

## **Canales de mercadeo y comercialización del producto cárnico ovino (*Ovis aries*) en el estado Lara, Venezuela**

Ramón D'Aubeterre<sup>1\*</sup>, Aleyda Delgado<sup>1</sup>, Wilmer J. Armas<sup>1</sup> y Mónica Rueda<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas, Centro de Investigaciones Agrícolas del estado Lara. Carretera vía Duaca-Barquisimeto, estado Lara, Venezuela. \* Correo electrónico: [rdaubeterre@inia.gob.ve](mailto:rdaubeterre@inia.gob.ve)

<sup>2</sup> Universidad Centrocidental "Lisandro Alvarado", Decanato de Administración y Contaduría, Barquisimeto, Venezuela.

---

### **RESUMEN**

En este artículo se presentan los diferentes canales de comercialización de la carne ovina del estado Lara. La información es producto de doce años de seguimiento e información sistematizada recabada entre productores, intermediarios, detallistas y consumidores del estado Lara. Se aplicaron encuestas y entrevistas a los diferentes actores relacionados con la comercialización de la carne ovina y se analizó el comportamiento de los precios a diferentes instancias de la cadena de mercadeo, a través del Método de Ajuste por Nivel General de Precios del Banco Central de Venezuela. Según los resultados, los principales canales detectados para la venta de la carne ovina fueron: 1) productor-consumidor, 2) productor-carnicerías/supermercado-consumidor, 3) productor-acopiador-transportista-detallista-consumidor y 4) productor-acopiador transportista-sala de matanza y/o matadero-carnicería/ supermercado-restaurantes-consumidor. También se determinó que los precios del kilo de animal a puerta de corral y a nivel de consumidor expresados nominalmente se incrementaron durante el periodo 1989-2006, mientras que la reexpresión a precios constantes indica una disminución de los mismos.

*Palabras clave:* Ovinos, canales de mercadeo, comercialización, precios, productores.

---

### **Marketing and commercialization channels of sheep meat products (*Ovis aries*) in Lara state, Venezuela**

#### **ABSTRACT**

The main objective of this paper is to identify the different channels of commercialization of the sheep meat product in Lara state, Venezuela. Twelve years of systematic information is presented. This information was taken among sheep farmers, intermediaries, industrials, retailers, consumers, and government agencies. Surveys were applied to the different actors related to the commercialization and marketing of the sheep products. Prices were analyzed at different levels of markets by using the Method of Adjustment of General Prices of the Central Bank of Venezuela. The main detected channels of commercialization for the sheep meat were: 1) Sheep producers-consumers, 2) Sheep producers-intermediaries (carriers)-retailers-consumers, 3) Sheep producers-intermediaries-slaughterhouse-retailers-consumers, and 4) Sheep producers-intermediaries (carriers)-slaughterhouse-butcheries/supermarkets-restaurants-consumers. Also, prices per kilogram of the animals at the farm and for the consumers were determined nominally and both increased during 1989-2006 period, while the reexpression at constant prices showed a decrease during the same period.

*Keywords:* Marketing channels, commercialization, prices, ovine, farmers.

---

Resumen en Extenso publicado en el marco de las "I Jornadas Científico-Divulgativas y de Innovación del INIA Anzoátegui, 2007"

Recibido: 26/06/2007 Aceptado: 27/07/2007

## INTRODUCCIÓN

La ganadería ovina en Venezuela se estableció en la época de la conquista con la introducción de rebaños provenientes de la península Ibérica (De La Fuente y Juárez, 1982). Estos animales fueron introducidos al continente Americano en el segundo viaje de Cristóbal Colón, los cuales fueron dejados en la isla La Española y de allí se distribuyeron a todas partes de América Continental. Según Rivero (2002), dentro de las estrategias de colonización estaba contemplado otorgar a los encomenderos, además de un lote de tierras, un número de 50 ovejas o cabras para sustento o cría.

Según las estadísticas de la FAO (2006), la población ovina en Venezuela es de 525.121 cabezas, las cuales se encuentran distribuidas en todo el territorio nacional, pero mayormente en zonas diferentes de aquellas donde están localizados los consumidores. De acuerdo con esto, la mayor concentración se encuentra en zonas semiáridas de los estados Zulia, Lara y Falcón, mientras que el mayor consumo se encuentra en el eje central del Distrito Capital y los estados Carabobo, Aragua y Miranda.

En el estado Lara, la actividad ovina se encuentra distribuida en todos los municipios y se concentra en las zonas semiáridas de los municipios Jiménez, Urdaneta, Torres e Iribarren. Los sistemas de producción ovinos son manejados por pequeños y medianos productores con condiciones socioeconómicas y agroecológicas adversas, los rebaños están conformados por animales mestizos de Criollo por Barbado Barriga Negra, Persa Cabeza Negra, West African, y en menor escala con razas exóticas como el Bergamasca y el Dorset, entre otros.

En el área de mercadeo, se puede decir que en el país existen pocos estudios, a pesar del gran valor social que esta ganadería representa (de Combellas, 1997), tal vez, debido a que un alto porcentaje de ovinos, al igual a los caprinos, es beneficiado de manera artesanal, tanto en las propias explotaciones como a orillas de carretera, lo que dificulta obtener cifras de producción exactas que permitan evaluar la contribución de esta especie al mercado de consumo nacional; su aporte al sector pecuario del país está ubicado en el quinto lugar.

El objetivo de este estudio fue identificar los canales de comercialización y el comportamiento de los

precios a diferentes instancias de la cadena de mercado del producto cárnico ovino en el estado Lara.

## MATERIALES Y MÉTODOS

El presente estudio se llevó a cabo en los municipios Torres, Urdaneta, Jiménez, Crespo e Iribarren del estado Lara, en un período de 12 años entre 1989 y 2006. Las etapas metodológicas de diagnóstico fueron las siguientes: sondeos, entrevistas, análisis de información secundaria, elaboración, aplicación y análisis de encuestas a productores y diferentes actores de la cadena y análisis del comportamiento de los precios del producto cárnico ovino.

Se realizaron 579 eventos para la obtención de la información, los cuales se distribuyeron de la siguiente manera: 4 sondeos, 96 entrevistas informales a criadores de ganado ovino, 36 a transportistas acopiadores, 432 a intermediarios y 11 a representantes gubernamentales de institutos de investigación, docencia y extensión. Es importante señalar que el número de muestras varió entre los años, debido del interés por parte de los consumidores y el crecimiento en el número de animales en el estado.

Se analizó información secundaria procedente de trabajos de grado, trabajos de ascenso, compendios, anuarios estadísticos y censos oficiales. Las encuestas se aplicaron en las granjas ovinas del área objeto de estudio.

Para el análisis del comportamiento de los precios a diferentes instancias de la cadena de mercadeo de la carne ovina, se utilizó el Método Ajuste por Nivel General de Precios (NGP), el cual consiste en indexar las partidas no monetarias, utilizando indicadores que permitan calcular la inflación acumulada, desde el origen de la partida hasta la fecha del ajuste (Cedeño, 1997); ya que al presentar los valores a una misma moneda permite realizar comparaciones de las cifras de diferentes periodos, utilizando para ello los índices de precios al consumidor (IPC), los cuales son calculados por el Banco Central de Venezuela (BCV). Esto le otorga validez al método porque se basa en cifras oficiales.

Para el cálculo de los IPC, el BCV utiliza un año base. En las cuentas nacionales el año base se utiliza para las estimaciones a precios constantes de importantes indicadores como la producción y la demanda de bienes y servicios, a fin de determinar la

correspondiente evolución en términos reales o físicos. En cuanto al IPC, en el año base se establecen las estructuras de ponderaciones, conforme a los gastos de consumo de las familias a partir del cual se define la canasta representativa de bienes y servicios para el cálculo del índice (BCV, 1984)

Para aplicar el Método Ajuste por Nivel General de Precios (NGP) se utilizaron los Índices de Precios al Consumidor para el Área Metropolitana de Caracas, considerando dos años base: 1984 – 1997. La utilización de dos años base obedece a que en 1996, BCV inició la ejecución del Programa de Actualización de las Estimaciones Macroeconómicas (Pracem). Para realizar el análisis de precios de este estudio: en el año base 1984, el índice utilizado fue: Alimentos, Bebidas y Tabaco, y en el año base 1997 el índice utilizado cambio a: Alimentos y Bebidas No Alcohólicas (BCV, 1997).

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Del desarrollo de la investigación se logró detectar, en el producto cárnico ovino, cuatro canales de comercialización en el estado Lara entre el periodo 1989-2006. El primer canal (productor-consumidor), cuya principal característica es el hecho de que los productores realizan un intercambio directo con el consumidor, normalmente un visitante ocasional y puede suceder con la compra de animales en pie o sacrificados en la propia unidad de producción.

El segundo canal (productor-carnicerías /supermercado-consumidor) sucede en fincas grandes donde los productores tienen su propia sala de matanza, una vez sacrificados los animales, son llevados a carnicerías y/o supermercados o restaurantes por el propio dueño o encargado de la finca y luego adquiridos por el consumidor final.

En el tercer canal (productor-acopiador transportista-detallista-consumidor), el productor vende a puerta de corral animales en pie, los cuales son transportados por un acopiador/transportista a puestos a orilla de carretera, donde los animales son sacrificados sin ningún control de tipo sanitario y vendidos al consumidor en forma de canal completa o por fracciones.

El cuarto canal (productor-acopiador transportista-sala de matanza y/o matadero-carnicería /supermercado-restaurantes-consumidor) es el más común. El productor, al igual que en el tercer canal,

vende animales en pie a puerta de finca, que son transportados por un acopiador transportista al matadero y/o sala de matanza. Una vez sacrificados, pueden presentarse tres modalidades hasta llegar al consumidor final: 1) matadero/sala de matanza-supermercado/carnicería-restaurantes-consumidor, 2) matadero/sala de matanza-restaurantes-consumidor y 3) matadero/sala de matanza-supermercado /carnicería-consumidor. Este sistema es el único donde se puede tener control sanitario, destino de la producción y de cifras estadísticas más confiables de venta y consumo.

Los aportes de los diferentes canales al sistema de comercialización de la carne ovina en el estado Lara encontrados en este trabajo son: 13%, 4%, 31% y 52%, para los canales 1, 2, 3 y 4; respectivamente, los cuales se mantuvieron durante los 12 años evaluados. Los canales detectados, presentan similitud a los reportados por Gutiérrez (1998), para la especie caprina en el mismo estado; es importante destacar, que el mismo autor concentró su trabajo exclusivamente en explotaciones caprinas extensivas, mientras que los resultados aquí presentados, no discriminan sistema de producción.

En otro trabajo realizado por Rondón *et al.* (2001) para los estados Guárico, Aragua, Carabobo, Falcón y Lara, reportan que los productores venden en su mayoría directamente al consumidor, mientras que en los resultados obtenidos en éste trabajo, indican que el canal más importante es donde la figura del transportista acopiador está presente.

En los Cuadros 1 y 2 se observa el comportamiento de los precios en términos nominales y reexpresados de la carne ovina a puerta de finca y a nivel de consumidor. La ausencia en la diferencia de precios en la compra de los animales en pie se refleja positivamente en el valor final de la carne para el consumidor ya que no se categoriza el producto entre adultos y crías, debido a que los animales jóvenes son vendidos luego del destete. Normalmente esto ocurre posterior a los 6 meses de edad, ya que de ser así, los precios de la carne proveniente de animales jóvenes serían mucho mayores que el de los adultos. Igualmente, se observa un incremento de los precios nominales del kilo de animales en pie de puerta de corral, mientras que la reexpresión a precios constantes, según la metodología aplicada, indica una disminución de los mismos, lo cual significa que el incremento de los precios a valores nominales fue

inferior al crecimiento de la inflación reflejada en los rubros: Alimentos, bebidas y Tabaco (BCV, 1984) y Alimentos y Bebidas No Alcohólicas (BCV, 1997).

Un comportamiento similar se observa en los precios por kilo a nivel de consumidor final.

Cuadro 1. Precios de ovinos en pie y de la carne durante el periodo 1989-1998. Reexpresión hasta 1997. Año Base 1984. Índice utilizado Alimentos, bebidas y tabaco. APPC: Animales en pie a puerta de corral.

Año	APPC	Consumidor	IPC Diciembre 1984	IPC Diciembre 1987	Factor	Valor actualizado APPC	Valor actualizado consumidor
		----- Bs/kg -----				----- Bs/kg -----	
1989	30-35	68	801	24.576	30,67	920-1.074	2.086
1990	30-35	85	1.122	24.576	21,91	702-767	1.862
1991	35-40	190	1.485	24.576	16,55	657-662	3.145
1992	60-80	300	1.949	24.576	12,61	579-1.009	3.782
1997	340-360	1.100-1.300	18.746	24.576	1,31	446-472	1.835-2.753
1998	380-420	1.400-2.100	24.576	24.576	1,00	380-420	1.400-2.100

Cuadro 2. Precios de ovinos en pie y de la carne durante el periodo 2000-2006. Reexpresión hasta 2006. Año Base 1997. Índice utilizado alimentos y bebidas no alcohólicas. APPC: Animales en pie a puerta de corral.

Año	APPC	Consumidor	IPC Diciembre 1197	IPC Diciembre 2006	Factor	Valor actualizado APPC	Valor actualizado consumidor
		----- Bs/kg -----				----- Bs/kg -----	
2000	600-700	1.800-2.400	184	800	4,35	2.608-3.042	7.823-10.431
2001	700-800	2.400-2.600	217	800	3,69	2.581-2.950	8.849-9.586
2002	850-900	2.600-2.800	303	800	2,64	2.247-2.379	6.873-7.402
2003	900-1.000	2.800-3.000	412	800	1,94	1.746-1940	5.431-5.819
2005	2.500-2.800	8.500	635	800	1,26	3.151-2.500	10.713
2006	2.500-3.000	9.700	800	800	1,00	2.500-3.000	9.700

### CONCLUSIONES

Se determinó que los canales de comercialización del producto cárnico ovino son similares a los reportados por otros autores para la especie caprina en el estado Lara, pero diferentes a los detectados para la misma especie para otros estados.

Se notan procesos incipientes que tienden a la creación de futuros canales consolidados de comercialización como lo son la diferenciación de cortes y la presentación al consumidor.

Se notó un incremento de los precios nominales por kilo de animales en pie a puerta de corral y a nivel de consumidor final durante el periodo. Sin embargo, al realizar reexpresión de los mismos se observó una disminución, lo cual significa que el incremento de los precios a valores nominales fue inferior al crecimiento de la inflación.

De igual manera, se detectó que son los intermediarios los principales favorecidos en todo el proceso de comercialización, esto es producto de la falta de organización en cooperativas y/o asociaciones de productores observada en las comunidades, aunado al factor vías de penetración y la distancia de las explotaciones, donde la principal forma del productor de comercializar el producto es la dependencia del intermediario.

### LITERATURA CITADA

- BCV (Banco Central de Venezuela). 1997. Índice de precios al consumidor para el área metropolitana de Caracas. BCV, Caracas. Disponible en línea: <http://www.bcv.org.ve/cuadros/4/413.asp>.
- BCV. 1984. El índice de precios al consumidor. BCV, Caracas. Disponible en línea: <http://www.bcv.org.ve/pdf/infoipc.pdf>
- Cedeño R.I. 1997. Técnicas de ajuste por inflación contable. Edit. Irvin Cedeño & Asociados. Venezuela.
- De Combellas J. 1997. Producción de ovinos en Venezuela. Ed. Ex-Librus. Venezuela.
- De La Fuente G. y A. Juárez. 1982. The emerging role of goat in the world food production-the case of Mexico. *En Proc. 3<sup>rd</sup> Int. Conference on Goat Production and Disease*. Tucson. Arizona. USA. pp. 144-148.
- FAO STAT. 2007. Estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Disponible en línea: <http://faostat.fao.org>
- Gutiérrez J.G. 1998. Canales y márgenes de comercialización de la producción caprina en explotaciones extensivas del estado Lara. *Gaceta Cien. Vet. UCLA*, 4(2): 15-30.
- Rivero J. 2002. Ovinos y caprinos en Venezuela. Los chivos expiatorios de la producción pecuaria. *Aerotécnico*, 15: 20-22.
- Rondón Z., J. Combellas, L. Ríos, J. Said, M. Morantes, G. Perdomo, A. Osea y J. Pinos. 2001. Análisis descriptivo de explotaciones ovinas en estados centrales y centro-occidentales de Venezuela. *Zootecnia Trop.*, 19(3):229-242.