

# Comercialización de la carne

RAFAEL GARCIA PACHECO

La crítica situación del mercado de la carne en las últimas semanas hace propicia la ocasión para presentar las conclusiones más significativas del estudio que sobre la **Comercialización de la Carne de Bovino en Maracaibo** ha realizado la Unidad Coordinadora de Proyectos Conjuntos de la Universidad del Zulia, bajo la responsabilidad del autor.

El propósito fundamental del estudio fue el establecimiento de los márgenes de mercadeo brutos y netos para cada una de las actividades intermediarias entre el productor y el consumidor. Gran parte de la información técnica fue obtenida en los Frigoríficos Industriales de Carne de Perijá y Bolívar (FRICAPECA Y FIBCA). La muestra de estudio estuvo constituida por veintitres animales escogidos al azar de lotes considerados homogéneos, con un peso en vivo entre 390 y 440 Kgs., sometidos a similar régimen alimentario y manejo de potreros, y a los cuales se prestó atención veterinaria preventiva.(1)

El proceso de **comercialización de la carne**, comprende una sucesión de actividades de compra-venta y distribución que en términos generales siguen este orden: a) el **productor** vende las reses a una **rosca** (I) que se encarga de llevar los animales a los frigoríficos para la matanza; b) el ganado sacrificado es adquirido por una segunda **rosca** (II) —que eventualmente podría ser extensión de la primera—;

c) los **mayoristas** de la carne compran las reses sacrificadas a esta rosca; d) los **dettallistas** carniceros la compran a los mayoristas; e) los

consumidores compran el producto a los carniceros.(2)

## MARGENES BRUTOS DE MERCADEO

Los márgenes brutos de mercadeo vienen dados por la diferencia de precio promedio de la res en cada una de las operaciones de compra-venta que integran el proceso de comercialización. El cuadro 1 los presenta para cada uno de los agentes del proceso.

El consumidor pagó un total de tres mil seiscientos ocho bolívares con cuarenta céntimos por la res despuesada y su correspondiente traste (corazón, hígado, sesos, riñones, pulmones, bazo, panza, rabo, lengua y patas). El productor recibió a puerta de finca la cantidad de 2.204,80 bolívares. Se establece así una diferencia de 1.403,60, que equivale a un 38,90%, lo que quiere decir que, en términos globales, el productor recibe únicamente el 61,10% del total pagado por el consumidor.

Según estimaciones hechas por la Unidad de Proyectos Conjuntos de LUZ, el novillo vendido a puerta de finca, tiene un costo aproximado de Bs. 1.747,20 y, habiendo recibido el productor Bs. 2.204,80 por el mismo producto, se deduce como ganancia promedio la cantidad de 457,60 bolívares por cada animal.

## MARGENES NETOS DE MERCADEO

Haciendo las correspondien-



**CUADRO 1: DISTRIBUCION DE MARGENES BRUTOS DE MERCADEO**

Agente o Beneficiario	Compra a Bs.	Vende a Bs.	Margen Bruto Absoluto	Margen Relativo %
Rosca I (compra al productor vende a rosca II)	2.204,80	2.450,30	245,50	17,49
Rosca II (compra a rosca I y vende al mayorista)	2.450,30	2.677,60	227,30	16,20
Mayorista (compra a rosca II y vende a detallista)	2.677,60	2.904,00	227,30	16,19
Detallista (compra al mayorista y vende al consumidor)	2.904,00	3.608,40	703,50	50,12
<b>TOTAL</b>			<b>1.403,60</b>	<b>100,00</b>

tes deducciones del cuadro anterior se aprecia que, aparentemente el mayor margen lo obtienen los detallistas. En el caso objeto de estudio, el detallista expede 44 reses por mes y siendo su margen bruto de 30.954 bolívares. Al deducir los gastos de distribución establecidos en este caso en un 52,75%, arroja un **beneficio neto** mensual de Bs. 14.625,75.

Para la rosca que controla la venta de animales sacrificados a los mayoristas, y que cuenta con márgenes brutos de Bs. 227,30 por res, los gastos de distribución se estiman en un 10 por ciento. De manera que para una matanza promedio de 9.000 reses mensuales, sus ingresos netos alcanzan a Bs. 1.841.130 por mes. Los comentarios al respecto, quedan a criterio del lector.

El cuadro 2 presenta los márgenes netos establecidos así como su distribución.

Como podemos observar, el conjunto de intermediarios obtiene casi el doble de beneficio neto que el recibido por el productor, con el agravante de que en este tipo de producción, es el produc-

\* **Rafael García Pacheco, economista investigador al servicio de la Unidad Coordinadora de Proyectos Conjuntos de LUZ.**

1. La recopilación de datos se realizó en el período 1978-1980 (primer trimestre).
2. Fue imposible obtener la información precisa para el análisis de costos a nivel de la fase industrial o servicio de matanza. Por este motivo no se incluye esta fase en el cálculo de márgenes de mercadeo.
3. La regresión es la medida matemática de dependencia entre dos o más variables.

## CUADRO 2: DISTRIBUCION DE MARGENES NETOS DE MERCADEO

Agente o Beneficiario	Monto en Bs.	Porcentaje sobre el total	Porcentaje respecto al margen neto del productor
Rosca I	215,50	24,20	47,09
Rosca II	151,25	16,99	33,05
Mayorista	191,30	21,48	41,80
Detallista	332,40	37,33	72,63
<b>Total</b>	<b>890,45</b>	<b>100,00</b>	

Total Neto percibido por el productor: Bs. 457,60

tor quien asume la mayor parte del riesgo y, es quien tiene una velocidad de rotación de inventario baja. Vale decir que los intermediarios obtienen su beneficio

en pocos días u horas; en cambio, el productor ha de esperar un tiempo no menor a dos años en las condiciones actuales de producción.

### OTRAS CONCLUSIONES

1. En el mercado de carne de bovino para consumo no se cumplen las consideraciones o normas básicas que deben regir la comercialización de productos agropecuarios. El transporte es deficiente. El envasado inexistente. No hay una buena clasificación a nivel de los cortes y el ganado en pie no es clasificado. La normalización está lejos de establecerse.

2. No hay diferencia significativa entre el rendimiento en canal de los animales clasificados "A" y "B".

3. No hay regresión(3) significativa entre los cortes de carnes con hueso, los huesos y la grasa con respecto al peso en vivo y la edad dentaria de los animales.

4. Hay regresión significativa de los cortes de primera y de segunda, sólo con el peso en vivo. No la hay con respecto a la edad dentaria.

5. De hecho se configura un monopolio, dado el poder y la forma de actuar de los entes mayoristas (roschas) que operan en los dos grandes frigoríficos de la zona.

6. El mayor margen de mercadeo bruto y neto, por unidad de producto, se origina a nivel de detallista.

7. La proporción del precio recibido por el productor es bajo, con respecto al precio pagado por el consumidor, al considerar la índole de la producción y las otras características de tiempo y riesgo que asume el productor.

