín semanal de los precios de diferentes categorías de rubros agropecuarios. A partir de la información tabulada se calcularon los promedios mensuales y anuales de precios, cuyo comportamiento se presenta en los gráficos 2 y 3.

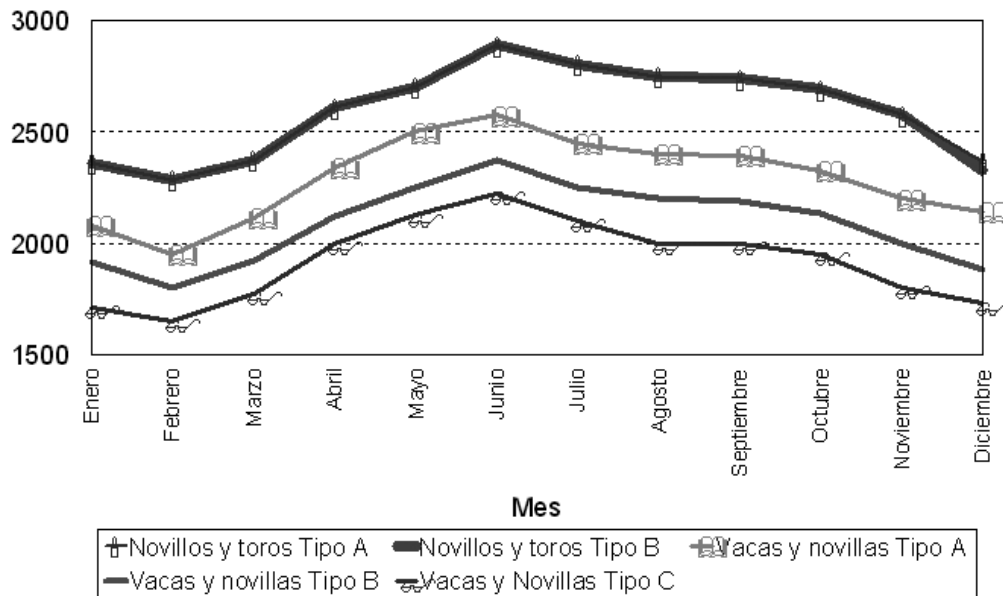


Gráfico 2. Municipio Colón: Evolución de la carne en pie, según tipo de animal, año 2004 (en Bs/kg)

Fuente: Elaboración propia, con base en FIBASA (2005) y FRISULCA (2005)

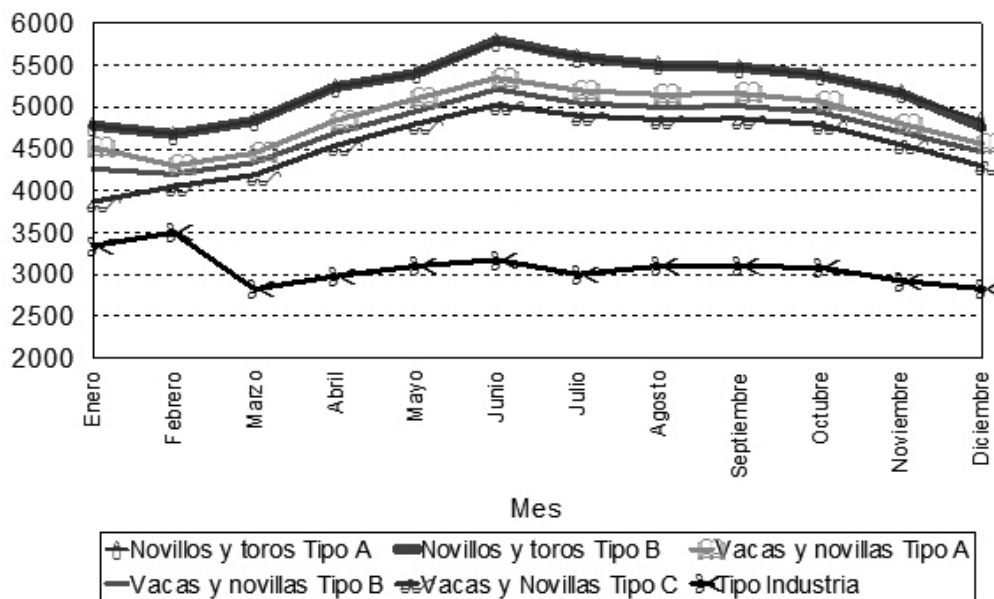


Gráfico 3. Municipio Colón: Evolución de precios de la carne en canal, cobrados por comercializadoras según tipo, año 2004 (en Bs/kg)

Fuente: Elaboración propia, con base en FIBASA (2005) y FRISULCA (2005).

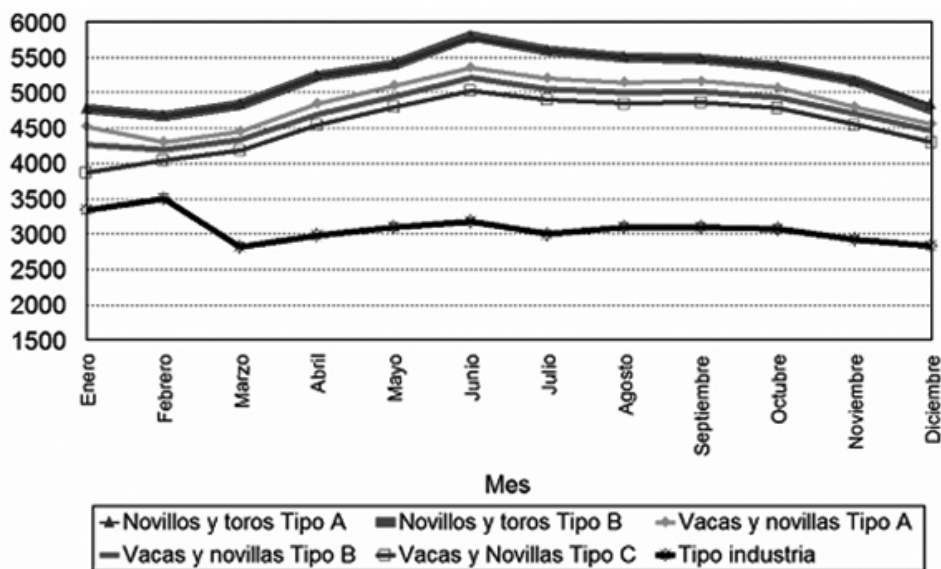


Gráfico 4. Municipio Colón: evolución de precios promedio cobrados por las comercializadoras de carne, según tipo de animal, año 2004 (en Bs./Kg)

Fuente: Elaboración propia, con base en FIBASA (2005) y FRISULCA (2005).

Allí se puede observar que el precio de ganado en pie mostró durante el año 2004 un comportamiento sin fluctuaciones significativas en las diferentes categorías; además, los precios más elevados se registraron en el bimestre junio-julio, en tanto los menores durante el mes de febrero. En cuanto a los precios cobrados por las empresas comercializadoras a los expendios al detal (Gráfico 4), se observó una clara tendencia creciente entre enero y junio de 2004, que luego se torna marcadamente decreciente.

Como se ha indicado, desde el 2003 existe una regulación sobre los precios al detal de distintos bienes y servicios (principalmente alimentos y, dentro de ellos, las carnes de bovino). En el cuadro 2 se presentan las tres modificaciones realizadas por parte del Ejecutivo Nacional en el año 2004. Allí destaca el hecho que se haya aprobado un aumento puntual, en menos de un año, de casi el 158% en el caso de los cortes de primera (fila No. 1), del 170% en los cortes de segunda (fila No. 2) y del 214% en el caso de los restantes cortes (fila No. 3). Esta medida, si se considera la inflación anual registrada en el IPC general (reportada por el Banco Central de Venezuela entre enero y diciembre en 16,26%) o la inflación alimentaria (grupo de Alimentos y

bebidas no alcohólicas, reportada por el Banco Central de Venezuela para el mismo lapso en 21,73%), revela el aumento significativo ocurrido en los precios de la carne bovina al nivel de ventas al detal. Este hecho refuerza la explicación antes realizada con respecto a la caída del consumo cárnico bovino en el país, a pesar del objetivo implícito en una política de controles de precios. Si a esto se añade que para ser más exhaustivos con lo que ocurre en la realidad en muchos casos los expendios al detal no se respetan los precios regulados y, por tanto, los productos se venden a precios considerablemente superiores, desestimulando de manera evidente a los consumidores para consumir carne bovina.

5. Estimación de los márgenes de comercialización: la cadena de valor

De acuerdo con la FAO (citado por Urdaneta, 1997), existen tres métodos para calcular los márgenes de comercialización o de mercadeo para productos agrícolas. El primero consiste en seleccionar lotes y canales específicos de un producto agrícola y seguirle la pista por todo el sistema de comercialización, que debe ser representativo del proceso comercial seleccionado. La dificultad estriba en que muchos productos pierden su identidad en el proceso de

Cuadro 2
Venezuela: precios máximos de venta al público de la carne, según categoría (Bs./Kg.)

Nº	Categoría de los cortes de carne (I, II o III)	Gaceta 09/02/2004	Gaceta 15/04/2004	Gaceta 11/11/2004
1	Carnes de bovino en todas sus presentaciones, provenientes de los cortes: solomo de cuerito, ganso y punta trasera, chocozuela, pollo, pulpa negra, muchacho redondo y muchacho cuadrado, punta trasera (1 Kg)	5.000	7.500	7.888
2	Carnes de bovino en todas sus presentaciones, provenientes de los cortes: solomo abierto, paleta, papelón, cogote, lagarto (reina), falda y chuleta (solomo de cuerito con hueso) (1 Kg)	4.000	5.400	6.800
3	Carnes de bovino en todas sus presentaciones, provenientes de los cortes: lagarto con hueso (osobuco), pecho y costilla (1 Kg)	2.100	2.730	4.500

Fuente: elaboración propia, con base en RBV (2004a, 2004b, 2004c)

comercialización y, por tanto, resulta difícil realizar los ajustes necesarios para hacerlos comparables. El segundo toma en cuenta el volumen monetario de las compras y las ventas efectuadas por las diversas agencias comerciales, así como la cantidad de producto negociado. Para obtener el margen se divide el ingreso proveniente de las ventas, resultado de dividir los ingresos recibidos de las compras entre el número de unidades negociadas, teniendo en cuenta que las cantidades compradas y vendidas deben ser ajustadas debido a las pérdidas ocurridas en el movimiento comercial. El tercero consiste en comparar los precios a diferentes niveles comerciales como respuesta de una transacción en un momento dado, expresados en términos pecuniarios, que involucran todos los factores directos e indirectos que lo acuerdan. Se basa en los precios disponibles en un espacio de tiempo, las características y calidades del producto deben ser uniformes, por lo que es necesario hacer los reajustes que se ameriten para tener una muestra realmente homogénea y comparable. Es necesario también tener en cuenta las características particulares que presente cada rubro con respecto al manejo en el proceso de comercialización, pérdidas, deterioros ocasionados durante la manipulación, entre otras variables presentes durante cada fase de la cadena de valor.

Tomando como referencia al tercero de los métodos se calculó el margen de comercialización para la cadena cárnica para el Municipio Colón del estado Zulia, utilizando información de fuentes directas y secundarias obtenidas. El margen de comercialización se estableció entre monto percibido por el primer vendedor (en este caso, el productor) y el pagado por el último comprador (consumidor final). Se consideraron los siguientes márgenes: a) Margen Global Bruto Absoluto

(MGBA), que abarca todo el sistema de mercado y se obtiene por la diferencia entre el precio pagado por los consumidores y el recibido por los productores; b) Margen Relativo (MR), equivalencia porcentual de los distintos márgenes a lo largo de todo el circuito productivo, con respecto al último precio pagado por el consumidor; y c) Margen Neto (MN), que resulta de deducir del margen bruto los costos reales de distribución en los que se incurre cuando el producto pasa del actor del circuito de una fase a la siguiente.

Para determinar el precio pagado por el consumidor (PPC) por cortes comerciales de media canal con peso de 152 kg, se calcularon previamente los ingresos totales de todas las categorías y se prorrataron entre el peso total de todas las canales, resultando en un PPC igual a Bs. 6.482,64/kg. El Precio Pagado al Productor (PPC) correspondió al precio de un animal con un peso vivo de 563 kg, con un rendimiento medio del 54% y una clasificación tipo "A"; este precio promedio en pie (PxP) para el año 2004 fue de 2.595,04 Bs./kg. De la aplicación de la fórmula correspondiente se obtuvo un MGBA de 3.887,12 Bs./kg. Las fórmulas empleadas fueron:

A) Para el Margen Global Bruto Absoluto (MGBA):

$$MGBA = PPC - \bar{P}xP$$

b) Para el Margen Relativo (MR):

$$MR = \frac{MGBA}{PPC} * 100$$

En cuanto al Margen Neto (diferencia entre el precio pagado al momento de la venta del producto y el costo de producción de un kilogramo de carne en pie o en canal, según sea el caso),

Cuadro 3
Municipio Colón: distribución de los márgenes bruto y relativo entre los actores del circuito cárnico bovino, año 2004

Actor	Precio de compra	Precio de venta	MBA ¹ (Bs./Kg.)	MR ² (%)
Productor	Costo de producción	2.595,04	2.595,04	40
Comercializadora de ganado	2.595,04	5.221,00	2.625,96	41
Expendedor	5.221,00	6.482,64	1.261,64	19
Consumidor	6.482,64	N/A	6.482,64	100

Fuente: cálculos propios. **Notas:** (1) es el Margen Bruto Absoluto; (2) es el Margen Relativo

debido a que generalmente no es posible conocer con precisión (u obtener de las unidades de producción/empresa, por recelo de sus propietarios) los costos de producción, no pudo ser calculado. No obstante, es una debilidad (asimetría de información/información incompleta) que los actores del circuito deben sortear para facilitar los procesos de negociación de precios y la toma de decisiones que involucran a las unidades de producción, a las agroindustrias e incluso al Estado venezolano.

6. Distribución del margen bruto y del margen relativo

Para el cálculo del margen global y relativo para cada uno de los actores presentes en la cadena cárnica bovina se contó con la siguiente información: 1) En el proceso de negociación los productores, al momento de acordar el precio de venta, determinan el precio pagado al productor; tal y como se explicó anteriormente en el ejemplo incluido fue de Bs. 2.595,04 y el mismo representó aproximadamente el 40% de precio pagado por el consumidor final. 2) Las comercializadoras compraban al productor cada kilogramo a un precio de Bs. 2.595,04/kilogramo y al momento de vender lo hacían cobrando Bs. 5.221,96 por

kilogramo, según la información obtenida en las encuestas. Esto se traduce en que este actor obtuvo para el año en referencia un margen de Bs. 2.625,96, cifra que representa el 41% del precio pagado por el consumidor final; y, 3) los expendedores al comprar a la comercializadora pagaban un precio promedio de Bs. 2.625,96/kilogramo, en tanto que al vender a los consumidores lo hacían al precio de 6.482,64 bolívares por kilogramo. Esto implica que se apropiaban de un margen de Bs. 1.261 por kilogramo, i.e., cerca del 19% del precio pagado por el consumidor final. A partir de los cálculos anteriores se elaboró un cuadro sintético donde se resumen los precios pagados y recibidos por cada uno de los cuatro grandes actores presentes del circuito durante el año 2004, así como los márgenes brutos y absolutos obtenidos por cada uno de ellos (Cuadro 3).

Como se desprende de estos resultados, el productor primario se apropiaba en promedio de un margen del 40% del monto final pagado por el consumidor como precio de compra, en tanto que las comercializadoras se quedaban con el 41% y los expendedores detallistas con el 19%. A priori se ha indicado erróneamente que quienes se apropiaban de la mayor proporción del valor de

mercado son los productores y los frigoríficos comercializadores; sin embargo, el análisis no resulta tan simple. El proceso de levante y ceba de bovinos, que se extiende durante un lapso promedio de unos tres años y que demanda además de la alimentación de los mautes (fundamentalmente pasto y alimentos concentrados), la utilización de suplementos, atención sanitaria, mano de obra, asistencia técnica, mantenimiento de la hacienda y maquinarias, pago de servicios públicos, entre otros costos, lo que se traduce que en realidad aquel actor se queda con menos de la mitad del valor final (PPC). En contraste, el comercializador, cuya actividad dura en promedio unos días o unas pocas semanas, recibe una proporción similar.

Tal circunstancia enfrenta las posturas mantenidas por los productores de ganado bovino con las de los mayoristas y las de los frigoríficos. Los primeros históricamente y más aun, en la actual situación de precios controlados han manifestado que deberían percibir mayores precios, por ser el eslabón con mayor contribución al valor de mercado de la carne (en tiempo y dedicación), en tanto los segundos señalan que su margen es mucho más bajo (pues lo ubican entre el 6 y el 8% de los precios que pagan a sus proveedores por el producto), aunado a que deben soportar además los riesgos relacionados con los créditos recibidos, realizar los pagos a los ganaderos, soportar la retención del IVA (lo que no ocurre en el caso del productor), así como otras condiciones del negocio que se traducen en cuantiosos gastos.

Esta brecha se acentúa, además, debido a la existencia de precios regulados sólo a nivel detal, pero no en otras fases del circuito. Esto supone una severa limitación para los productores en su intento por exigir precios mayores a sus compradores (frigoríficos y comercializadoras). El

oligopolio en la transformación del ganado (frigoríficos y comercializadores) tiende a mantener bajos precios en el primer eslabón y beneficiar a éstos en mayor cuantía con los aumentos que puedan autorizarse al nivel de ventas al detal. En consecuencia, mientras que cada sector hace lo posible por defender su parte del negocio y sus ganancias, el consumidor no tiene más alternativa que pagar el precio exigido en los expendios del producto, donde con mucha frecuencia se irrespeta la regulación. En el caso contrario debe adquirir cortes de menor calidad o bien dejar de comprar el producto, con sus consecuencias sobre su estado nutricional.

En relación con el precio recibido a puerta de finca, Jorge Prado (Directivo de la Confederación Nacional de Ganaderos de Venezuela, CONFAGAN), aseguró la estadía del ganado en una finca en términos de alimentación (pasto y alimentos concentrados), suplementos, atención sanitaria, suponía un gasto promedio entre 2,2 a 2,4 BsF por kilogramo de carne producida en la explotación (año 2005). Otros componentes como mano de obra, asistencia técnica, mantenimiento de la hacienda y maquinarias, pago de servicios públicos, entre otros, elevaban aún más el costo de producción del rebaño para carne. Sin embargo, al momento de vender el ganado los productores recibían unos 2,8 BsF por kilo, mientras que los mayoristas se quedaban con la mayor ganancia del negocio. No obstante José García, representante de VENECA y mayorista desmintió que este sector obtuviera la gran "tajada", pues luego de todo su trabajo sólo aplicaban un 5% ó 6% como margen de ganancia. Al respecto, señalaba: "Nosotros somos quienes corremos con los riesgos de créditos, debemos pagar a los ganaderos, se nos retiene el 75% del IVA y otras condiciones que nos generan gastos" (Diario Panorama, 2005).

Sobre esta discusión Gonzalo Aguaje (entonces Director de la Asociación de Frigoríficos del estado Zulia) aseguró que los costos de producción de toda la cadena han sido calculados. Ante los números se hacía evidente y necesaria una modificación, no sólo en el precio final como había ocurrido recientemente, sino también en los precios al nivel del ganadero, del mayorista y del vendedor. Destacó que el matadero es el eslabón que menos gana, si bien sólo presta el servicio de sacrificio sin cobrar y por ello se quedaba con el cuero y los subproductos de la matanza (Azuaje, 2005).

El otro eslabón de la cadena también afectado es el del detallista. Dentro de este grupo de actores se entrevistó al señor Jorge Landaeta, expendedor de carnes del Mercado de Santa Rosalía en Maracaibo, quien manifestó que en ese momento (octubre del 2005) debía comprar el kilo de carne en canal a 5,8 BsF. Este precio resultaba muy elevado, si se toma en cuenta la regulación del precio final y los costos en los que debe incurrir este eslabón de la cadena. Así, junto con las dos primeras, se evidencia que existen percepciones disímiles entre los distintos eslabones del circuito cárnico en el Municipio Colón: los diferentes actores adoptan con frecuencia posiciones individuales sin tomar en cuenta el ámbito global que los agrupa y la posibilidad de ampliar su visión y de plantear objetivos comunes orientados al logro de beneficios para la cadena en conjunto.

Debe enfatizarse además que ese precio al que se expende en realidad la carne bovina (fuera de las redes del MERCAL) depende directamente del comportamiento de los costos de producción, que como se ha señalado en las secciones anteriores, constituyen la variable clave en la actividad de ceba del ganado. En Venezuela en general y en el Municipio Colón del Zulia en particular, la actividad ganadera de doble

propósito emplea importantes cantidades de alimentos concentrados. Aquí, al igual como sucede en otros países (como Colombia, caso estudiado por Cortés, 2004), las mayores limitaciones se presentan en la fase de producción y comercialización de los productos agrícolas (materias primas en este caso), con efectos directos sobre la producción de los alimentos que soportan en gran medida la producción del circuito. Y aunque en algunos casos existan altos niveles de concentración espacial (más evidente en el caso de la producción láctea venezolana) y, por tanto, mejores niveles de eficiencia y gestión, en las fases o actividades subsiguientes el producto se ve encarecido y restringido. De manera que la fase de producción primaria condiciona fuertemente una estructura de costos para el producto final del circuito que le permitiría ser más o menos competitivo.

Adicionalmente, tal y como ha ocurrido en el caso de la agroindustria de carne vacuna de países como Argentina, frente a la heterogeneidad existente puede que sea conveniente evaluar la posibilidad de adoptar estrategias de integración vertical y de asociación horizontal entre productores (Calvo y Visintini, 1998). La integración vertical tiene como objetivo mejorar el precio del producto o bien incursionar en la exportación de su producción, así como a abastecer al mercado interno. En cuanto a la asociación de productores, el objetivo es aumentar la escala de producción, práctica que supone la posterior integración vertical. Esta última estrategia es la más recomendada para los pequeños productores, pero su implementación no debe descuidar el comportamiento de los costos, al ser uno de los más importantes factores determinantes de la competitividad.

Debe señalarse también, como aspecto relevante para el realce de la cadena y del proceso

de agregación de valor, la necesidad de implementar iniciativas de trazabilidad y de marketing para la carne de Santa Bárbara. Tal y como lo han reseñado importantes teóricos y diversos trabajos empíricos en el área agroalimentaria, la higiene de los alimentos y la calidad son factores muy importantes en los mercados y establecimientos de ventas al detal (por ejemplo, Alonso, 2002). Los nuevos consumidores demandan más información acerca de la calidad y sobre el origen de los productos cuando toman la decisión de compra. Como consecuencia estos cambios se ha modificado la relativa pasividad que solían tener los consumidores al momento de realizar sus compras.

Esto, aunado a la percepción de la carne de bovino procedente de esta región como un producto de calidad, son rasgos que pueden ser considerados en el futuro en términos de explotar y consolidar una “denominación de origen” o una “indicación geográfica protegida”. Así mismo un estudio exhaustivo de costos de producción de la carne bovina, basado en muestras representativas, podrá servir de base para que los distintos actores de cada fase puedan negociar los precios a los que venden su producto, en particular para discutir el que se fija como precio máximo de venta al consumidor por parte del gobierno (y no como hasta ahora, basado en sus percepciones o en las cuentas parciales de algunos de los actores). Debe recordarse que el precio pagado por el consumidor por un producto determinado es a fin de cuentas una suma de valores (materias primas más transformación y presentación más servicios más imagen). De allí que el consumidor pague por lo “bueno” y si no paga es que algo falla; es que a fin de cuentas el consumidor paga por la “calidad”, que es exactamente lo que se asocia a las

denominaciones de origen o indicaciones geográficas protegidas.

Las estrategias o acciones reseñadas, orientadas al mejoramiento y al aprovechamiento del circuito cárnico bovino en el Municipio Colón están en mayor o menor grado conectadas con los objetivos del desarrollo endógeno sustentable, en el sentido que son compatibles con las tres condiciones enumeradas por Shucksmith (2000, en Pilonieta y Ochoa, 2006) para alcanzarlo: la decisión local sobre las opciones de desarrollo, el control local sobre los procesos y la retención de los beneficios del mismo en la comunidad (el Municipio Colón, en este caso).

7. Conclusiones

En el circuito cárnico bovino en el municipio Colón del estado Zulia se identificaron ocho actividades, a saber: producción, negociación, transporte en pie, beneficio, mayoreo, transporte en canal, menudeo (venta al detal) y consumo. Estas actividades se pueden resumir en la actuación de cuatro grandes actores: los productores, las comercializadoras de ganado, los expendedores de carne y los consumidores, con un oligopolio en la transformación. El productor se apropia del 40% del precio final, en tanto las comercializadoras lo hacen del 41% y los expendedores detallistas del 19% restante, no obstante las contribuciones diferenciadas en términos de tiempo necesario y costos soportados a lo largo de la cadena de valor; la primera fase condiciona severamente el comportamiento de los costos a lo largo de la cadena. A pesar del control estatal, el precio de venta suele ser superior en los expendios al detal. Así mismo, no existe coordinación vertical y los distintos actores mantienen pugnas permanentes

por los precios recibidos en la fase que representan, intentando presionar al gobierno y a los agentes del siguiente eslabón por mayores precios, para conseguir así una mayor participación en la cadena de valor.

Cabe agregar que la carne de bovino procedente de la región es percibida como un producto de calidad, rasgo que podría considerarse a futuro en términos de adoptar una “denominación de origen” o una “indicación geográfica protegida”, una imagen de marca para explotar y consolidar. Así mismo un estudio exhaustivo de costos de producción para el producto en cuestión, basado en muestras representativas, podrá servir de base para que los distintos actores de cada fase puedan negociar los precios a los que venden su producto, en particular para discutir el que se fija como precio máximo de venta al consumidor por parte del gobierno (y no como hasta ahora, basado en sus percepciones o en las cuentas parciales de algunos de los actores). Debe recordarse que el precio pagado por el consumidor por un producto determinado es a fin de cuentas una suma de valores (materias primas más transformación y presentación más servicios más imagen). De allí que el consumidor pague por lo que considera “bueno” y si no paga es que algo falla; es que a fin de cuentas el consumidor paga por la calidad, exactamente lo que se asocia a las denominaciones de origen o indicaciones geográficas protegidas.

8. Referencias bibliográficas

- Alonso, L. (2002). Riesgos Alimentarios y Consumo Sostenible. En: *Ábaco*, Revista de Cultura y Ciencias Sociales, Segunda época, No. 31, pp. N/D.
- Alvarado, H. (2006). *Crónicas de Colón*. Disponible en: <http://www.cronicasdecolon.org.ve> (Consulta: marzo 11 de 2006).
- Azuaje, G. (2005). Entrevista personal. (Representante de la Asociación de Frigoríficos del estado Zulia). Maracaibo, agosto 28 de 2005.
- Bannock, G.; Baxter, R. E.; Rees, R. (1988). *Diccionario de economía*. México: Editorial Trillas.
- Calvo, S.; Visintini, A. (1998). Argentina. Los sistemas agroalimentarios y la globalización: examen de la competitividad de las agroindustrias de manzanas y peras y de carne vacuna. En: ULA-Fundación Polar (Edit.), *Memorias del Simposio Internacional “Globalización y sistemas agroalimentarios”*, Caracas.
- Cartay, R. (1992). *Historia de la alimentación del nuevo mundo*. Caracas: Fundación Polar.
- Cortés, E. (2004). *Sector agropecuario y desarrollo rural: una mirada integral*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Colección Sede.
- Diario Panorama (2005). Cadena cárnica defiende sus costos. En: *Diario Panorama*, edición agosto 20 de 2005, cuerpo 2, p. 10.
- Federación de Contadores Públicos de Venezuela, FCCPV (2002). *Declaración de principios de contabilidad (DPC) de aceptación general en Venezuela*. Caracas, Quinta edición.
- Frigorífico Industrial Santa Bárbara S.A., FIBASA (2005). *Las carnes*. Disponible en: <http://www.fibasa.com/carnes.htm> (Consulta: enero 28 de 2005).
- Frigorífico Industrial Sur del Lago C.A., FRISULCA (2005). *Visita técnica*. Santa Bárbara del Zulia, marzo 5 de 2005.
- Hergert, M. y Morris, D. (1989). *Accounting data*

- for value chain analysis. En: *Strategic Management Journal*, Vol. 10, No. 2, marzo-abril, pp. 175-188.
- Hurtado, J. (2000). Metodología de la investigación holística. Caracas: Fundación Sypal.
- INFOAGRO (2001). VI Censo Agrícola para el Zulia. Disponible en: <http://www.zulia.infoagro.info.ve/informacion%20agropecuaria/produccion/informacion%20produccion.htm>; consulta: 13/08/2005.
- Lancaster, K. (1975). Socially optimal product differentiation. En: *American Economic Review*, 65 (9), pp. 567-585.
- Landaeta, J. (2005). Entrevista personal. Mercado de Santa Rosalía (Maracaibo), octubre 15 de 2005.
- Martin, F.; Larivière, S.; Gutiérrez, A. y Reyes, A. (1999). Pautas para el análisis de circuitos agroalimentarios. Caracas: Fundación Polar.
- Pilonieta, C. y Ochoa, A. (2006). El desarrollo endógeno sustentable. Una aproximación conceptual". En: Ochoa, A. (Ed.), *Aprendiendo en torno al desarrollo endógeno*, Mérida (Venezuela): ULA-FUNDACITE.
- Porter, M. (1990). *Las ventajas competitivas de las naciones*. Buenos Aires: Vergara Editores.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2004a). Resolución por la cual se fija en todo el territorio nacional el Precio Máximo de Venta al Público (PMVP), para los productos alimenticios que en ella se señalan. Gaceta Oficial No. 37.875, febrero 9 de 2004.
- (2004b). Resolución por la cual se fija en todo el territorio nacional el Precio Máximo de Venta al Público (PMVP), para los productos alimenticios que en ella se señalan. Gaceta Oficial No. 37.918, abril 15 de 2004.
- (2004c). Resolución por la cual se fija en todo el territorio nacional el Precio Máximo de Venta al Público (PMVP), para los productos alimenticios que en ella se señalan. Gaceta Oficial No. 38.060, noviembre 8 de 2004.
- Rodríguez, U. (2004). Entrevista personal (Presidente de la Asociación de Transportistas de Colón). Santa Bárbara, abril 23 de 2007.
- Segovia, E.; Contreras, D.; Marcano, D.; Pirela, R. y Alborno, A. (2005). Conducta del consumidor de carne bovina según clase socioeconómica en el municipio Maracaibo, estado Zulia, Venezuela. En: *Agroalimentaria*, No. 21, julio-diciembre, pp. 113-121.
- Servicio Autónomo de Sanidad Agropecuaria-Ministerio de Agricultura y Tierras, SASA-MAT (2005). *Guías de Movilización de Ganado 2004*. Caracas: SASA-MAT.
- Urdaneta, J. (1997). *Mercados de productos agropecuarios*. Maracaibo: Editorial de la Universidad del Zulia.
- Woo, C. (1984). An empirical test of value-based planning models and implications. En: *Management Science*, Vol. 30, No. 9, septiembre, pp. 1.031-1.050.