

Capítulo LXVIII

Nudos críticos en la cadena cárnica bovina

Emma Segovia-López, MSc
Nancy Jerez-Timaure, MSc, PhD

INTRODUCCIÓN

La cadena cárnica bovina constituye en la actualidad un sector estratégico dentro del conjunto de la economía alimentaria venezolana, con potencial para abastecer la demanda nacional e incorporar al mercado productos cárnicos para aprovechar, en condiciones óptimas, las oportunidades del comercio nacional e internacional. A su vez, comprende una serie de etapas y procesos que involucran a productores, agroindustriales, mayoristas, detallista y consumidores, las cuales se inician en la unidad de producción y culminan en el plato del consumidor.

La cadena cárnica bovina es un sistema altamente dinámico, ya que los componentes y procesos responden a los cambios que se suceden en la sociedad: el crecimiento urbano, la incorporación de la mujer a la actividad económica (comidas fuera del hogar o listas para “calentar y servir”), los cambios socioeconómicos que afectan a la población en su estructura y distribución por edad y sexo, la pérdida del poder adquisitivo, los gustos, preferencias, mitos y prejuicios del consumidor (Huerta-Leidenz, 1998); todo esto, hoy día bajo la influencia de la globalización.

Sin embargo en Venezuela, el logro de una eficiente comercialización del ganado bovino ha sido por siempre una de las principales preocupaciones de todos los actores involucrados, donde la formación de precios ha estado tradicionalmente sujeta a negociaciones asimétricas y rodeadas de elevados niveles de inseguridad. La falta de alternativas de comercialización, la inexistencia de un sistema de información periódica confiable y la presencia de un elevado número de intermediarios ocasiona que existan importantes diferencias entre los precios que recibe el productor a puerta de finca y el que cancelan los consumidores, además del sin número de problemas que afectan la cadena (Bolprien, 2004). Estas situaciones se reflejan como “nudos críticos” o relaciones causales de situaciones problemas, los cuales son adquiridos o asumidos por sus actores y que afectan su eficiencia.

Con base a los principios de la planificación estratégica, un “nudo crítico” es una relación causa-efecto de una situación problema, una brecha, debilidad o cuello de botella cuya evaluación o solución, genera cambios hacia una situación objetivo (Silva *et al.*, 2007).

En el presente capítulo se describen los componentes de la cadena, caracterizando las diferentes etapas y los procesos para identificar los nudos críticos y finalmente aportar algunas acciones estratégicas para generar cambios hacia un objetivo en beneficio de todos los sectores de la cadena cárnica bovina.

COMPONENTES Y ETAPAS DE LA CADENA CÁRNICA BOVINA

En el sistema de producción cárnico se pueden diferenciar varias etapas, y de igual manera los actores y/o procesos en cada de ellas: producción, procesamiento primario, distribución urbana y el consumidor (Figura 1).

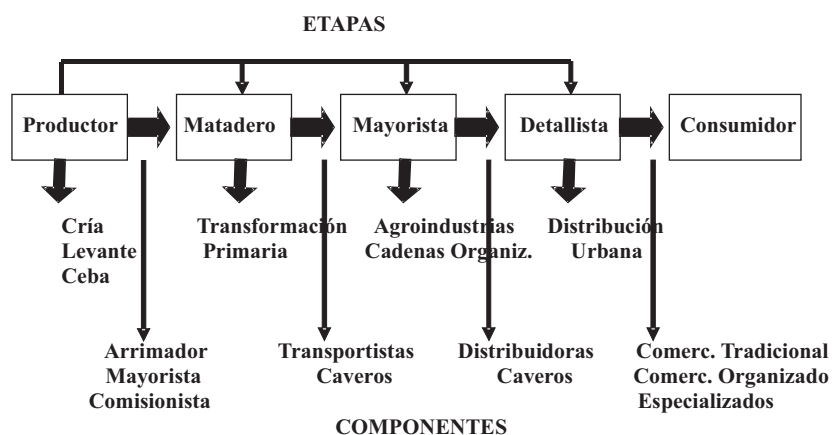


Figura 1. Etapas y Componentes de la cadena cárnica bovina.

PRIMER COMPONENTE: PRODUCTOR PRIMARIO (GANADEROS)

Es la etapa conformada por los sistemas de explotación bovina (cría, levante, y/o ceba, doble propósito) cuyo objetivo es la producción de carne y/o leche y representa la oferta primaria del producto en el mercado. La producción de carne en Venezuela se basa principalmente en ganaderías de tipo extensivo en los llanos venezolanos, con predominio del ganado mestizo Cebú, y en el sistema de ganadería doble propósito, ubicado básicamente en la cuenca del lago de Maracaibo, con un componente animal de características raciales indefinidas, producto de la mezcla de razas taurinas (Holstein principalmente) y Criollos, y razas cebuinas (Brahman principalmente), las que aportan la mayor proporción de leche y una significativa proporción de carne. La dependencia de ambos sistemas, del pastoreo extensivo tradicional, basado en recursos forrajeros de muy baja calidad, resulta en bajos índices de producción por hectárea y por cabeza, que se constituye en una restricción crítica que limita la expansión de la producción de carne.

En esta etapa, una de las salidas o productos del sistema son los animales vivos o cabezas de ganado en condiciones de peso y calidad permitidos para su posterior sacrificio. De acuerdo a la evaluación del sector productivo, el rebaño bovino venezolano en el 2006 se mantuvo en 12,18 millones de cabezas, de acuerdo al SASA. El 21 de febrero de 2007, por primera vez se reguló el precio del ganado en pie y de la carne en canal, al igual que los diferentes cortes a nivel detallista-consumidor, definiéndose como un mercado controlado.

Entre las principales características de este componente tenemos:

- Predominio de unidades de producción dispersa y atomizada y un sistema de producción tradicional, que limitan la adopción de tecnologías para mejorar los márgenes de ganancia y la rentabilidad; no permiten establecer una tipificación en cuanto al tamaño, manejo de pastizales, manejo del rebaño o prácticas gerenciales (Alvarado-Fernández y González-Virla, 1997).
- El incremento de la matanza de hembras en el lapso 1996-2001, cuando se elevó de 27% de la matanza total hasta 33% en los años 1999-2001, motivó la reducción del inventario ganadero nacional, lo cual hoy día obliga a una necesaria importación de ganado en pie para levante y/o ceba.
- La limitada participación del productor en los procesos comerciales que se suceden en la cadena cárnica conlleva a una dependencia de los productores del intermediario para la comercialización ulterior de sus productos (animales vivos). Escasas experiencias locales en fondos ganaderos o centros de acopio de ganado vivo (Bleiberg *et al.*, 1995). De acuerdo a los escasos estudios sobre la materia, la participación bruta del productor en el precio final que paga el consumidor es alta. De cada bolívar pagado por un ama de casa, el productor se queda con 61 céntimos, el mayorista con 11 céntimos y el detallista con 28 céntimos, aproximadamente (Soto-Parra *et al.*, 1998).
- Existe falta de organización de los productores para la comercialización. Las incipientes iniciativas al respecto, fracasan o tienden a desaparecer antes de nacer, por desconocimiento o falta de cultura organizacional. Los estudios determinan que la mayoría de los productores (más del 80%) manejan más la figura del agremiado a una asociación de ganadero, y desde esta, suelen afrontar los cambios y efectos del entorno hacia un mundo cambiante, con fuertes tendencias a la integración, con economías globalizadas, que se reflejan en el mercado (Silva *et al.*, 2007).
- Incipiente creación y aplicación de instrumentos de negociación modernos, especialmente compra/venta a futuro, certificados ganaderos y de depósito manejados a través de la bolsa agrícola (BOLPRIAVEN, 2000).
- Entorno amenazante en materia de inseguridad jurídica y personal, abigeato, extorsión y secuestros.

Nudos Críticos en la etapa de producción y/o Unidades de producción de la cadena cárnica

- Los principales efectos causales que generan los nudos críticos a nivel de las unidades de producción están mayormente relacionados con los procesos ge-

renciales concentrados en las deficiencias para definir la misión de su unidad de producción o negocio. El manejo de una gerencia tradicional se refleja más en la improvisación que a la planeación propiamente dicha, mientras que los criterios que los productores poseen se basan en la tradición familiar, la vocación, única fuente de ingresos y la estabilidad, además de poseer una visión cortoplacista (Silva *et al.*, 2007).

- El proceso de selección, capacitación y entrenamiento fuera y dentro de las fincas está ausente lo que dificulta al productor establecer políticas concretas para el manejo de personal. Por lo tanto, se observa una baja calificación de la mano de obra (apenas saben leer y escribir), inestabilidad, frecuentes rotaciones (ordeñadores y camperos) o la falta de un perfil ideal para el cargo que oriente el proceso de reclutamiento o contratación.
- Poca participación del productor en las diferentes actividades comerciales, observando una conducta cómoda, que mayormente se limita a la venta de los animales a puerta de corral a un intermediario, para no asumir riesgos en la comercialización (transporte animal y enfrentamiento a “roscas”), recibir pagos de contado y asegurar aparentemente sus ganancias, como respuesta al desconocimiento de las condiciones del mercado y sus limitaciones técnico-económicas. En general, los productores no segregan en lotes y venden en precios promedios lotes heterogéneos en clases sexuales y tipos corporales que desmejoran el valor individual de animales superiores; además contribuye su falta de información sobre el mercado, su estacionalidad y los precios fluctuantes por agentes externos, la falta de entrenamiento en estimación del rendimiento en canal y/o falta de criterios técnicos en la apreciación del valor comercial del animal por su categoría en pie, levante y/o ceba (Jerez-Timaure *et al.*, 1997) y en canal a pesar de disponer históricamente de varias normativas sobre clasificación el actual Decreto Presidencial No. 1896 (1997).
- El irrealismo para justipreciar con transparencia, el margen de participación en el precio final de la carne recibido por los diferentes actores de la cadena. Esta práctica ha diseminado la falsa creencia de que los productores reciben bajos precios por lo que producen mientras que los detallistas encarecen el producto al consumidor, cuando en verdad, uno vende **animales** y el otro vende **carne**, respectivamente (conflicto de intereses por dos productos distintos).

SEGUNDO COMPONENTE: MATADEROS Y/O SALAS DE MATANZA

Definida como la etapa de la transformación de animales vivos y su eventual preparación para el consumo debido a que en la misma se lleva a cabo el proceso del beneficio de los animales y aprovechamiento de los subproductos (trastes, cueros, sebo industrial, entre otros), en instalaciones dedicadas para tal fin. La entrada del subsistema está representada por los animales vivos, para obtener como salida la canal (o los cortes) y los subproductos. En algunos frigoríficos y/o mataderos industriales además de clasificar la canal, se le añade valor a través del desposte y empaque de piezas grandes; además se generan huesos, grasas y otros subproductos de la carnicería centralizada para satisfacer a clientes industriales como: procesadores de productos

cárnicos, comercios detallistas organizados, sistemas de comidas rápidas, industrias de grasas y jabones, entre otros.

De acuerdo con ASOFRIGO, en 2007 un total de 1.732.493 cabezas de ganado fueron beneficiadas en Venezuela; esta cifra incluye el beneficio de frigoríficos, mataderos industriales y salas de matanza, cifra que incluyó 320.638 reses importadas, mayormente de Brasil y Colombia. La oferta nacional de carne en canal total fue de 338.845 TM, que sumadas a la carne importada da una disponibilidad bruta aparente total (DABT) de 550.004 TM. La carne en canal del ganado importado en pie más la carne importada en canal y en cortes, totalizaron 134.206 TM o el 37% de la DAB aparente. Esto representó una oferta aparente de carne *per cápita* en el 2007 de 20 Kg/persona/año, de los cuales 7,65 kg fueron importados.

Entre las principales características de esta etapa se puede mencionar:

- Deficiente inspección y control en la aplicación de las medidas sanitarias y ambientales, que además se traduce en incremento en costos de comercialización. Los mataderos frigoríficos industriales, en un alto porcentaje, presentan obsolescencia gerencial que se refleja tanto en sus instalaciones, control sanitario, como en su funcionamiento, lo que ha provocado, junto con la descentralización y nueva división político-territorial, nuevas alcaldías con derecho a nuevas salas de matanza “para abastecer a sus pobladores” y con ello, la anarquía en la distribución y organización de la industria beneficiadora.
- Coexistencia de botalones, salas de matanza, mataderos frigoríficos y frigoríficos industriales. Estos últimos se diferencian en la aplicación de servicios adicionales como almacenamiento en frío, desposte, red de transporte hasta los centros urbanos. También permiten la apertura de nuevos mercados, el establecer sistemas de compra-venta tanto con los proveedores de animales vivos como con sus clientes, así como la aplicación del sistema de clasificación de las canales (Segovia-Albornoz, 2007).
- Participación de un gran número de agentes, directos e indirectos, que no añaden utilidad al producto pero que tienen grandes márgenes de ganancias. Cabe destacar la poca participación de los productores en esta etapa, que como ya se mencionó, recurren ya sea al acopiador de reses vivas, al comisionista o transportistas para negociar los animales, que posteriormente son sacrificados en estas instalaciones (González *et al.*, 1996).
- El proceso de clasificación del animal en canal, es poco conocido y de limitada aplicación e internalización por parte de los diferentes agentes que participan en la cadena, hasta los extremos de la cadena: productor y consumidor inclusive. Por lo tanto, el proceso de clasificación y por ende, la formación del precio le falta transparencia, que afecta la confianza entre eslabones y la competitividad de la cadena.
- El 68% de los animales sacrificados son machos y 32% hembras, clasificados en carne de canal promedio en una proporción porcentual de: 43% por las categorías superiores (A, AA, ternera), el 41% por categoría “B”, 11% categoría “C” y el resto (5%) en Categoría D (Asofrigo, Unidad Nacional Técnica de la Carne, 2002). Por clase sexual, el mayor beneficio con base al total fue de 32,16% toretes, 22% vacas; novillos 18,38% y los toros 17,27%. Sólo el 27% de la matanza cla-

sificada es de animales jóvenes, de machos castrados (novillos) y de hembras no paridas (novillas) (Asofrigo, Unidad Nacional Técnica de la Carne 2002).

- La capacidad promedio de almacenaje en corrales/día en el 60% de los mataderos nacionales es de 300-1200 reses, sobre todo en los frigoríficos industriales (Datos Information Resources, 1995); en el resto la capacidad es menor, lo que influye en el manejo de las reses, durante la recepción.
- En lo que respecta a la capacidad de almacenaje en cavas por día, se observan marcadas diferencias entre los mataderos no industriales (salas de matanza) que es baja, entre 20-80 reses, de 300-500 reses en 32% de los mataderos industriales, y más de 600 reses en el 32% de los frigoríficos-mataderos industriales (Datos Information Resources, 1995). Esta situación afecta la adecuada refrigeración que, generalmente, es menor de 18 horas en la mayoría de estas instalaciones por falta de espacio.
- Limitaciones para clasificar en frío y evidenciar mejor los rasgos de calidad en carne, problemas en la comercialización por lo complicado de identificar las etiquetas y el color de la tinta diferenciadora de categorías y que al final se pierde con los cortes; esto no ayuda o beneficia ni al productor ni al matadero, ni al consumidor al no poder identificar un producto de mayor calidad, ya que la clasificación que recibe la canal no se traduce en diferencia de calidad y o precio en los cortes que se derivan.

Nudos Críticos en la etapa del procesamiento primario (Beneficio)

- Desorden por la falta de zonificación, proliferación de salas de matanza e incremento de la capacidad ociosa en el complejo agroindustrial de mataderos (aproximadamente 40%) provocando la pérdida de rentabilidad que se refleja en los altos costos que se trasladan a lo largo de la cadena; de esa manera, incrementan la capacidad ociosa de las instalaciones, deterioro de la eficiencia de aprovechamiento de subproductos, descontrol higiénico-sanitario tanto de las reses como de la canal, deterioro e indefinición de la calidad de la canal por la ausencia de clasificación, aumento en los costos de comercialización, problemas ambientales por contaminación del entorno con despojos y desperdicios, entre otros.
- Falta de seguimiento, evaluación y control por parte de los organismos responsables por velar el buen funcionamiento de estas instalaciones, producto tal vez al desconocimiento o a la práctica muy común de ignorar normas jurídicas como la Norma y Programa Subregional sobre Tecnología, Higiene e Inspección Sanitaria del Comercio de Ganado Bovino para Beneficio, Mataderos y Comercio de Carne Bovina o Decisión 197 de la Junta del Acuerdo de Cartagena (1983), adoptada en nuestra legislación a través del Decreto N° 2.527 (1993).
- Alta discrecionalidad del clasificador y una gran variación de criterios entre clasificadores por no existir un proceso de supervisión y de auditorías o refrescamiento profesional por parte de la Unidad Técnica Nacional de la carne del Ministerio de Producción y Comercio (MPC).

- Doble subordinación del clasificador (al MAT-SASA y a la empresa beneficiadora de reses que otorga “bonos compensatorios” por su servicio al funcionario oficial) que mediatiza su función de árbitro imparcial. Eso deriva en corrupción por sobornos o conflictos de intereses (productores, matarifes, o clasificadores intermediarios o dueños de carnicería) en el acto de la clasificación de la canal.

TERCER Y CUARTO COMPONENTE: DISTRIBUIDORES URBANOS

Esta etapa en la cadena cárnica se corresponde con las actividades realizadas por el comercio mayorista y/o detallista a nivel urbano, como las empresas de almacenaje y distribución de la carne en cuartos de canales, cortes pistola, “peras” o más reciente en cortes con y sin hueso, que pueden cumplir funciones de acopio. Los proveedores de esta etapa están representados por los caveros mayoristas de carne en canal, caveros independientes, cuya función prácticamente se limita al transporte de la canal desde los sitios de beneficio o sacrificio hasta la zona urbana, punto de concentración de estos comercios. Pocas veces los mayoristas agregan valor al producto intermedio.

Dentro de los segundos están las carnicerías, como estructuras responsables del 80% del abastecimiento de carne a los consumidores, que también incluyen las ubicadas en los mercados populares. A su vez, estas carnicerías, pueden distribuir a otros puntos de ventas al detal, como abastos, tiendas y carnicerías que manejan bajo volúmenes de venta. Asimismo, el comercio organizado, representado por los supermercados independientes o cadenas, hipermercados, que como los distribuidores mayoristas venden o sirven de almacenes al complejo o red nacional de hoteles, restaurantes y comedores institucionales (sistema HRI), especialmente los sistemas de comida rápida, que en conjunto comercializan aproximadamente el 20% restante de la carne a los consumidores.

Esta etapa se caracteriza principalmente en varios aspectos:

- A excepción de los comercios organizados, la actividad de la distribución urbana de la carne se realiza en estructuras físicas no acondicionadas para preservar la higiene y la calidad de la carne, lo que influye en pérdidas de producto y por consiguiente, aumento en el precio al consumidor. Según los resultados obtenidos en estudios por Segovia-López et al. (2004) en el estado Zulia, 42% de las carnicerías se clasificaron como clase A, 24% clase B y el resto (44%), clase C, según el Decreto N° 2.527 (1993). Esta clasificación está relacionada con el bajo nivel de acondicionamiento, limitado espacio físico, dotación de equipos mínimos de funcionamiento, que influye en la capacidad de almacenamiento, frecuencia de aprovisionamiento, sistema de compra-venta (generalmente de contado), bajos volúmenes comercializados y por supuesto, incremento de precio tanto de compra como de venta al consumidor, al no aprovechar las ventajas de las economías de escala (Segovia-López et al. 2004).
- Falta de organización gremial entre las diferentes carnicerías tanto a nivel local, como regional que conlleva a falta de representatividad a todo nivel. Asimismo, la inexistencia de integración con el resto de los componentes de la cadena cárnica; las mismas funcionan como puntos aislados en el sistema.

- En su mayoría estos locales tienen una administración tradicional, sin incorporación de técnicas gerenciales que contribuyan a mejorar sus condiciones socio-económicas, ya que la mayoría de los dueños de estos establecimientos tradicionales (carnicerías) tienen bajo grado de instrucción (el 80% hasta secundaria) y sin ningún nivel de formación (cursos gerenciales o entrenamiento técnico) en el negocio cárnico. Esta situación se refleja en la mano de obra que se contrata para realizar las prácticas de desposte, preparación de los cortes y atención a los consumidores, donde sólo se les exige experiencia.
- La unidad de comercialización por lo general es la canal en cuartos, aproximadamente de 3 a 7 canales por semana, dependiendo de la ubicación de la carnicería y del tipo de cliente. Esta situación les confiere gran dependencia de los proveedores en cuanto a calidad de las canales, precios y volumen de compra.
- Se ignora o desconoce el actual sistema de clasificación de la carne (Decreto Presidencial No. 1896, 1997) para diferenciar sus productos y precios por grados de categorías, ya que, o no perciben su ventaja o están sujetos a la información suministrada por sus proveedores, lo que los pone en desventaja frente al comercio informal de carne no clasificada, al momento de determinar el precio. Ofrecen pocos servicios al cliente, ausencia del manejo de carnes de marca y rechazo de los carniceros a la idea de venderlas por parte del comercio detallista tradicional. Sin embargo, cabe decir que en las encuestas los dueños o gerentes de carnicería, consideran la organización, ya sea con los productores y/o con los frigoríficos, como una alternativa para mejorar la eficiencia de la cadena cárnica y ofertar un producto de mejor calidad a los consumidores (Segovia-López et al., 2004).

Nudos Críticos en la etapa de la distribución urbana del circuito cárnico

- Altos márgenes de ganancia unitarios en el precio final, reflejado como una “viweza criolla” por los detallistas, especulando e incluso cayendo en prácticas desleales en los servicios, tales como: balanzas de pesaje alteradas, cortes de una calidad por otro (“gato por liebre”), precios no acordes con el tipo de corte, y expendio de carne con características no adecuadas para el consumo humano.
- Desidia oficial, al no existir control por parte de los organismos competentes (Alcaldías, Ministerios), en lo que respecta a la distribución física, zonificación, condiciones de funcionamiento, sanidad e higiene. Estos aspectos son muy negativos para la cadena ya que de su funcionamiento y eficacia depende el éxito o fracaso de la misma.
- Ignorancia del manejo de la carne como producto perecedero, por consiguiente se somete el producto a cambios de temperatura, cortes inadecuados, apilamiento, almacenamiento refrigerado deficiente, por lo tanto, se ofrece un pésimo producto, de pobre presentación al consumidor, que influye en la demanda y vida útil.
- El conformismo y falta de iniciativas hacia las integraciones o alianzas, y la resistencia en este mismo mercado al expendio y promoción de carnes con marca o contramarcas, hace perder competitividad a la carne bovina frente a alternativas o sustitutos como el pollo, de integración vertical histórica.

QUINTO COMPONENTE: CONSUMIDORES

Se corresponde con el proceso de adquisición y consumo de carne por parte de la población. En esta etapa, el producto comercial está representado por la carne despostada o cortes minoristas (trozos, bistés, carne molida) que adquieren los consumidores en los diferentes puntos al detal, como carnicerías, mercados populares, abastos, supermercados, hipermercados y ventas de comidas rápida. Para caracterizar esta etapa, es necesario considerar el comportamiento y hábito de consumo y de esta manera, definir el patrón de distribución-consumo de carne en el ámbito urbano.

La carne vacuna ocupa un lugar preponderante en la dieta de la población venezolana, ya que contribuye con el 18% de la proteína de la canasta básica alimentaria, un aspecto de significativa importancia, para los sectores empobrecidos que representan entre el 60 y 80% de la población. Sin embargo, el patrón de producción-consumo de carnes en Venezuela ha estado sujeto a cambios, como respuesta entre otros, a situaciones económicas que han producido una contracción de la demanda, alteración de políticas, preferencias de los consumidores y modificaciones en la organización del sistema de comercialización.

Las características de este componente son:

- Recuperación del consumo de carne, representado por la disponibilidad per cápita de 23,18 Kg/pers./año para 1980 a 17,76 Kg/pers./año en 1997 y un incremento en los últimos dos años que estableció un consumo de 20,87 Kg. para el año 2007 (Asofrigo 2007). La demanda de la carne se enfrenta a un alto grado de sustitución por otros tipos de carne en el momento de su adquisición, considerándose el lugar de compra (supermercados, mercados y/o carnicerías), el precio de la carne frente al pollo, el ingreso y el grado de instrucción como factores fundamentales que afectan la demanda de carne roja en el mercado (Segovia-López *et al.*, 2004).
- La adquisición y consumo de la carne responde más a una conducta adquirida que al reconocimiento de las bondades nutricionales de las mismas. Nuestros consumidores en cambio, asocian efectos negativos de la carne roja en la salud, destacando la dificultad en su digestión, ácido úrico y colesterol. Asimismo, señalan precios elevados, que conlleva a disminuir la frecuencia, la cantidad consumida y la calidad adquirida (CONVECAR, 1999; Segovia-López *et al.*, 2004).
- Los consumidores responden según su nivel socioeconómico a los tipos de comercio detallista del producto. Aquí se genera un cierto grado de fidelidad y de confianza relativa con los expendedores, que les permite demandar ciertos servicios en lo que respecta a la ubicación o distancia del comercio, la forma de pago, calidad de la carne, atención personalizada, selección y preparación de la carne y horario de atención. Sin embargo, la desconfianza o incertidumbre siempre está presente en cuanto a los atributos del producto ofrecido por el carnicero, por la práctica habitual de ser engañados y/o estafados por algunos comerciantes.
- El color es el atributo que predomina en la selección de la carne por el consumidor (70% de los encuestados); otros atributos como presencia de grasa, aparien-

cia jugosa y la percepción blanda al tacto son considerados como complementos en su elección (Segovia-López *et al.*, 2004). El 66% de la población consume carne de 2 a 3 veces por semana, porque le gusta y por costumbre, sin considerar el precio dentro de los motivos de consumo ni tampoco el valor nutritivo. El promedio de consumo de carne por familia (integrada por 5 miembros) es de 2 a 3 kg/semana, considerando el 90% de los encuestados que dice consumir carne “de primera” calidad (Segovia-López *et al.*, 2004, CONVECAR, 1999).

Nudos Críticos en el consumo final

- Desconocimiento del valor nutricional que se refleja en conformismo y desinformación por parte de los consumidores del valor comercial de las carnes ofrecidas, por lo que el valor esperado del producto no compensa el precio en el mercado.
- Prácticamente predomina el costumbrismo que hace prevalecer el consumo de carne fresca en cortes, sin importar su tipo y categoría cualitativa y el rechazo a nuevas formas y presentaciones de la carne limitándose el consumo de estas últimas a los productos preformados adquiridos en cadenas de comida rápida y a muy pocos productos de marca en los supermercados e hipermercados.
- Populismo manifiesto en declaraciones de que los “pobres no estamos comiendo carne” y mucho menos de primera calidad, lo cual tergiversa las estrategias de venta, porque en verdad, los consumidores de bajo nivel socioeconómico (D y E), que representan más del 80% de la población, conocen el producto y ante cualquier oportunidad económica, así sea en menores raciones, adquieren el producto, es decir, comen carne, cortes de primera y no les importa el precio (Segovia-López *et al.*, 2004).

La presencia de nudos en la cadena cárnica, conlleva a definir el problema como debido a una falta de competitividad de la cadena cárnica, por deficiente infraestructura de mercadeo y limitantes técnico-ambientales del sistema. La propuesta de acciones estratégicas es urgente, a fin de controlar y/o atacar estos nudos identificados en cada una de las etapas de la cadena, para lograr la eficiencia deseada. En toda la cadena es necesario contar con mano de obra calificada, es decir, lograr la especialización y tecnificación de la cadena, establecer o incorporar un nivel gerencial adecuado, tener la visión comercial de apertura de mercado (posicionamiento de los existentes y desarrollo de nuevas oportunidades) y el aprovechamiento de las oportunidades comerciales actuales.

PROPUESTAS ESTRATÉGICAS Y ACCIONES

- Propiciar la participación activa de todos los productores para su organización, bajo cualquier figura (cooperativas, asociaciones, etc) para el desarrollo de sus habilidades gerenciales y mejora de la imagen corporativa y que contemple la comercialización eficiente de los productos, a nivel local, regional, nacional e internacional.

- Lograr la participación comprometida de entes públicos y privados que apoyen el proceso de desarrollo de la cadena cárnica.
- Implementar un programa nacional de Comité Estadales de la Carne, en los estados de desarrollo pecuario más importantes del país, donde se de cabida a la participación de los diferentes actores, desde las Alcaldías, y así particularizar las condiciones locales de la cadena y el sentido de participación, identificación, responsabilidad y permanencia con el proceso.
- Actualizar el registro de explotaciones agropecuarias, sistema de producción, capacidad (inventario de animales) de las explotaciones, con la finalidad de cuantificar la oferta de animales vivos y la capacidad de matanza.
- Organizar la cadena a nivel local (Estados-Municipios), a través de la promoción de cooperativas, asociaciones, integraciones, con fines comerciales, tanto de productores como de transportistas, mataderos y/o salas de matanza, detallistas tradicionales y organizados, consumidores. Evaluar el nivel de abastecimiento local.
- Revisar y actualizar la Ordenanza Municipal sobre Frigoríficos Industriales, Salas de Matanza, así como de los comodatos, administración, condiciones físicas actuales, sanidad, higiene, ubicación, de acuerdo a lo establecido en el Decreto 2.527 (v.g., Decisión 197 de la JUNAC), donde además se reglamente la instalación y funcionamiento de los mismos.
- Posicionar en cada uno de los actores de la cadena: productores, intermediarios, mataderos, detallistas hasta consumidores, en el nuevo sistema de clasificación de la carne, destacar con campañas de promoción las ventajas de su aplicación y los respectivos beneficios y mantener la clasificación en canal a los cortes, para diferenciar los cortes por categoría de calidad.
- Revisar el sistema de compra-venta y determinación del precio de los productos en cada una de las etapas de la cadena cárnica, y promover la adopción y aplicación de los sistemas de clasificación tanto del ganado en pie en las unidades de producción como el nuevo sistema de clasificación de la carne en canal en los mataderos hasta las carnicerías (Bolsa Agropecuaria).
- Proponer ante los organismos involucrados el Programa Nacional de Clasificación y Zonificación de los Mataderos en el ámbito nacional, que si es posible contemple la eliminación de salas de matanza, mataderos, ineficientes, anti-higiénicos y que no posean un control de los subproductos de la matanza.
- Apoyar estudios relacionados con el Sistema de Información de la Cadena Cárnica (S.I.C.C.) del cual se tienen algunas experiencias, y algunos resultados, que puede ser alimentado por la red nacional de los Comité Estadales de la Carne. En ellos se incluyen dos tipos de información: información diaria a corto plazo que incluya precios, mercados, oferta, demanda, situaciones coyunturales difundida rápidamente a los actores de la cadena a través de radio, prensa, televisión y reuniones gremiales, entre otros. El segundo tipo de información es a mediano y largo plazo, sobre tendencias de la producción, de la matanza, del mercado nacional-internacional, proyecciones y objetivos de las políticas nacio-

nales, que puede ser difundida a través de medios como: revistas técnicas, periódicos y boletines, eventos, ferias con frecuencias mensuales o bimensuales.

- Apoyar el desarrollo de marcas privadas de carne, que conlleva la reglamentación de certificados o denominación de origen e indicaciones geográficas protegidas con Consejos reguladores, como estrategia de apertura, ampliación y diversificación de mercados tanto locales como internacionales, lo que además permitiría el desarrollo eficiente de la cadena para adaptar el producto a las exigencias de estas denominaciones.
- Promocionar entre los integrantes de la cadena las alianzas estratégicas, como alternativa de posicionamiento del mercado, la identificación de nichos de mercados, exigencias, servicios requeridos, para lo cual se hace necesario la participación activa de cada uno de los integrantes de la cadena desde el productor hasta el detallista y el resto de los agentes, con visión integral y no como simples elementos aislados en el espacio y en el tiempo.

CONCLUSIONES

La carne vacuna reviste gran importancia para la economía venezolana. El actual entorno político-económico y la persistencia de los múltiples nudos críticos han enfrentado los diversos componentes de la cadena que alejan las oportunidades para resolver el problema de desabastecimiento, de manera que es necesario abocarse a promover un plan integral de producción y abastecimiento de carne, en donde se realicen los correctivos necesarios en todos los eslabones de la cadena cárnica bovina.

LITERATURA CITADA

- Alvarado-Fernández A, González-Virla R. 1997. Diagnóstico de la información manejada por los productores sobre la clasificación en canal y en pie de bovinos, el manejo y mestizaje de animales de ceba en ganadería de doble propósito en el municipio Sucre. Trabajo de grado. Fac. de Cs. Agrop. Escuela de Zootecnia. Univ. Rafael Urdaneta, Maracaibo.
- Bleiberg E, Sahmkow L. 1995. Análisis de la incidencia de las instituciones y los costos transaccionales sobre las primeras etapas de la cadena de comercialización del circuito bovino en la región Nor-Occidental de Venezuela. Trabajo de grado. Escuela de Economía. Universidad Católica Andrés Bello.
- Bolsa de Productos e Insumos Agropecuarios de Venezuela S.A.C.A. (BOLPRIAVEN) 2004.
- Comité Nacional de la carne. 1998. Visión Estratégica de la Cadena Cárnica de Bovinos de Venezuela. Taller Nacional. Serie Cadenas Agro Productivas: Línea Memorias. Volumen 2. Caracas Junio.
- Consejo Venezolano de la Carne (CONVECAR) 1998. Estudio exploratorio de actitudes y hábitos. Caracas.
- Datos Information Resources 1995. Estudio entre Mataderos a Nivel Nacional. CONVECAR. Caracas.
- Decisión 197 de la JUNAC. Acuerdo de Cartagena. 1983. Normas y programa subregional sobre tecnología, higiene e inspección sanitaria del comercio de ganado bovino. Ma-

tadero y Comercio de la carne bovina. Cuadragésimo período de sesiones extraordinarias de la Comisión. Lima. Perú.

González W, Núñez B, Rivera H. 1996. Factores reales o percibidos que afectan la fijación de los precios de la carne bovina a nivel de finca. Tesis de Grado. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. DEPG. LUZ. pp. 79

Huerta-Leidenz N. 1998. Mitos y prejuicios de consumo de carnes rojas. Memorias 1er Encuentro Intersectorial de circuitos de carnes rojas. 12 y 13 de Junio, pp. 27-31

Jerez-Timaure N, Huerta-Leidenz N, Arrieta J, Prieto D, Gutiérrez J. 1997. Classification for muscular condition of steers on growth, carcass and meat traits. Cuban J Agric Sci 31: 31-37.

Silva D, Rincón N, Pérez Y, Peña Ma E, Urdaneta F. 2007. Nudos críticos de procesos gerenciales en unidades de producción de ganadería de doble propósito del municipio Machiques de Perijá, estado Zulia. Rev Fac Agron (LUZ) 24: 547-576

Segovia López E, Contreras Peña D, Marcano Pivoto D, Pirela Hernández R. 2004. Análisis de la distribución de carne roja bovina por las carnicerías del área urbana de Maracaibo. Rev Fac Agron (LUZ) 21: 185-198

Soto-Parra C, Huerta-Leidenz N, Bracho-Bravo B, Vidal A. 1998. Valor Comercial y márgenes de mercadeo del ganado de carne con alto potencial carnicero en Venezuela. Rev. Científica FCV-LUZ 8:236-245.

USDA. 1994. United States Department of Agriculture. Agricultural Fact Book. U.S. Agriculture-linking. Consumers and Producers. pp 2-12.