

HD
9410
.P5
1972
c1



NOTAS SOBRE MERCADEO DE GANADO VACUNO Y
CARNE DE RES EN COLOMBIA)

Por

Per Pinstrup-Andersen

//
Efrén Varela M



Programa de Economía Agrícola
CENTRO INTERNACIONAL DE AGRICULTURA TROPICAL
Cali, Colombia
Febrero, 1972

SERVICIOS REFERENCIALES Y BIBLIOGRAFICOS

ERRATAS

<u>Página</u>	<u>Párrafo</u>	<u>Línea</u>	<u>Dice</u>	<u>Léase</u>
16	1	1	hablar en un trabajo .	. hablar de ganado para leche en un tra- bajo
32	2	5	. de precio?	.de un precio dado?
63	3	2	.discutió más tarde en .	. discutió en otro .

CONTENIDO

	<u>Página</u>
I - <u>INTRODUCCION</u>	1
II - <u>MERCADEO COMO ACTIVIDAD GENERAL</u>	3
A Conceptos	3
B Función Social y Económica	4
III - <u>ESTADO ACTUAL DE LA GANADERIA EN COLOMBIA</u>	8
A Zonas Ganaderas del Pais	8
B. Ganado Vacuno para Carne	9
C. Ganado Vacuno para Leche	16
IV - <u>CANALES DE COMERCIALIZACION</u>	19
A Mayorista	21
B Mayorista - Minorista	22
C Minoristas	23
V - <u>PRECIOS Y DETERMINACION DEL PRECIO</u>	29
A Cuál es el Objetivo del Precio?	29
B Cómo se Determina el Precio?	
C. Demanda	30
D Oferta	30
E Determinación del Precio	30
F. Elasticidad Precio de la Demanda	32
G El Impacto de Aumentos en la Producción sobre los Precios del Ganado en Colombia	34

	<u>Página</u>
H. Cuáles son las Implicaciones de esta Relación?	34
I Elasticidad Ingreso de la Demanda	35
J El Caso Colombiano	35
K. Precios del Ganado y de la Carne en Colombia	37
L Fluctuaciones de los Precios	38
M Trabaja el Mecanismo de Precios para el Ganado y la Carne en Colombia?	41
VI - <u>TRANSPORTE</u>	44
VII - <u>INFORMACION, COMUNICACION Y CLASIFICACION</u>	51
A Información	51
B Comunicación	53
C. Información y Clasificación	56
VIII- <u>MARGENES DE COMERCIALIZACION</u>	57
A. Márgenes de Comercialización y Eficiencia	57
B. Reduciendo el Margen	59
IX - <u>ABASTECIMIENTO Y CONSUMO REGIONAL DE GANADO DE CARNE EN COLOMBIA</u>	61
X - <u>EXPORTACION DE GANADO Y CARNE</u>	71
A Efectos de las Leyes y las Regulaciones Colombianas	71
B Destino de las Exportaciones	73
C Efecto de la Fiebre Aftosa en las Exportaciones	75
D Carne de Contrabando	76
E. Facilidades de Exportación	77

	<u>Página</u>
F Control de Calidad	79
G. Competencia en el Precio de Exportación	79
H Posibilidades de Exportación de Carne de Res para Colombia	81
BIBLIOGRAFIA	82

LISTA FIGURAS

	<u>Página</u>
Figura 1 - Zonificación General de la Ganadería Vacuna en Colombia	10
Figura 2 - Canales de Distribución de Carne de Res	28
Figura 3 - Procedencia del Ganado Vacuno que entró a la Plaza de Ferias de Cali durante 1968	62
Figura 4 - Flujo de Mercados de Ganado de Carne a los Principales Centros de Consumo.	64

LISTA GRAFICOS

Gráfico 1 - Ilustración de la Determinación del Precio	31
Gráfico 2 - Comportamiento del Índice Total de Precio (I _T) y la del índice de precio de animales vivos.	40
Gráfico 3 - Fluctuaciones Cíclicas de los Sacrificios de Ganado Mayor en Colombia y Precio al por Menor de Carne de Res de Primera en Bogotá (1956-1966).	42
Gráfico 4 - Movimiento Estacional de los Precios de Ganado Cebado (4-5 años) en la Feria de Medellín (1955-1965).	43

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 - Número de Cabezas de Ganado Vacuno y Areas de Pastos Discriminados por Departamentos Colombia 1970-1971	11
Tabla 2 - Población y Tasa de Extracción de Ganado Vacuno 1950-1970	13

Tabla 3	- Deguello de Ganado Mayor Colombia 1940-1970	15
Tabla 4	- Población Vacuna. Producción e Industria- lización de Leche 1965-1969	18
Tabla 5	- Precios Medios del Ganado Vacuno en Pie en la Plaza de Medellín y de la Carne de Res al Consumidor, Medellín	37
Tabla 6	- Indices de Precios al por Mayor en Colombia.	39
Tabla 7	- Población, Sacrificio y Producción, Excedente o Déficit de Ganado Bovino por Departamento, 1968	66
Tabla 8	- Consumo de la Carne de Res en Colombia 1950-1967	67
Tabla 9	- Cantidad Disponible, Recomendada y Deficiencia de Carne y Huevos para cada Colombiano	70
Tabla 10	- Estimación de la Deficiencia en Colombia de Carne de las Diferentes Especies y Huevos en 1969-1975.	70
Tabla 11	- Exportaciones de Ganado Bovino y Carne de Res 1959-1968	72
Tabla 12	- Exportaciones de Ganado Bovino y Carne de Res Países de Destino	74

I - I N T R O D U C C I O N

El objetivo principal de este estudio es poner a la disposición un texto preliminar sobre mercadeo de ganado vacuno y de carne de res, que se pueda aplicar en Colombia y en otros países latinoamericanos. Un segundo objetivo fué recopilar algunas de las informaciones más importantes actualmente disponibles, acerca del mercadeo del ganado vacuno y carne de res en Colombia. Hoy en día esta información sólo se puede obtener de los informes particulares de investigación y estadísticos, algunos de los cuales son muy escasos de obtener.

Como la mayoría de las investigaciones agropecuarias en Colombia, la investigación del mercadeo de ganado vacuno y carne de res ha sido hecha por varias entidades independientes, tanto domésticas como extranjeras, y la coordinación entre los varios proyectos casi no ha existido. No se ha aplicado una estrategia de investigación a nivel nacional, por lo tanto se ha considerado que sería útil intentar hacer un inventario de los resultados de las investigaciones disponibles actualmente. Debe tenerse en cuenta, sin embargo, que el primer objetivo de este estudio fué escribir un texto para un curso corto de mercadeo, de ahí que varios de los resultados de la investigación considerados demasiado específicos para este propósito, no fueron incluidos y la publicación en su forma actual es inadecuada como un indicador del estado actual de las investigaciones del mercadeo de ganado y de carne en Colombia.

El análisis es esencialmente descriptivo y se incluyó solamente la más elemental teoría de mercadeo. Este curso inicialmente se preparó

para dar a los "trainees" del CIAT un amplio conocimiento del funcionamiento del sector de mercadeo de ganado y de carne y no desarrollar expertos en mercadeo. El curso original en referencia ha sido modificado y actualizado en algunas de sus partes teniendo siempre en mente el nivel y formación profesional de los alumnos. Por lo tanto se pensó que el limitado tiempo disponible podía ser utilizado mejor dándole énfasis a la parte teórica.

Este estudio está basado principalmente en la información de varios estudios de investigación y otras publicaciones relacionadas con el mercadeo de ganado y de carne. A pesar de que un número de proyectos de investigación con relación al mercadeo de ganado y de carne en Colombia y en otros países latinoamericanos se hayan terminado, quedan ciertos vacíos en el conocimiento de estos asuntos. En este estudio se intenta llenar algunos de estos vacíos si fuere posible y dentro del tiempo disponible.

El estudio en su forma actual debe ser considerado como un estudio preliminar, pues se dispuso de poco tiempo para hacerlo y todavía necesita hacerse una gran cantidad de cambios. Se espera que cada lector envíe sus sugerencias al autor para así mejorar dicho trabajo.

II - MERCADO COMO ACTIVIDAD GENERAL

A CONCEPTOS

Cuando tomamos nuestros alimentos diarios quizás ninguno estemos pensando en el "historial" de cada producto que se encuentra sobre nuestra mesa. Ciertamente estamos organizando nuestros próximos compromisos, los problemas del nuevo día, leyendo o escuchando las últimas noticias, etc , etc. Es tan natural que nuestra comida se encuentre allí disponible cada día. En gran parte para eso trabajamos, diríamos

Considere la posibilidad de que esta rutina cambie subitamente. Hoy no hubo huevos, ni pan, ni leche, ni mantequilla, ni carne, ni . Qué sucedió?

El expendedor no recibió los pedidos que esperaba, el abastecedor no recibió la cantidad adecuada y usual de productos, el mayorista tuvo problemas con el transportador de las materias primas y éstas se descompusieron. Aunque parece simple el "mecanismo" enunciado, en la realidad es demasiado complejo. Este es el proceso de "comercialización" presentado a grandes y muy generales rasgos.

Las definiciones de tal proceso generalmente coinciden en el fondo aunque no siempre en la forma puesto que para cada producto existe determinado tratamiento según sus propias peculiaridades. Pero en síntesis, la comercialización o el "mercadeo" se define como todas aquellas operaciones involucradas para hacer disponible una mercancía de acuerdo a las preferencias de forma, lugar, tiempo y en último término, de posesión del consumidor que se decide a obtener el producto en cuestión.

En los anteriores parágrafos solamente tenemos unas cuantas ideas aparentemente concatenadas pero para comprender un problema de comercialización realmente se debe tener cierta metodología planteada así

1. Enfoque Funcional.

Utilizando este enfoque, el sistema de mercadeo se divide en las funciones ejecutadas tales como, compras, ventas, transportes, etc., y cada función se analiza primero aisladamente y luego en combinación con las otras funciones del sistema

2. Enfoque Institucional

Bajo este enfoque se estudian todas las agencias o instituciones en el sector de mercadeo.

3. Enfoque por Producto.

Mientras que los dos enfoques anteriores pudieran tener relación con varios productos, este enfoque está restringido a un análisis de un producto en particular y se sigue el movimiento del producto desde el productor hasta el consumidor final

El presente estudio se basa esencialmente en el enfoque por producto dentro del cual se utilizan tanto el enfoque funcional como el institucional. Un producto, ganado vacuno y su derivado, carne de res, se estudian ya que ellos van desde el ganadero hasta el consumidor final

B. FUNCION ECONOMICA Y SOCIAL 1/

En una sociedad rudimentaria tal cual podría ser una comunidad

1/ La mayor parte de esta sección es tomada de Charles Slater y otros (27).

aborigen sin nexos con la "civilización" industrial moderna, se puede presentar el caso más simple de comercialización. El enfoque funcional se limitaría a un trueque por productos entre sí, y/o por uno común al cual se referirían proporcionalmente a la utilidad de cada producto para las partes contratantes.

Siguiendo un proceso histórico en el tiempo subsecuente a la anterior organización social, encontraremos aquella más compleja que necesita un patrón de valor constante relativo a la utilidad de cada objeto o producto en proceso de intercambio.

El sistema de intercambio y los procesos de mercados relacionados cobran importancia cuando una sociedad agraria tradicional se transforma en una sociedad industrial y moderna. La creciente proporción de la población urbana y el aumento en los niveles de ingresos exigen canales mejor organizados para procesar y distribuir los productos agrícolas. La creciente independencia de los principales sectores de la economía, tales como la agricultura, e industria, requiere un sistema efectivo de intercambio para coordinar las actividades de producción y de distribución.

El sistema de mercadeo es el principal mecanismo para la coordinación de producción, distribución y consumo de mercancías y servicios.

Desde un punto de vista económico, el mercadeo incluye el intercambio de actividades asociadas con el transpaso de derechos de propiedad, manejo físico y transformación de productos, y los arreglos institucionales para facilitar estas actividades. Los procesos de mercado están involucrados en el más grande sistema social. Cadenas de comunicación y los flujos de información relacionados a éstos son críticos

para la coordinación de la producción y distribución de todas las mercancías y servicios. También las actividades de venta y compra llegan a ser una parte importante de los procesos sociales especialmente en sociedades "menos desarrolladas" en donde los sitios de mercado local son con frecuencia centros importantes de intercambio social

La relación entre la estructura del sector de mercadeo y desarrollo económico general puede ser aclarada resumiendo el planteamiento del problema.

En países "menos desarrollados", la producción y distribución de alimentos primarios producidos localmente son generalmente llevados a cabo por un gran número de firmas pequeñas usando tecnologías tradicionales. También en las comunidades más pobres, los alimentos constituyen, de un medio a dos tercios de los gastos del consumidor. La productividad del esfuerzo humano es baja, por lo tanto los ingresos y los niveles de vida son bajos. A pesar de que los individuos pueden estar motivados por tratar de mejorar sus ingresos y condiciones de vida, están restringidos por su ambiente económico, social y cultural. Asociados con estas restricciones ambientales están bajo los niveles de conocimientos y deficiente comunicación. Así que, los sistemas de producción-distribución están por lo general deficientemente coordinados y para un forastero parecen inútiles e ineficientes. Sin embargo, este estado de cosas puede ser consecuencia de decisiones racionales tomadas por participantes individuales en el mercado quienes están substancialmente restringidos por los altos niveles de riesgo e incertidumbre existentes tanto en el mercado de productos como en el mercado de insumos.

Además de incertidumbres asociadas con aspectos físicos de una innovación, tales como posibilidad técnica, factores de tiempo, habilidad de conocimiento para "hacer el trabajo de innovación", etc., generalmente hay incertidumbres significantes que se originan dentro del sistema de mercadeo. Por lo tanto, el que sirve potencialmente de una innovación debe considerar las incertidumbres que resultan de la disponibilidad del nuevo insumo y su costo en relación a los ingresos esperados. Por otra parte, se enfrenta a la incertidumbre del precio del producto que produce y como resultado, el típico hombre de negocios o agricultor con bajo ingreso y poca reserva de capital es renuente a aceptar el riesgo asociado con la adopción de innovaciones.

270
|
Sin embargo, puesto que los gastos en alimentación constituyen más de la mitad de los gastos de mantenimiento de la familia en las áreas urbanas de los países "menos desarrollados", una reducción en los precios de los alimentos ocasionada por el mejoramiento en los sectores de mercadeo puede tener un efecto notable en el "ingreso real de la familia".

En tal caso una reducción del 10% en los precios de los alimentos podría aumentar el poder de compra total (ingreso real) en un 5% o más. El resultado sería un aumento en la "demanda efectiva" tanto para los alimentos como para los productos no alimenticios.

III - ESTADO ACTUAL DE LA GANADERIA EN COLOMBIA

A. ZONAS GANADERAS DEL PAIS

Geográficamente se pueden clasificar cinco zonas productoras de ganado 2/.

ZONA 1 Comprende la costa norte del país compuesta por los departamentos de Antioquia, Córdoba, Sucre, Bolívar, Magdalena, César y guajira con 9,7 millones de hectáreas dedicadas a pastoreo Dentro de la zona existen especializaciones de producción, pudiéndose reconocer áreas de cría y el levante en el sur del César y Bolívar, en la mitad del norte y la parte noroccidental de Sucre, Bolívar y Magdalena se dedican a la ceba

ZONA 2 Se localiza en el valle del Alto Magdalena Compuesta de las dos terceras partes meridionales de Antioquia, el occidente de Boyacá, Santander, Norte de Santander, Caldas, Tolima, Cundinamarca y Huila. Tiene 5,6 millones de hectáreas en pastos para un sistema mezclado de cría y ceba pero dándole mayor énfasis a la última

ZONA 3 Hoya media del río Cauca integrada por los departamentos del Valle del Cauca, Risaralda y Quindío. Cuenta con 1,2 millones de hectáreas en pastos para ganadería de cría, levante y engorde.

ZONA 4 Llanos Orientales, comprendida al oriente de la cordillera Oriental y las divisiones políticas del Meta, oriente de Cundina-

marca y totalidad de Arauca, Vichada y Guainía con un área utilizada de 23 millones de hectáreas para cría y ceba. Por la conformación de las zonas generalmente la ceba se hace al pié de la montaña y la cría lejos de los centros de consumo.

ZONA 5. Se caracteriza la Zona Sur por la gran cantidad de área selvática, razón por la cual es de poca importancia. Carece de medios de comunicación y transporte en su generalidad. Se incluye en dicha zona el Vaupés, Putumayo, Caquetá, Amazonas y Narifio en cuya mitad occidental conjuntamente con el Caquetá, se encuentra el área de mayor utilización.

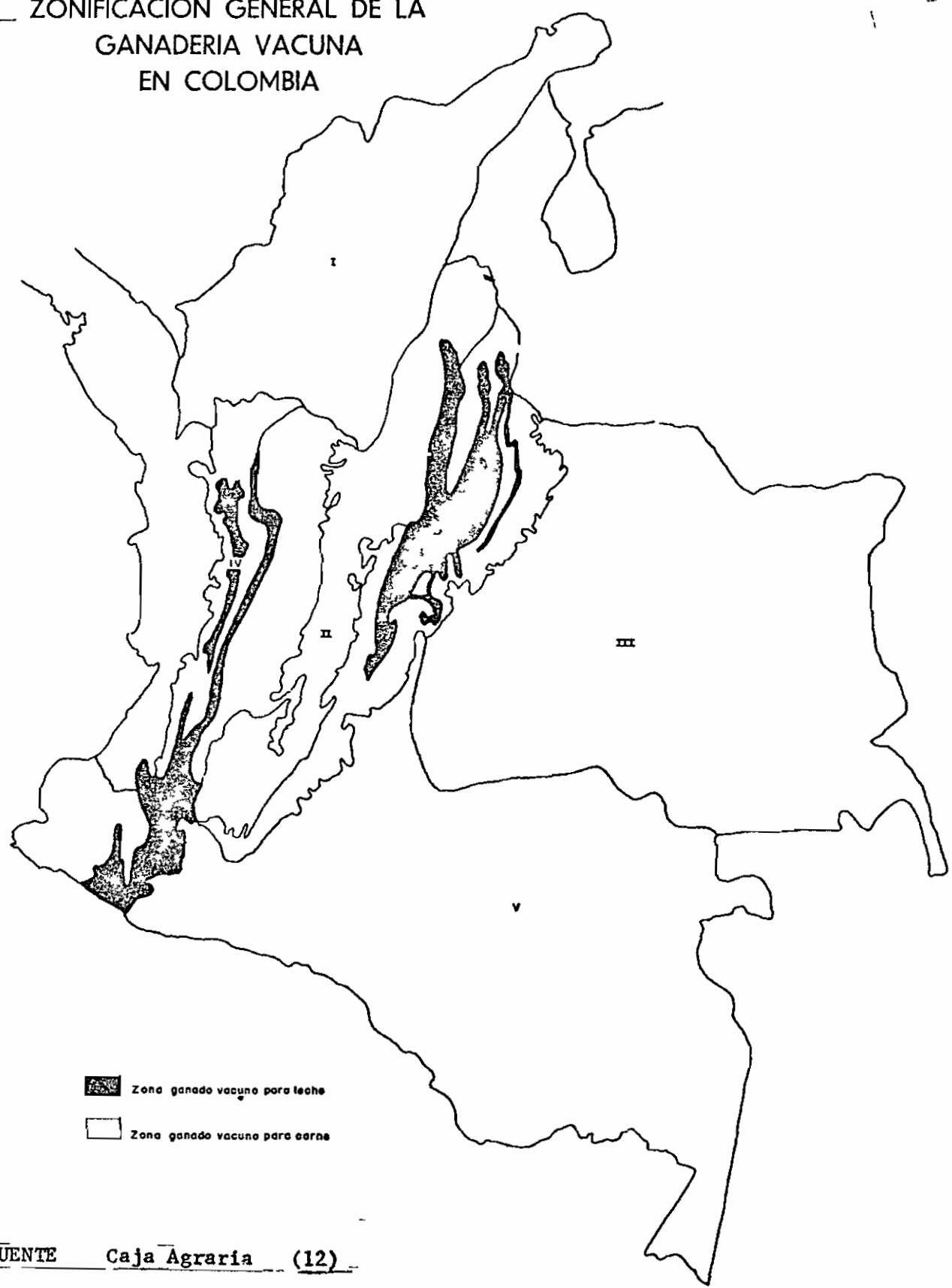
Las anteriores zonas pueden distinguirse claramente en el mapa de la Figura 1.

En la Tabla 1 se discrimina por departamentos el número de cabezas y área utilizada en ganadería. En este resumen parcial podemos apreciar la importancia relativa de cada departamento en la actividad ganadera. Se nota que Cundinamarca, Antioquia y Córdoba ostentan la supremacía en cuanto a población ganadera se refiere. En segundo lugar se encuentran Valle del Cauca, Boyacá, Huila, Magdalena, Santander, Sucre y Tolima. Por inspección somera de áreas, se puede tener una idea de la capacidad de los forrajes para mantenimiento de ganado en cada departamento.

B. GANADO VACUNO PARA CARNE

La población de ganado se estimó en 18,0 millones de cabezas en 1967. Bowser (11) estimó la población de ganado en el mismo año en 15.3

FIGURA 1 ZONIFICACION GENERAL DE LA GANADERIA VACUNA EN COLOMBIA



FUENTE Caja Agraria (12)

TABLA 1. NUMERO DE CABEZAS DE GANADO VACUNO Y AREAS
EN PASTOS DISCRIMINADOS POR DEPARTAMENTOS
COLOMBIA 1970 - 1971 3/

	Departamento	Cabezas ganado vacuno	Hectáreas en pastos
* PRIMERA ETAPA	Cundinamarca	737.997	666 751,0
	Antioquia	894 845	981 759,9
	Quindío	70 988	71 018,4
	Risaralda	99 973	109 710,3
	Caldas	343.381	322 487,8
	Valle del Cauca	519 536	566 038,2
	Cauca	255 726	227.004,5
	Nariño	186 753	161 809,53
* SEGUNDA ETAPA	Atlántico	142 348	154.827,4
	Bolívar	253 627	404.605,0
	Boyacá	565.070	503.971,0
	Córdoba	889.286	796 107,9
	Huila	409 603	629 848,0
	Magdalena	541.539	691 410,8
	Meta	107.045	123 702,7
	Norte de Santander	264 904	325,583,4
	Santander	570 123	694 784,5
	Sucre	529 338	515 107,5
	Tolima	591 194	750 707,9
Total		7.973.276	8 697 235,73

3/ DANE (42)

* La primera parte del censo se levantó del 1° de Octubre a Diciembre de 1970 y la segunda parte de Marzo a Julio de 1971

millones de cabezas mientras que lo estimado por el Banco Ganadero fué de 17.7 millones de cabezas. La producción total de ganado (Tabla 2) puede ser considerada como número de ganado sacrificado más el número exportado vivo ajustado por cambios en el inventario de ganado. En consecuencia, la rata de extracción es calculada como la producción por 100 cabezas. De acuerdo con los datos presentados en la Tabla 2, la población de ganado ha mostrado un constante aumento desde 1953. Sin embargo, el aumento en la población de ganado fué excedido por un aumento en la producción, por lo tanto la rata de extracción aumentó de 9.2 por ciento en 1951 a 16.2 por ciento en 1967. Bowser estimó la rata de extracción en 13.3 por ciento en el mismo año mientras que el Banco Ganadero reportó un 11.9 por ciento en 1966.

Los datos de producción total en la Tabla 2 incluyen un estimativo de exportación de contrabando y sacrificio clandestino de reses mientras que las otras fuentes consultadas incluyen solamente sacrificio de reses y exportación legal. Esto explica al menos en parte, el por qué las ratas estimadas de extracción encontradas en la Tabla 2 exceden a los otros estimativos.

La rata de extracción estimada en Colombia es baja comparada con EE UU (37.7%), Canadá (37.4%), Europa (36.4%) y Argentina (23.8%), aproximadamente igual a la de Venezuela (14.0%), Uruguay (13.3%), y Paraguay (12.4%) y más alta que la del Brazil (8.4%) ^{4/}.

El volumen de la producción se obtiene de la extracción, por deguello declarado y no declarado, exportaciones oficiales clandestinas,

^{4/} Datos del Banco Ganadero (35)

TABLA 2 POBLACION, PRODUCCION Y TASA DE EXTRACCION DE
GANADO VACUNO 1950 - 1970

<u>Años</u>	<u>Población de ganado vacuno 5/ (miles/cabezas)</u>	<u>Producción total 6/ (miles/cabezas)</u>	<u>Tasa de extracción %</u>
1950	15 513	1 849	11 9
1951	15 512	1 434	9 2
1952	12 200	1 415	11 6
1953	10 500	1 326	10 5
1954	10 994	1 309	11 0
1955	12 500	1 804	12 5
1956	13 390	2 054	15.3
1957	14 400	2 205	15.3
1958	14.840	2 236	15.0
1959	15 100	2 175	14 4
1960	15.400	2 412	15 6
1961	15 600	2 322	14 9
1962	15 600	2 487	13 9
1963	15 800	2 620	16 5
1964	16 000	2 684	16 8
1965	16 100	2 631	16 3
1966	17 605	2 614	16 0
1967	18 045	2 635	16 2
1968	18 496	-	-
1969	18 958	-	-
1970	19 432	-	-

5/ Silva (45) p 104 DANE (46) p 8 y Tróchez (41) p 86

6/ Atkinson (48) p 60 La producción total está definida como la exportación total de ganado en pie más el deguello total ajustado por la variación de existencias.

de los efectivos bovinos Las estadísticas de deguello incluyen el volumen de carne en canal para exportación, las cuales son tomadas con bastante confiabilidad. Se estima oficialmente pero sin una base firme que el deguello clandestino puede llegar en promedio al 10% del deguello oficial.

Se presenta en la tabla 3 las cifras sobre deguello oficial de machos y hembras durante el período 1940.

Se notan fluctuaciones agudas en el deguello de hembras comparadas con las que experimentan los deguellos de machos. De 1966 en adelante se acusa un mayor porcentaje de deguellos para machos y simultáneamente decrece el deguello de hembras.

A manera de información sucinta debemos nombrar los tres tipos más comunes de explotación de la ganadería para carne. En un primer lugar se tiene una ganadería tradicional con baja rentabilidad que el promedio de los hatos en la zona Un segundo caso es la ganadería de transición que presenta una combinación de la nueva tecnología y los procesos tradicionales, lo que se traduce en una rentabilidad que es igual, tendiendo a ser mayor, que el promedio de los hatos de la zona La ganadería intensiva o comercial, se encuentra altamente tecnificada o especializada y esto determina un tercer tipo de explotación ganadera lo cual puede producir una rentabilidad superior al promedio de los hatos de la región 7/

7/ Caja de Crédito Agrario, Industrial y Minero (12)

TABLA 3 DEGUELLO DE GANADO MAYOR COLOMBIA.
(Miles de cabezas)

<u>Años</u>	<u>Machos</u>	<u>Hembras</u>	<u>Total</u>
1940	624	379	1.003
1941	640	351	991
1942	674	369	1 043
1943	734	411	1 145
1944	711	491	1 202
1945	700	499	1 199
1946	742	517	1 259
1947	789	565	1.354
1948	798	574	1 372
1949	772	566	1.338
1950	793	604	1.397
1951	797	634	1 431
1952	815	599	1 414
1953	788	548	1 336
1954	871	444	1.315
1955	871	483	1 354
1956	963	587	1.550
1957	989	688	1 677
1958	993	659	1.652
1959	970	587	1 557
1960	1 009	572	1 581
1961	1 079	623	1 702
1962	1.164	715	1 879
1963	1.217 *	802	2.019
1964	1.250 *	818	2 068
1965	1 195 *	840	2.035
1966	1.205 *	720	1.925
1967	1 226 *	644	1.870
1968	1 264 *	678	1 942
1969	1.413 *	764	2.177 *
1970	-	-	2 293

Fuente DANE (40) (41).

* Comprende sacrificio más exportación

C GANADO VACUNO PARA LECHE 8/

Sólo a título de comparación se justifica hablar en un trabajo de mercadeo de carne de res. En efecto, sólo se quiere con ello establecer un contraste a grandes rasgos.

Esta actividad de la ganadería es bastante compleja en Colombia puesto que la producción de leche requiere una eficiente organización y utilización de los recursos. Se afecta doblemente por la política de precios oficial y por la importación de productos elaborados de la leche. En el sentido del mercadeo (ya hemos conocido por las últimas noticias) existen presiones ejercidas por las procesadoras y la mala comunicación de los avances tecnológicos para transporte y manejo de leches.

La comercialización de la leche es menos desorganizada que la de la carne pero acusa anomalías como lo es la del transporte el cual generalmente se efectúa por vías en malas condiciones que determinan un mayor tiempo y agitación del producto ocasionándose grandes pérdidas por descomposición del mismo. En menor grado ocurre en el transporte de la leche hacia las grandes ciudades. No obstante en este lapso es cuando sufre la mayoría de las adulteraciones el producto.

En la distribución en las ciudades es frecuentemente insalubre sobre todo en lo que corresponde a leches crudas. Existen leches certificadas pero no por ello presentan calidad óptima ya que se prefiere ofrecer un producto de calidad intermedia para obtener un mayor ingreso.

8/ Caja de Crédito Agrario, Industrial y Minero (12) (Se tomaron la mayoría de las ideas)

total lo cual no sería posible con leches de alta calidad, que propiciaría un alza de precios para este último tipo de leches.

En la tabla 4 sólo se pretende presentar información de la población vacuna productora de leche y producción de diferentes tipos de leche y de derivados de la misma. Encontramos que las leches crudas parecen tener una tendencia de producción mayor que las leches pasteurizadas entre el año de 1965 y 1969. Cada vez se utiliza más la leche para producción de mantequilla como se puede apreciar en los datos presentados.

TABLA 4 POBLACION VACUNA, PRODUCCION E INDUSTRIALIZACION DE LECHE 1965 - 1969

<u>Población Vacuna</u>	<u>1965</u>	<u>Miles de cabezas</u>			<u>1969 *</u>
		<u>1966</u>	<u>1967</u>	<u>1968</u>	
Ganado vacuno todas las clases	17.078	17 931	18 828	19.880	19 963
Vacas todos los tipos	11.075	11.628	12 209	12.700	13 100
Vacas lecheras	3 570	3.749	3 936	4.050	5 213
Vacas ordeñadas	2.100	2 133	2.195	2 255	2.542
<u>Producción de leche Fresca</u>		<u>Miles de libras</u>			
Pasteurizada	323	335	345	355	360
Cruda	742	761	783	806	790
<u>Leche industrializada</u>		<u>En toneladas</u>			
Mantequilla	117	275	283	291	300
Quesos	467	528	544	560	573
Leche condensada	5	5	6	6	7
Leche evaporada	32	51	52	53	54
Leche desnatada en polvo	2	2	2	2	2
Otros	5	5	5	5	5

* Provisional

Fuente Caja Agraria (12).

IV - CANALES DE COMERCIALIZACION

Los canales de la comercialización son los distintos eslabones que ha de pasar el producto desde la persona que lo produce hasta el consumidor final. La eficiencia de este proceso influye grandemente sobre las condiciones en que llega el producto al consumidor y también sobre el beneficio que puede recibir el productor. Las rutas por las cuales han de pasar las reses y la carne a través de los mercados, comerciantes y elaboradores, desde la finca hasta el consumidor, se conocen con el nombre de canales de comercialización de ganado y carne.

La forma que adoptan los canales de comercialización la determinan factores como la distancia que separa al productor del consumidor, los medios disponibles de transporte desde la finca hasta el consumidor, la necesidad de pagar al productor en efectivo, el emplazamiento y la organización de los mataderos, la disponibilidad de plantas de refrigeración y el gusto y los ingresos del consumidor. El más sencillo de esos canales es el del agricultor que mata su animal, lo descuartiza y va con los pedazos en un palo o en una carreta, de puerta en puerta, hasta que los haya vendido todos. Alternativamente, podrá venderlo en un mercado de productores, al que acuden los consumidores para adquirirlo. De esa forma, el productor percibirá todo el precio que paga el consumidor. Quizá tenga que malgastar bastante tiempo hasta que hayan quedado vendidos todos los pedazos de la res, o quizá tenga que aceptar un precio bajísimo por los que no hayan agradado mucho a los compradores con los cuales se ha puesto en contacto. Para evitar tales dificultades, muchos ganaderos prefieren llevar sus animales a mercados en donde puedan hallar un carnicero que se encargue de sacrifi-

carlos y vender la carne a los consumidores. Dondequiera que las necesidades locales de éstos guarden un cierto equilibrio con la producción local, dicho sistema será el más conveniente 9/

El sistema más típico y tradicional de comercialización de casi todos los países de la América Latina es el sacrificio ejecutado por carniceros que compran los bovinos en pie, los sacrifican en el matadero municipal y luego los revenden al consumidor en sus propios despachos. En las ciudades más grandes los municipios se encargan de proporcionar los matarifes, pero también intervienen los carniceros al por mayor, quienes compran las reses vivas, las llevan al matadero y venden las carcasas y posiblemente algunos productos derivados a los carniceros, hoteles e industrias de elaboración de las carnes. Las ventas se desarrollan en las propias salas de los mataderos, lo que facilita congelar las carcasas después del sacrificio. No existen instalaciones para el corte ni para el almacenamiento y generalmente las carcasas se venden algunas horas después del sacrificio 10/

Los canales de comercialización dependen de la región. Consideremos como ejemplo, los canales que se encuentran en el Valle del Cauca. 11/

En el Valle del Cauca se encuentran diferentes sistemas y la complejidad de éstos varía considerablemente de ciudad a ciudad. En las poblaciones pequeñas los canales son más simples, pero a medida que aumenta la magnitud del mercado las personas que participan en el proceso aumentan

9/ Burdette, et al p 109 (1)

10/ Littman (21), p 19-20.

11/ Esta sección es tomada de López, et al (23), p. 126-133

y el proceso se hace más complejo

Las fases más conocidas de la comercialización son

1. Mayorista
- 2 Mayorista - Minorista
3. Minoristas
 - a Puestos en las plazas de mercado
 - b Famas
 - c Supermercados
 - d. Tiendas

A MAYORISTA

Es la persona que adquiere el animal vivo y vende la carne a los minoristas Esta clase de intermediario se encuentra especialmente en las ciudades grandes del departamento, se abastecen de productores o mayoristas de ganado locales o en ciertos casos (los de Cali especialmente) compran las reses en la feria de Medellín o la de Cartago y las trasladan hasta el mercado local corriendo con los gastos de transporte y de sacrificio

Los mayoristas venden a distintas clases de minoristas ya sea toda la canal de una res o una parte de ésta o simplemente por arrobas, generalmente carne sin clasificar El volumen con que operan varía de acuerdo a la localidad, así en Cali el movimiento diario es de unas 25 a 30 reses y en las poblaciones donde sólo hay 1 ó 2 mercados semanales operan con unas 3, 4 ó 5 reses en cada día de mercado Las ventas las realizan al contado o en la forma conocida por el nombre de "realice", que consiste en que entregan la carne a los minoristas y éstos la pagan después de efec-

tuar las ventas

Dentro del proceso de comercialización estos intermediarios cumplen la función de abastecer a los minoristas, sirviendo de eslabón entre los abastecedores de ganado y aquellos minoristas que no cuentan con suficientes fondos para abastecerse directamente de los productores o de los mercados de ganado en pié

B MAYORISTA - MINORISTA.

Esta clase de intermediario se encuentra mucho en las ciudades pequeñas y es la persona que compra, ganado en pié, lo lleva al matadero y vende una parte de la carne al por mayor a distintos minoristas y el resto lo vende directamente a los consumidores finales. El volumen con que operan es bastante limitado, unas 2 ó 3 reses por mercado. Estos intermediarios se abastecen generalmente de productores locales o van a las vecindades a comprar a mayoristas de ganado o a ciertos productores.

Dentro de las relaciones antes mencionadas no hay nada rígido, pues, en realidad, el proceso es mucho más complejo. Las transacciones que se efectúan entre los distintos minoristas son muy variadas, éstos negocian frecuentemente y en diversas formas canales o partes de estas entre ellos y esto ocurre especialmente entre los minoristas que tienen puestos en las galerías

Se ha dicho antes que en las ciudades grandes el proceso de la comercialización de la carne es considerablemente más complejo que en las poblaciones pequeñas y esto quizá tenga una explicación. En las ciudades grandes los distintos intermediarios pueden aumentar más fácilmente el volumen de operaciones y en esta forma pueden compartir los márgenes de

beneficio del proceso con otros intermediarios, lo que sería muy difícil en las poblaciones pequeñas. La magnitud del mercado permite, además, que se restrinja o aumente la competencia entre ellos

C MINORISTAS

Son las personas que venden la carne directamente al consumidor final. Existen 4 grupos principales

a Los que operan en las plazas de mercados municipales y pagan arriendo por el puesto de venta, es la clase de minoristas más conocida en el departamento. El volumen con que operan varía considerablemente de acuerdo a la localidad, algunos expenden 1 ó 2 reses diarias y otros sólo venden una arroba diaria. En las ciudades pequeñas lo más común es que estos minoristas compren a productores de las vecindades o que compren pequeños lotes de ganado en pié para abastecerse ellos y en ciertos casos abastecer a otros minoristas

En las ciudades más grandes estos minoristas se abastecen de mayoristas de carne, a los cuales compran la canal entera o una parte de ésta una vez, y otras la compran por arrobas sin clasificación en calidades. Generalmente la compran al contado o mediante el sistema del "realice" antes mencionado

b. Famas

Son tiendas especializadas en la venta de carne, disponen de locales más o menos apropiados aunque en pocos casos cuentan con refrigeración. La forma como operan es muy variable, en ciertas ciudades, en una misma fama, trabajan varios expendedores independientes, cada uno con su propio puesto o mesa, con un movimiento diario que varía desde

media canal a una o dos canales. En otras partes cada fama es de un solo propietario y laboran con un movimiento mayor de 3 ó 4 canales diarias

Estas famas se abastecen en diferentes formas, algunas compran directamente a vendedores de ganado en pié, otras de mayoristas de carne y aún se presenta el caso en donde se abastecen de los puestos en las galerías. La forma como se efectúan las transacciones es similar a la mencionada en el caso anterior

c Supermercados

Fuera de Cali, los supermercados que tienen un departamento para venta de carne no son muy abundantes, los que funcionan en Cali se abastecen de los puestos en la galería o famas y compran la carne por arrobas, generalmente escogida. El volumen con que operan diariamente es reducido en relación al total de cada localidad, y debido a que expenden carne de mejor calidad su clientela es reducida. De todos modos la carne que se vende en estos establecimientos, por lo menos en los de Cali, es la que mejor cumple con los requisitos de calidad y presentación aunque los precios de venta son un poco más elevados

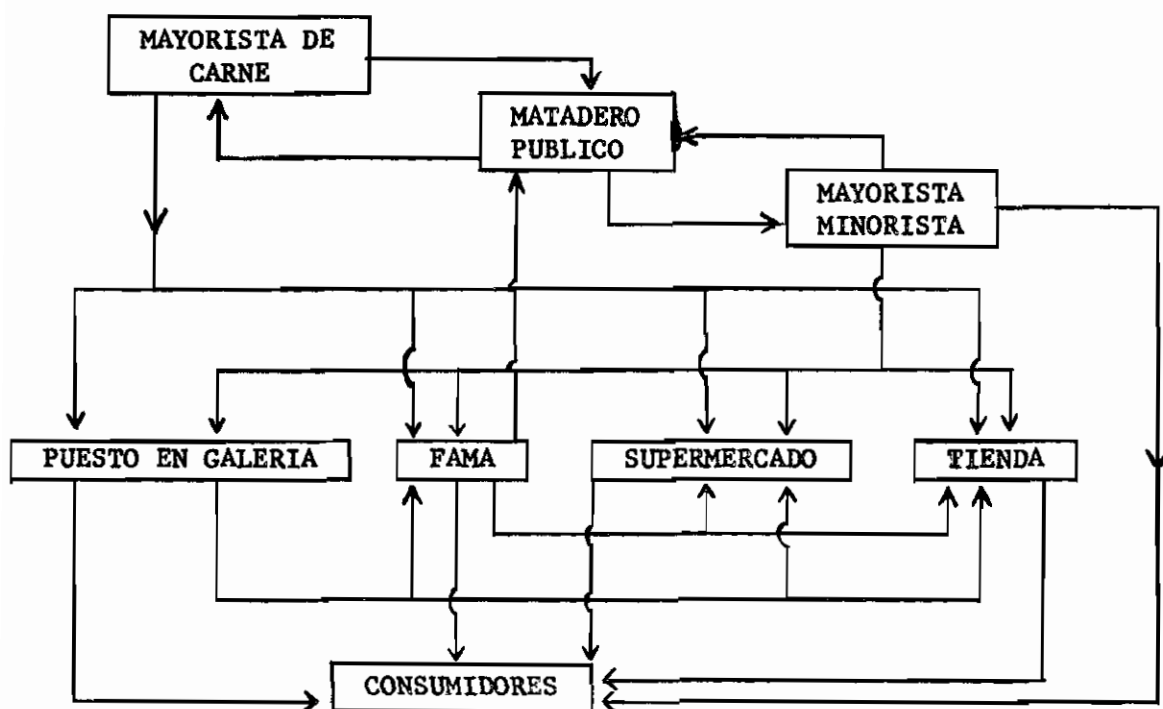
d. Tiendas

En las ciudades pequeñas del departamento en donde sólo hay uno o dos mercados a la semana la carne no se vende en las tiendas. En las ciudades más desarrolladas, muchas tiendas tienen un lugar especial para la venta de carne. Estos minoristas compran la carne por arrobas en los puestos de la galería o en las famas y la venden al detal con un cierto margen de ganancia. El movimiento diario es muy reducido, no excede de unas 5 arrobas y algunas tiendas sólo venden carne a clientes fijos con los que ya tienen el compromiso.

Para comprender con mayor facilidad cómo funcionan los canales de la comercialización en el Valle del Cauca, éstos se pueden representar en un diagrama. Las situaciones más corrientes son las siguientes:

1. Situación predominante en las ciudades grandes
2. Situación intermedia con eliminación del mayorista de carne
3. Situación predominante en las ciudades pequeñas, con eliminación del mayorista de carne y del mayorista-minorista.

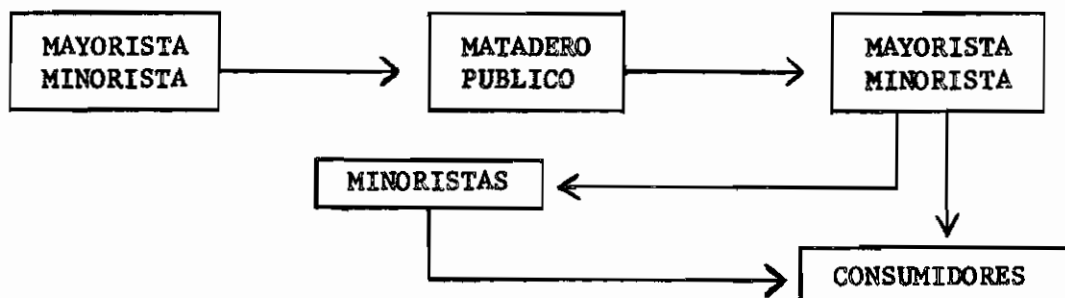
1. Situación predominante en las ciudades grandes



Esta situación es muy común en las ciudades, pero no implica que no haya minoristas que lleven sus propias reses al matadero para ser sacrificadas y así abastecer a otros minoristas.

En este caso los mayoristas de carne después de llevar las reses al matadero, venden la carne ya sea por arrobas, canal o parte de ésta a los distintos minoristas (puestos en la galería, famas, supermercados y tiendas) Los puestos en la galería a su vez venden a otros minoristas (famas, supermercados y tiendas) y también a consumidores últimos Los supermercados y las tiendas sólo venden a consumidores finales También se presentan Mayoristas-Minoristas que llevan la res al matadero y luego venden la carne a otros minoristas (puestos en la galería, famas, supermercados y tiendas) y venden también a consumidores finales

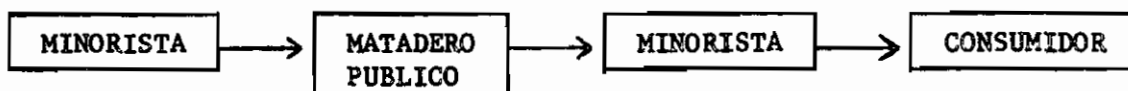
2. Situación intermedia con eliminación del mayorista de carne



En este caso el mayorista-minorista lleva los animales al matadero y los vende a otros minoristas en canales o partes de éstas y también los vende a los últimos consumidores Esta situación se presenta en todo el departamento, tanto en las ciudades grandes como en las pequeñas.

En esta situación el mayorista-minorista lleva la res al matadero para ser sacrificada y luego vende la carne a otros minoristas (puestos en galerías, famas, tiendas y supermercados) y a los últimos consumidores

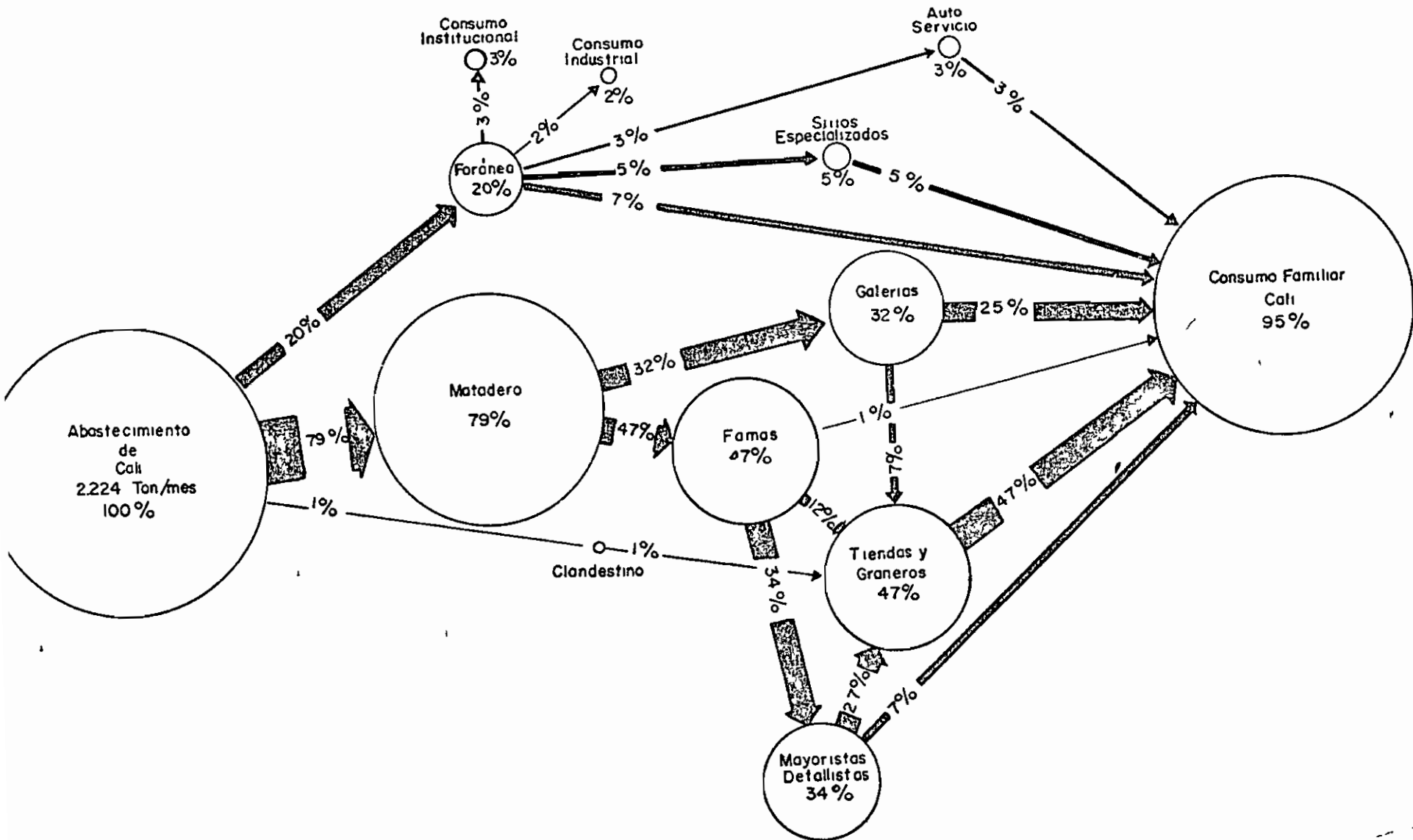
3 Situación predominante en las ciudades pequeñas, con eliminación del mayorista de carne y del mayorista-minorista



Este caso se presenta principalmente en las poblaciones pequeñas o sea que los minoristas compran directamente los animales, los llevan al matadero público y venden la carne al por menor en sus puestos. Es decir, los dueños de los puestos en la galería y las famas llevan las reses al matadero y sólo venden la carne a los consumidores.

Los canales de la comercialización para carne de res en Cali y el volumen mensual según PIMUR 12/ se demuestra en la Figura 2.

12/ Hugo González C. Beneficio y Distribución de Carnes de Res y Cerdos en la Ciudad de Cali. Informe Técnico # 13 del Proyecto Integrado de Mercadeo Urbano, Rural del Valle, 1969 (17).



000 Porcentaje de la Producción

FUENTE PIMUR, Estudio de Carne, 1969

CANALES DE DISTRIBUCION CARNE DE RES
CALI
VOLUMEN MENSUAL
1968

V - PRECIOS Y DETERMINACION DEL PRECIO

A ¿CUAL ES EL OBJETIVO DEL PRECIO?

En una economía competitiva el mecanismo de precios está supuesto a transmitir órdenes y direcciones de los consumidores a los productores. Por medio de tal mecanismo los productores consiguen información concierne a la calidad y cantidad de cada producto que se va a producir. Los precios altos o en aumento de un producto puede ser la señal para que el productor extienda la producción. También es una señal para que el consumidor consuma menos de este producto. Una disminución de precio resultaría si los cambios fueran en la dirección opuesta.

Eventualmente, el precio debe

1. Guiar y regular la producción.
2. Guiar y regular el consumo.
3. Guiar y regular la distribución de bienes sobre un período de un lugar a otro lugar.

B ¿COMO SE DETERMINA EL PRECIO?

Asumiendo la no-intervención del gobierno, el precio del mercado de un producto dado es determinado por la demanda y oferta del producto a la hora y lugar a los cuales se refiere el precio. Por lo tanto, para explicar la determinación del precio, es necesario entender los principios básicos de la oferta y la demanda.

C DEMANDA.

La demanda es una tabla de las diferentes cantidades de un producto que los compradores comprarán a diferentes precios, en un lugar y tiempo determinado. El principio de la demanda formaliza solamente la relación lógica entre la cantidad comprada y los precios. Entre más bajos los precios más se comprará y viceversa, entre más alto el precio menos se comprará.

D. OFERTA.

Oferta son las cantidades de un bien que los productores están dispuestos a ofrecer a los diferentes precios en un tiempo y lugar determinado.

E DETERMINACION DEL PRECIO.

Las relaciones de demanda y oferta pueden ilustrarse por medio de curvas. Mientras la curva de demanda indica la cantidad que el comprador desea comprar en el mercado a un precio dado, la curva de la oferta indica la cantidad que el vendedor desea vender en el mercado. Del único modo en que el mercado puede estar en equilibrio es cuando la demanda y la oferta son iguales, esto es cuando las dos curvas se interceptan. Por lo tanto, el precio del mercado es determinado por ese punto (P_0 en el Gráfico 1). Si el precio estuviera por encima de P_0 en el Gráfico 1, la oferta sobrepasaría a la demanda, por lo tanto, un excedente del producto existiría en el mercado y los vendedores reducirían los precios para deshacerse del excedente. Si el precio estuviera debajo de P_0 los compradores querrían comprar más del producto que lo que los vendedores quisieran poner en el

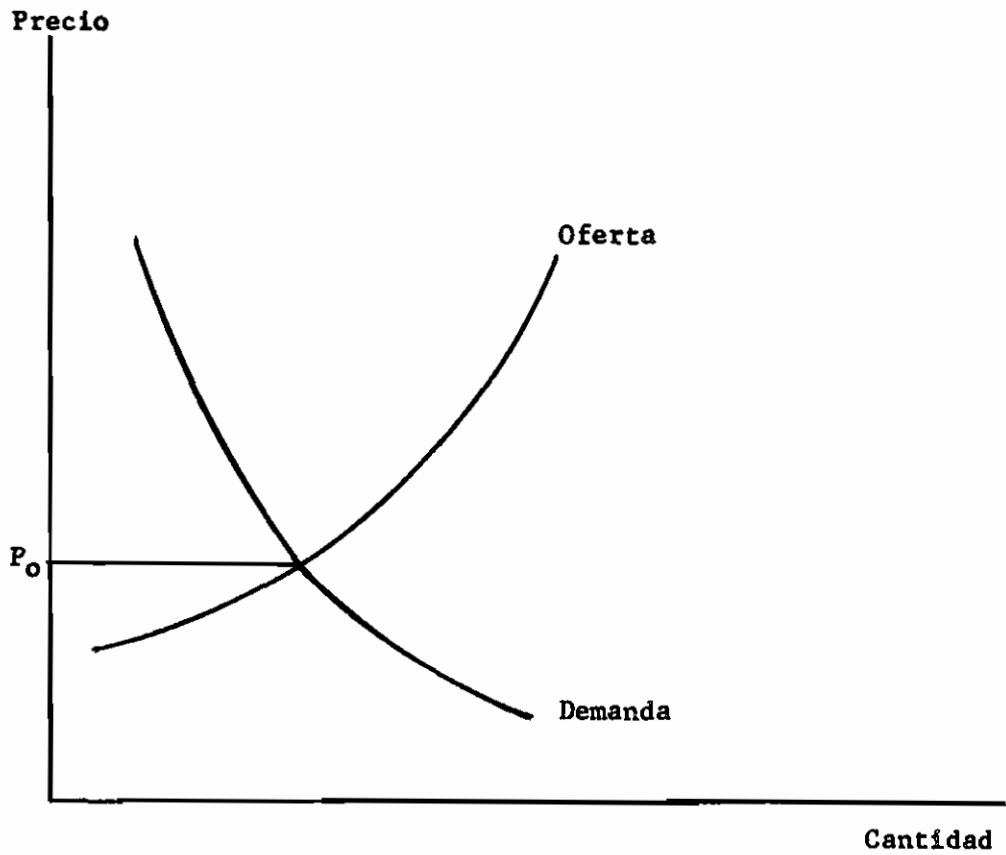


Gráfico 1 Ilustración de la determinación del precio

mercado Por lo tanto, los compradores subirían los precios para conseguir la cantidad deseada

F ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA

Como se discutió anteriormente, el principio de demanda dice que cuando el precio disminuye, las cantidades compradas aumentan y cuando los precios aumentan las cantidades compradas disminuyen Pero ¿cuánto disminuirán o aumentarán las cantidades compradas para un aumento o disminución de precio? La relación cuantitativa de los cambios en cantidad a los cambios en precio la da la elasticidad de la demanda (signos ignorados)

$$E = \frac{\frac{c}{C}}{\frac{p}{P}}$$

donde

c = cambios de la cantidad demandada

C = cantidad demandada

p = cambio en el precio

P = precio

Por lo tanto, la elasticidad de la demanda indica el cambio porcentual en la cantidad demandada debido a un cambio de uno por ciento en el precio Si, por ejemplo, un uno por ciento de aumento en el precio presente de carne hace que la cantidad de mandada disminuya en 0.5 por ciento, $E = 0.5$

La fórmula se puede arreglar de nuevo así

$$\frac{p}{P} = \frac{c}{C \times E}$$

Ahora, podemos estimar lo que le sucede al precio si se aumenta la cantidad ofrecida. Supóngase, por ejemplo, que es posible aumentar la producción de ganado en un 10 por ciento por medio de un aumento en la asistencia técnica a los ganaderos. Qué le pasaría al precio del ganado? Depende del tamaño de E

Suponga que $E = 0.5$ Entonces el precio disminuye por

$$\frac{p}{P} = \frac{10}{0.5} = 20 \text{ por ciento}$$

El impacto de un cambio en la producción en el ingreso total obtenido por el productor puede ser estimado del tamaño de E. El ingreso total es dado como la cantidad vendida multiplicada por el precio por unidad. Supóngase que $E = 1.0$. Esto significa que cualquier cambio en la cantidad ofrecida causaría un cambio porcentual opuesto de la misma magnitud en el precio, por lo tanto el ingreso total permanece igual. Sin embargo, si E es menor que 1.0 un cambio porcentual dado en la cantidad ofrecida causará un cambio porcentual opuesto mayor en el precio. Por lo tanto, si la producción se expande el ingreso total disminuye. Finalmente, si E es mayor que 1.0, un cambio porcentual dado en la cantidad ofrecida producirá un cambio porcentual opuesto menor en el precio. Por lo tanto si se aumenta la producción el ingreso total aumenta.

G EL IMPACTO DE AUMENTOS EN LA PRODUCCION SOBRE LOS PRECIOS
DEL GANADO EN COLOMBIA

La elasticidad precio de la demanda de ganado en Colombia se estimó en - 70 13/. El estimativo se hizo con datos de series que cubren el período 1950-67. La cantidad demandada se dió sobre una base per cápita y los precios fueron deflactados usando pesos de 1958 como base. Así que cada cambio del 10 por ciento en sacrificio de ganado per cápita ha sido acompañado por cambio promedio inverso de casi 15 por ciento en los precios recibidos.

H ¿CUALES SON LAS IMPLICACIONES DE ESTA RELACION?

La rata anual de aumento de la población en Colombia es alrededor del 3.2 por ciento 14/. Dado que la demanda de carne es una función constante de la población, un aumento anual de la producción de ganado en un 3.2 por ciento haría que los precios del ganado permanecieran constantes en términos reales, esto es, que los precios aumentarían a la misma rata que el índice de precio general. Sin embargo, si la producción de ganado crece a una rata anual de más de 3.2 por ciento, tanto los precios como el ingreso total disminuirán a menos que se pueda encontrar un mercado extranjero para este exceso de producción.

Sin embargo, los precios del ganado han estado aumentando a una rata más rápida que los índices de precio durante los últimos años.

13/ Atkinson (48), p 16

14/ A I D (33), p 6

Por lo tanto, parece que el aumento en la cantidad de la oferta fué sobrepasada por el aumento en la cantidad de la demanda. El volumen de la población no es un buen indicativo de la demanda de carne. El volumen de la población puede indicar las necesidades de carne. Sin embargo, la demanda del mercado es una combinación de las necesidades y del poder adquisitivo. Así que una determinante de demanda más realista puede ser el ingreso per cápita.

I ELASTICIDAD DE INGRESO DE LA DEMANDA

La elasticidad de ingreso de la demanda indica el cambio porcentual en la cantidad demandada para un cambio de uno por ciento en los ingresos. El concepto es dado por

$$E_I = \frac{\frac{c}{C}}{\frac{i}{I}}$$

donde c y C fueron ya definidos,

i es el cambio en el ingreso

I es el nivel de ingreso

E_I es positivo para la mayoría de los productos, esto es, un aumento en el ingreso ocasiona un aumento en la cantidad demandada.

J EL CASO COLOMBIANO

E_I para carne varía según los grupos de ingreso. Es generalmente mayor para los grupos bajos de ingreso que para grupos altos. Resultados preliminares de un estudio del CIAT muestran $E_I = 1.04$ para familias de bajo ingreso y baja hasta 0.60 para grupos de ingreso más alto.

La elasticidad de ingreso de demanda de carne en los Estados Unidos se estimó en 0.47 mientras que en Venezuela se estimó entre 0.30 y 0.35 y en 0.94 en el Perú 15/

La tasa de aumento actual en el ingreso total nacional en Colombia es de 4.6 por ciento por año. Basado en datos anteriores puede ser realista asumir una elasticidad de ingreso promedio para carne en Colombia entre 0.8 - 0.6. El aumento anual en la demanda de carne en Colombia, dados precios constantes, estaría entonces entre 2.7 y 3.7 por ciento 16/. Por lo tanto el estimativo anterior basado en una relación constante entre el volumen de la población y la demanda de carne queda dentro de los límites del estimativo basado en la relación entre la demanda y los ingresos.

De este modo, un aumento en la producción de ganado, que exceda en 2.7 - 3.7 por ciento por año resultaría en una disminución en los precios tanto como en el ingreso total de los ganaderos, a menos que el exceso pudiera exportarse. Asumiendo que no hubiera exportaciones, un diez por ciento del aumento en la producción de ganado en un año reduciría los precios del ganado de 9.0 a 10.4 por ciento 17/.

15/ Luther G. Tweeten, Foundation of Farm Policy, University of Nebraska Press, 1970 y

Proyecciones a Largo Plazo de la Oferta y Demanda por Productos Agrícolas y Ganaderos en Venezuela (43) y Perú (44)

16/ Aumento en ingreso multiplicado por EI
 $4.6 \times 0.5 = 2.3$, $4.6 \times 0.7 = 3.2$

17/ $\frac{(10.0 - 2.7)}{0.70} = 10.4$, $\frac{10.0 - 3.7}{0.70} = 9.0$

K PRECIOS DEL GANADO Y DE LA CARNE EN COLOMBIA.

La tabla 5 muestra los precios medios por kilo del ganado vacuno en pié en la plaza de Medellín y por kilo de carne de primera al consumidor en Medellín durante el período 1962-69. El precio del ganado se ve aumentar de \$2 38 por kilo en 1962 a \$5 49 por kilogramo en 1968. El precio de la carne aumentó más o menos en la misma proporción, de \$7.85 a \$16 46 por kilo

TABLA 5 PRECIOS MEDIOS DEL GANADO VACUNO EN PIE EN LA PLAZA DE MEDELLIN Y DE LA CARNE DE RES AL CONSUMIDOR, MEDELLIN (\$ POR KILO) 1962 - 1969.

<u>Años</u>	<u>Ganado</u>	<u>Carne</u>
1962	2.38	7 85
1963	2 72	8.05
1964	3 47	9.60
1965	4 32	11 64
1966	5 46	14 94
1967	5 75	15.70
1968	5 62	16.05
1969	5.49	16 46

Fuente Banco Ganadero

Un aumento en el precio en dólares no necesariamente significa un aumento en el precio real. Si el nivel general del precio aumentó más rápido que el precio de la carne, el precio real de la carne disminuyó. Por lo tanto, una comparación entre los precios de la carne y el índice general de los precios mostrará lo que le sucedió al precio real. La

tabla 6 muestra el aumento en los precios de animales en pié y de la carne, en comparación con el aumento en el nivel del precio general y el precio de los alimentos

El nivel del precio general aumentó de 93.8 en 1950 a 482.0 en 1968, mientras que el aumento en los precios de los alimentos fué un poco menor. El aumento en los precios de los animales en pié y carnes aumentó mucho más, de 78.0 en 1950 a 528.0 en 1968, y de 79.2 a 541.0 en 1968 respectivamente. Por lo tanto un aumento real en el precio de animales en pié y carnes es evidente. El Gráfico 2 muestra el desarrollo de dos de las 4 series de precio tabuladas en la tabla 6 (I_T = Índice total, I_A = Animales, vivos).

L FLUCTUACIONES DE LOS PRECIOS.

Esencialmente existen tres tipos de fluctuaciones dentro de los precios del ganado.

1. Fluctuaciones Tendenciales, las que se refieren a una tendencia general en los precios durante un largo período de tiempo. La tendencia del precio en el ganado y la carne colombianos se discutió en la sección anterior.

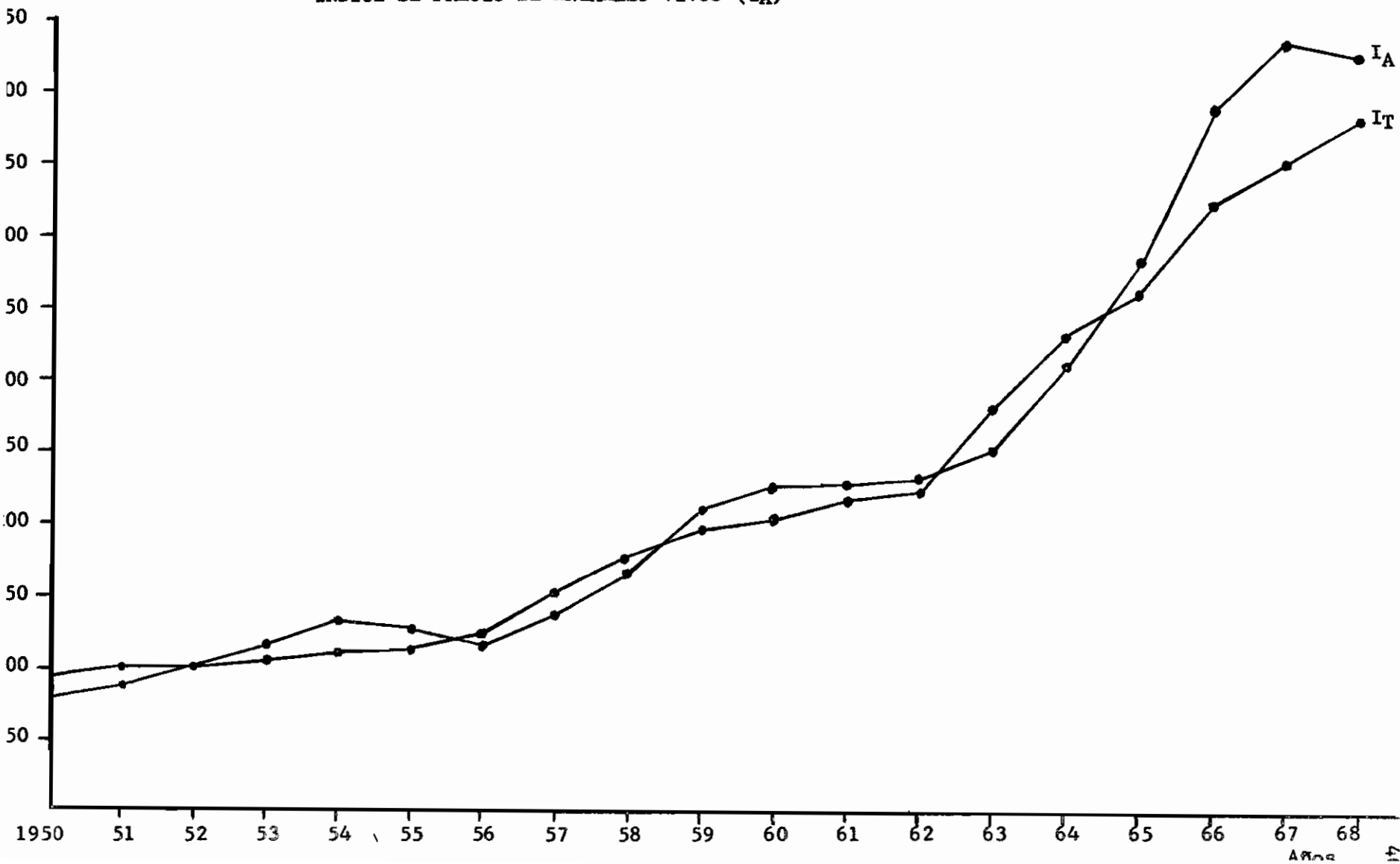
2. Fluctuaciones Cíclicas, las que describen movimientos más o menos regulares de alza y baja en los precios durante un número de años. Estas fluctuaciones de precio son causadas por un rezago en el tiempo requerido para que se haga el ajuste de la producción. Si fuera posible abrir y cerrar la producción como una llave de agua, no se necesitaría que ocurrieran las variaciones cíclicas. Sin embargo, el ganadero debe decidir sobre el número de ganado que se va a producir mucho antes de que el ganado sea

TABLA 6. INDICES DE PRECIOS AL POR MAYOR EN COLOMBIA 1950 - 1968

<u>Años</u>	<u>Indice Total</u>	<u>Productos Alimenticios</u>	<u>Animales Vivos</u>	<u>Carne y Preparados</u>
1950	93 8	93.5	78 0	79 2
1951	101 2	101.9	87.1	92.5
1952	100 0	100 0	100 0	100.0
1953	105 8	109 8	116.1	115.1
1954	113.2	121.4	134.2	127 9
1955	114.1	118.0	127.9	125.6
1956	123.7	125.2	116.4	122.1
1957	153 7	154 1	139.0	140 4
1958	180 3	174 7	168.0	164 2
1959	197 6	191 5	212 6	204 7
1960	205 9	199 1	228 5	226 9
1961	219 4	214 7	229 5	224 1
1962	225.2	217 2	232 4	227.2
1963	284.4	277 1	250.1	254.7
1964	334 1	344.0	312 5	317.1
1965	361.7	366 4	386 2	387 7
1966	424.6	426.9	493 7	491 3
1967	453.6	449.2	536.4	533 4
1968	482.0	479.4	528.8	541.0
1969	514 2	505.3	552.6	552.6
1970	553 5	536.2	561 5	564 4

Fuente Revistas del Banco de la República

GRAFICO 2 COMPORTAMIENTO DEL INDICE TOTAL DE PRECIO (I_T) Y LA DEL INDICE DE PRECIO DE ANIMALES VIVOS (I_A)



puesto en el mercado. Por lo tanto, si los precios son altos los ganaderos tendrán que aumentar la producción. Sin embargo, para el tiempo que el ganado esté listo para el mercado, los precios disminuirán debido al aumento de la oferta. Por lo tanto, los ganaderos reducen la producción haciendo que los precios suban, teniéndose así el círculo completo. El Gráfico 3 muestra las fluctuaciones cíclicas en el sacrificio del ganado y la fluctuación resultante en los precios de la carne. Se ha encontrado que la duración del ciclo es de aproximadamente 6 años. Este ciclo es algo más corto que el ciclo del ganado en los Estados Unidos, el cual ha sido estimado en 10 años aproximadamente.

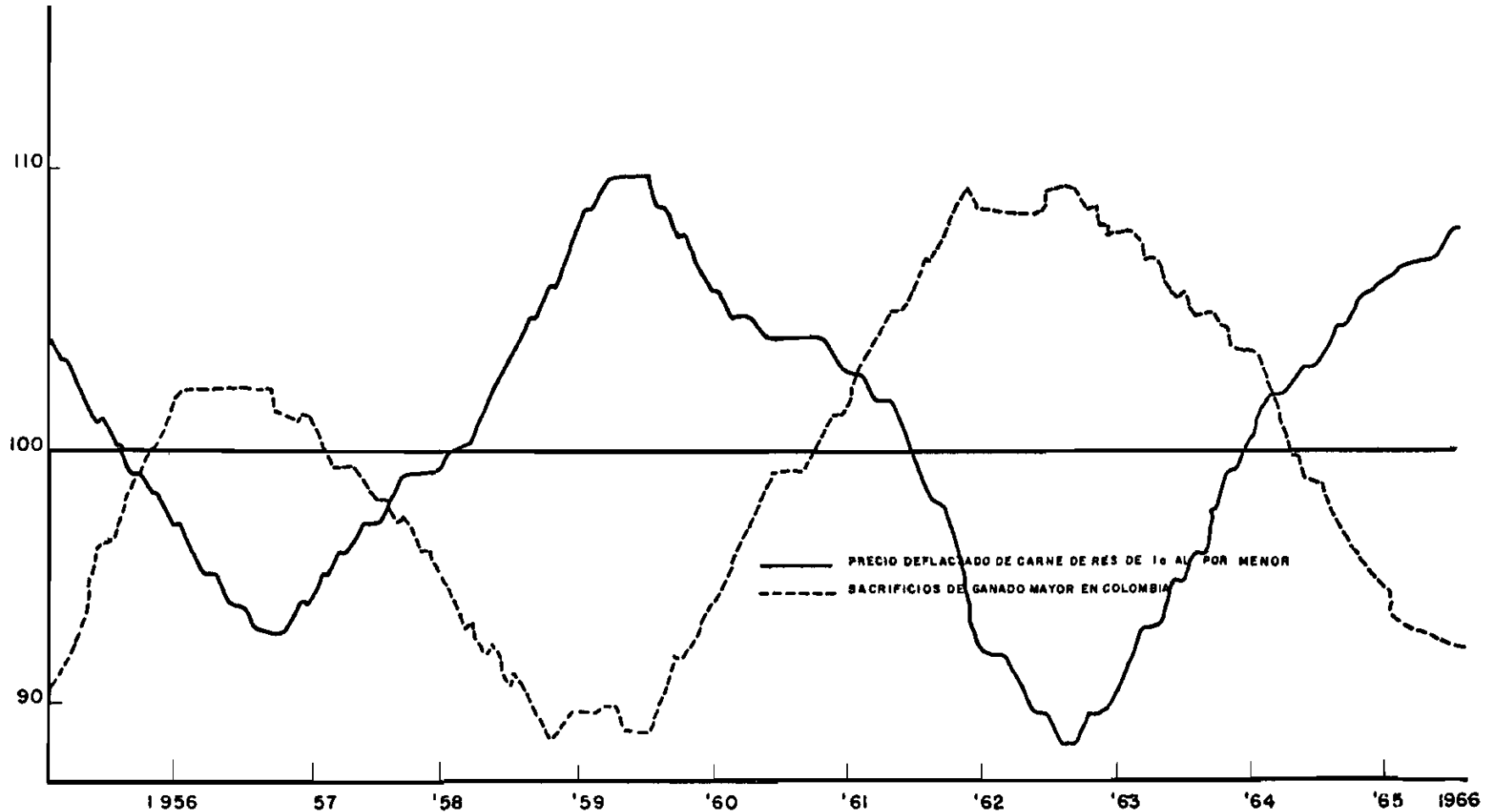
Finalmente tenemos fluctuaciones estacionales. Estas fluctuaciones en el precio son debidas a las variaciones, tanto en la oferta como en la demanda durante el año.

El Gráfico 4 muestra las fluctuaciones estacionales dentro del precio del ganado en el mercado de Medellín. El precio baja en agosto, septiembre y octubre mientras que sube en abril y mayo.

M ¿TRABAJA EL MECANISMO DE PRECIOS PARA EL GANADO Y LA CARNE EN COLOMBIA?

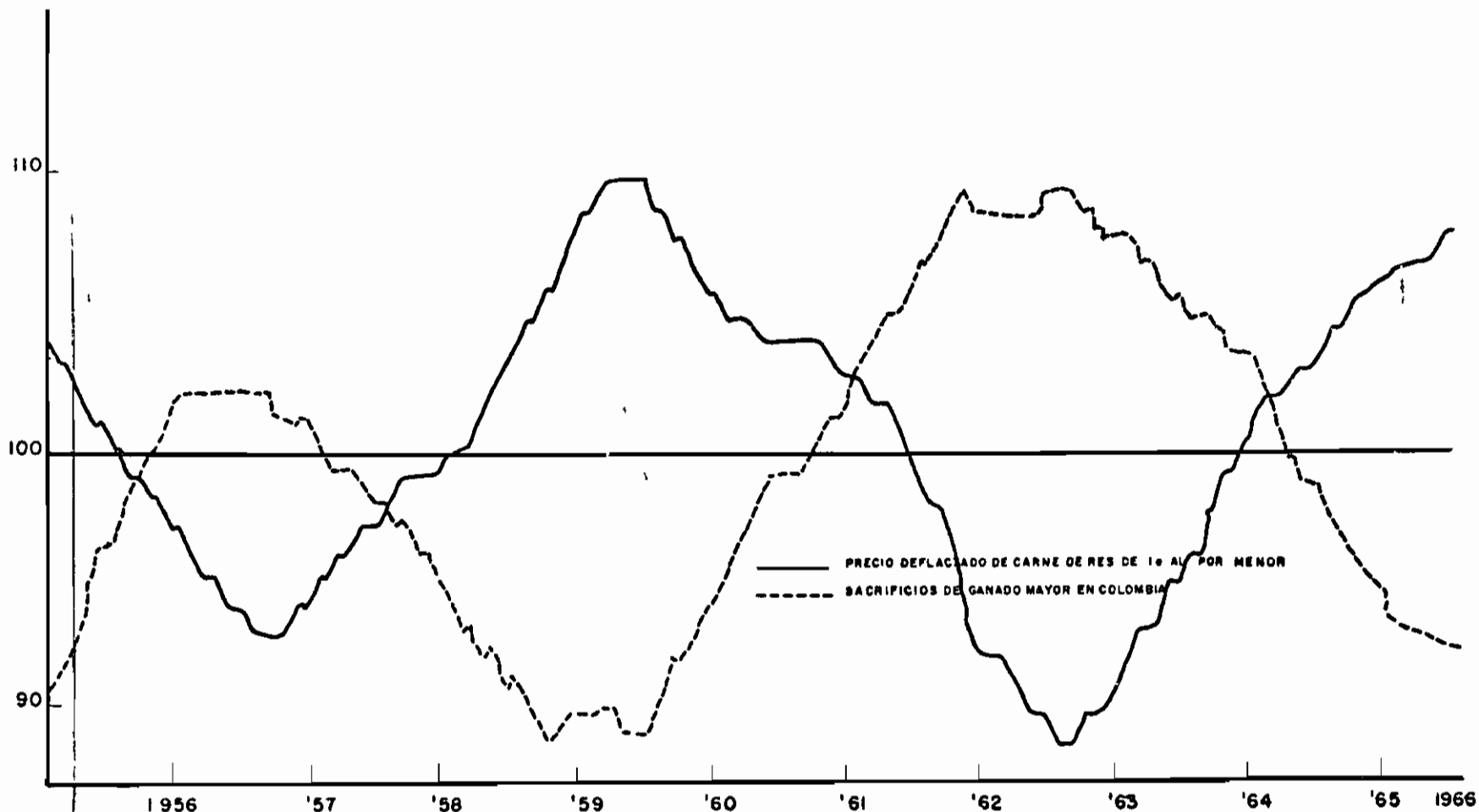
En general, el consumidor colombiano no hace mucha diferencia entre las varias calidades de la carne. La gran mayoría de los consumidores prefieren la carne barata a la carne de alta calidad. Por lo tanto, hay una diferencia pequeña de precio entre los cortes de calidad superior y calidad inferior. En 1958 un kilo de lomo costaba 295 veces más que un kilo de hueso sin carne en Francia, en Noruega 130 veces, mientras que en Colombia en 1964 esa relación fué de 3.3 veces solamente. El bajo

GRAFICA No. 3. FLUCTUACIONES CICLICAS DE LOS SACRIFICIOS DE GANADO MAYOR
EN COLOMBIA Y PRECIO AL POR MENOR DE CARNE DE RES DE 1a
EN BOGOTA 1956 - 1966



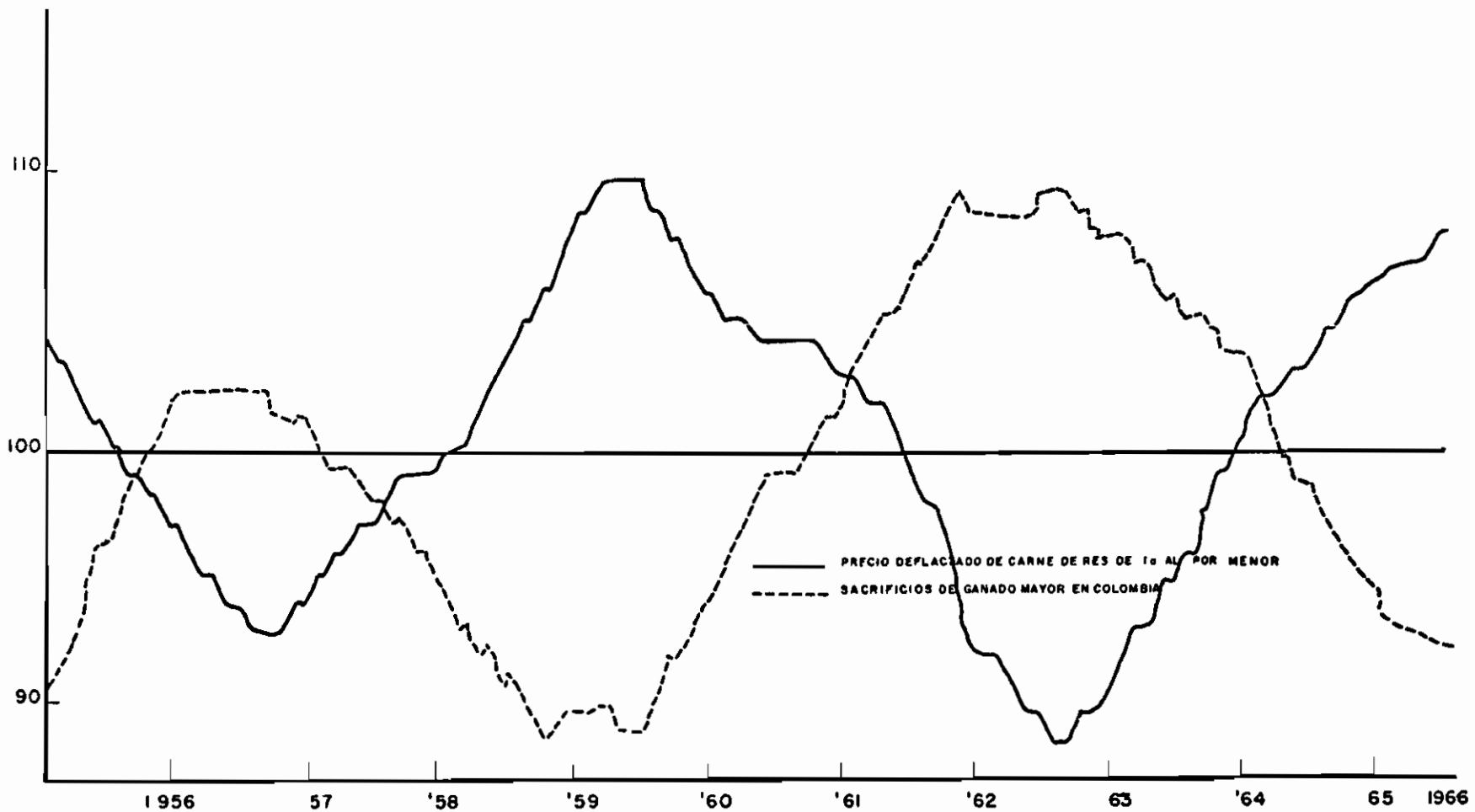
61 DESPUES DE ELIMINAR INFLUENCIAS TENDENCIALES Y ESTACIONALES

**GRAFICA No. 3. FLUCTUACIONES CICLICAS DE LOS SACRIFICIOS DE GANADO MAYOR
EN COLOMBIA Y PRECIO AL POR MENOR DE CARNE DE RES DE 1a
EN BOGOTA 1956 - 1966**



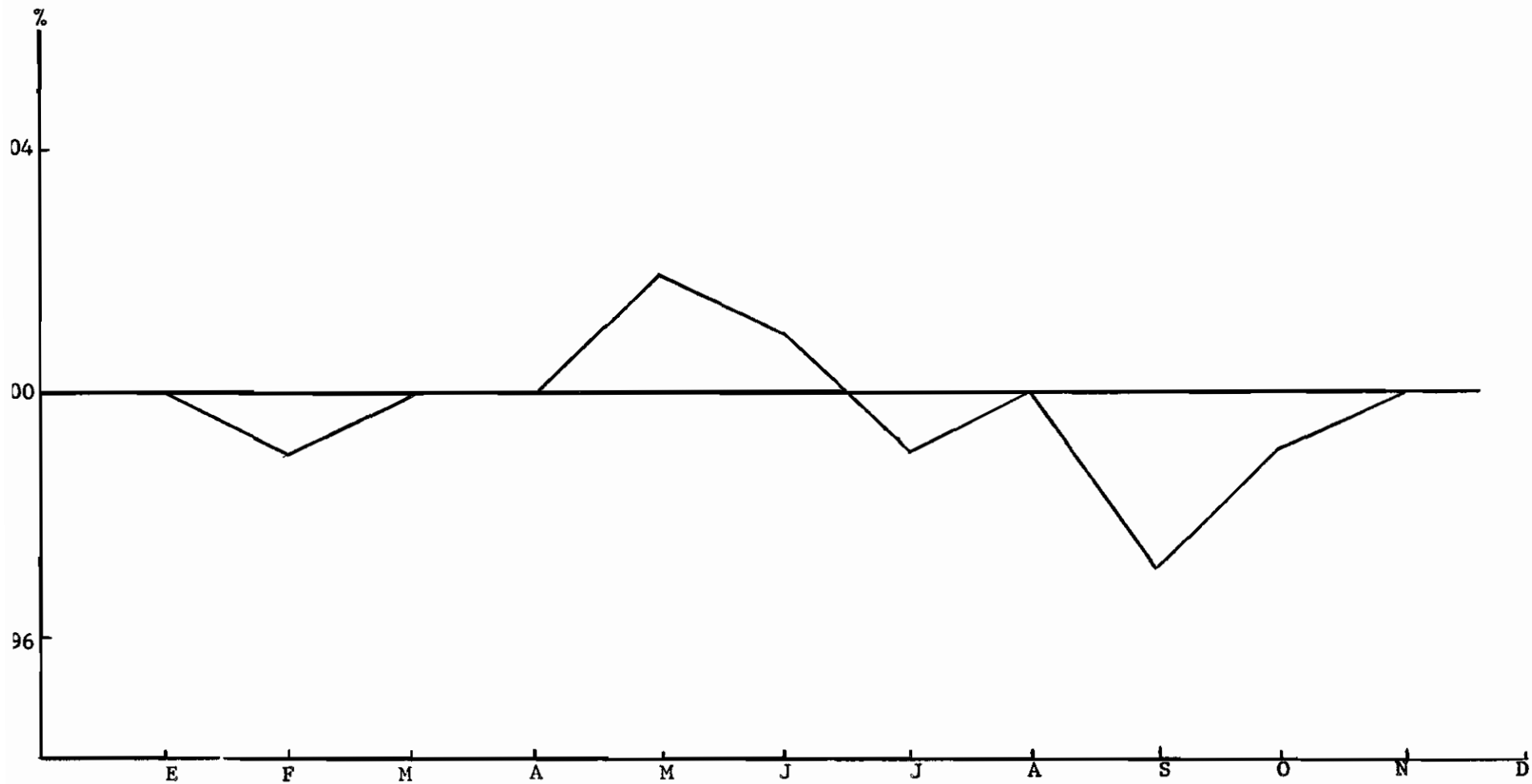
DESPUES DE ELIMINAR INFLUENCIAS TENDENCIALES Y ESTACIONALES

GRAFICA No. 3. FLUCTUACIONES CICLICAS DE LOS SACRIFICIOS DE GANADO MAYOR
EN COLOMBIA Y PRECIO AL POR MENOR DE CARNE DE RES DE 1a
EN BOGOTA 1956 - 1966



a) DESPUES DE ELIMINAR INFLUENCIAS TENDENCIALES Y ESTACIONALES

GRAFICO 4. MOVIMIENTO ESTACIONAL DE LOS PRECIOS DE GANADO CEBADO (4-5 AÑOS)
EN LA FERIA DE MEDELLIN (1955 - 1965)



nivel de ingresos de la mayoría de los consumidores colombianos los obliga a comprar más por precio que por calidad. Así se explica la gran demanda por huesos, por ejemplo, para el consumo humano 18/

Según esta característica de la demanda, el animal más apto para el mercado es aquel que ha llegado al máximo crecimiento en las condiciones imperantes de producción extensiva y rudimentaria. Resulta de la situación señalada que los negociantes de ganado valoran el animal según el peso vivo de éste, sin tener en cuenta su edad, ni el porcentaje de sebo 19/

Parece que el mecanismo de precio, está trabajando de acuerdo con la teoría. El productor y los intermediarios son informados de que el consumidor no quiere pagar más por alta calidad, así que no se hace énfasis en una producción de calidad. El hecho de que la carne no se pague de acuerdo a la calidad no es culpa del mecanismo de precios. Es debido al bajo ingreso real en Colombia. Parece ser que cuando el ingreso real aumenta, el consumidor está dispuesto a pagar un precio más alto por carne de buena calidad. Sin embargo, ahora hay muy poco incentivo, si es que lo hay, de precio para enfatizar la producción de calidad.

Otro ejemplo del trabajo del mecanismo de precio en el sector de la carne en Colombia son los intentos de introducir carne congelada en el mercado colombiano. La mayoría no querrá pagar el mismo precio por carne congelada que por carne fresca. Por lo tanto, varios intentos por establecer mataderos cerca del área de producción y empaque de carne congelada dentro de los centros de consumo no ha tenido éxito. Los procesadores saben que el consumidor prefiere la carne fresca a la congelada.

18/ Littman (21).

19/ Ibid

VI - T R A N S P O R T E

En discusión posterior se notará el desequilibrio geográfico entre producción de ganado y consumo de carne lo cual señala la necesidad de un sistema de transporte eficiente para ganado y carne en Colombia

Los más grandes movimientos de ganado son los de los departamentos de la Costa Atlántica hacia el centro de Colombia La carretera que va a Medellín desde el norte es la arteria principal para el ganado que sale del sur de Córdoba y Bolívar 20/ El ganado de levante y engorde que llega a Medellín es frecuentemente vendido y despachado por tren o camión a los departamentos de Caldas y Valle El río Magdalena y la vía férrea son los medios principales de transporte desde las carreteras del sur del Magdalena hacia Antioquia, Tolima y Cundinamarca 21/

Otro movimiento importante de ganado es el de los Llanos Orientales Los animales se transportan hacia el área del Piedemonte (cerca de Villavicencio) para ser engordado y luego son transportados en camiones a Bogotá para ser llevados al matadero

Medios de Transporte

Los principales medios de transporte de ganado y carne en Colombia son

- 1 Camiones
2. Ferrocarriles
- 3 Barcos
- 4 Aviones

20/ Riley (27), P 42.

21/ Ibid, p 42.

La mayoría del ganado bovino en Colombia es transportado por camión. Un gran número de ganado es transportado en camiones desde el área de la Costa Norte a Medellín y luego a Cartago. La mayoría del ganado producido en los Llanos se transporta en camiones de Villavicencio a Bogotá. El 97 por ciento del ganado que se trae a Cali es transportado en camiones.

Relativamente poco ganado es transportado en tren. Algún ganado es despachado del César a Bucaramanga, Medellín y Bogotá.

El transporte de ganado por barco se lleva a cabo principalmente por el río Magdalena. El transporte de ganado por barco sobre el río Magdalena ascendió aproximadamente a 56 000 cabezas en 1967 22/

El transporte de ganado y carne por avión es muy limitado actualmente. Algo de carne ha sido exportada por avión a Perú y a las Islas del Caribe (vea la sección sobre exportación).

La escogencia del medio de Transporte

La escogencia del medio de transporte se debe hacer teniendo en cuenta los siguientes factores:

- 1 Disponibilidad de los medios de transporte en la región particular.
- 2 El costo directo del transporte.
- 3 El costo indirecto del transporte.

El transporte en camiones es el sistema más flexible. A pesar de que las carreteras de la finca al mercado son con frecuencia pobres y en algunas ocasiones inexistentes, el sistema por carretera es mucho más extenso que el sistema por ferrocarril, por aire o agua. Por lo tanto, puede ser necesario transportar el ganado a pié o en camiones para usar uno de los otros

22/ Bowser (11), P. 33.

medios de transporte.

El costo directo del transporte es simplemente las tarifas de flete de los distintos medios de transporte. Los costos indirectos se refieren a las pérdidas ocurridas durante el transporte. La pérdida puede ser causada por muerte de algunos de los animales, por pérdidas de peso o por una baja de precio en el mercado durante el transporte.

Parece que durante el transporte se le da muy poco cuidado a los animales no importa el medio que se use. Por lo tanto, entre más largo el tiempo de transporte más altas serán las ratas de muerte y pérdida de peso. Sin embargo, ya que una gran proporción de las carreteras de Colombia son de grava, y además una gran parte es montañosa, cada hora de viaje en camión es generalmente más pesada que por alguno de los otros medios. Por lo tanto, la pérdida de peso por unidad de tiempo de viaje parece ser más alta utilizando camiones, mientras que el tiempo real de viaje generalmente es menos que por ferrocarriles y barcos. Se necesita un estudio extensivo para determinar un sistema óptimo de transporte de ganado y carne en Colombia. Tal estudio debe tener en cuenta tanto los costos directos como los indirectos y deben considerarse todos los medios disponibles. Se le debe dar especial atención a la factibilidad de una expansión aérea para el transporte del ganado o carne.

Como se va a discutir en la sección de información de mercados, es importante que el productor o intermediario tenga un alto grado de conocimiento de la situación del mercado como una base para tomar las decisiones de compra y venta. Es igualmente importante que el tiempo de espera entre cuando se toma la decisión y cuando es realmente llevada a cabo sea pequeño. Entre más largo es el tiempo de espera, más alta es la probabi-

lidad de que el precio sobre el cual se tomó la decisión sea diferente del precio que realmente se recibió. Por lo tanto, medios de transporte relativamente lentos, tales como barcos y ferrocarriles, tienen una desventaja

Costos de Transporte y Localización de la Planta

Desde un estricto punto de vista económico, la localización de las plantas de procesamiento deben ser determinadas por los costos de transporte de las materias primas en relación al de los productos terminados, los costos relativos a otros insumos, tales como trabajo en las varias regiones y los costos internos de producción. La localización geográfica en donde una combinación de estos costos rinde el costo más bajo por unidad del producto terminado es económicamente el sitio más eficiente para la planta de procesamiento. -

La pregunta que nos concierne aquí es: Deben los mataderos situarse en las regiones de producción o en los centros de consumo?

En Colombia casi todos los mataderos están situados en los centros de consumo. Casi todas las ciudades y pueblos tienen mataderos que generalmente operan como una empresa municipal y producen un ingreso de impuesto de sacrificio adicional a los cargos por sacrificio.

Ha habido interés en Colombia en la ventaja económica potencial de despachar carne congelada preparada en comercio inter-regional en contraste al movimiento de animales vivos. La razón para este interés se sostiene en las pérdidas observadas y los consiguientes altos costos del transporte de ganado vivo con relación al transporte de carne

En 1950, un matadero con equipo de refrigeración se construyó en

Villavicencio El plan era reemplazar el movimiento de ganado vivo, a pié o en camión, a Bogotá por el envío de carne arreglada en camiones refrigerados o aviones Después de algunos meses se abandonó esta idea 23/

En 1952 se construyó un moderno matadero cerca a Planeta Rica en el departamento de Córdoba La carne fresca helada se envió por aire a Bogotá y a Medellín pero las operaciones se suspendieron en 1953 El desarrollo del transporte de ganado por carretera para reemplazar el transporte a pié a Medellín fué probablemente el factor principal para el fracaso de esta planta empacadora.

INA (Instituto Nacional de Abastecimientos) puso otro matadero con facilidades de refrigeración en operación en 1953 en Valledupar y esta operación tampoco tuvo éxito 24/

Como se menciona en la sección concerniente a exportaciones, hay unos pocos mataderos en las regiones de producción tales como Villavicencio y Barranquilla A pesar de que se envía algo de carne de Villavicencio al mercado de Bogotá, la principal meta de estas plantas parece ser la exportación.

Un número de estudios han señalado las ventajas económicas conexas con el traspaso de los mataderos a las regiones de producción Por qué entonces la mayoría de los intentos hechos han fracasado?

Primero el promedio de clientes colombianos prefieren carne fresca a refrigerada o congelada Además, pocos almacenes al detal tienen facilidades de refrigeración. Por lo tanto, la apariencia de la carne des-

23/ Riley (27), P. 87.

24/ Ibid, P 88

pués de unas horas deja algo que desear

Segundo, una gran parte del transporte de carne congelada se ha hecho en camiones. Sin embargo, debido a las pobres condiciones de la carretera, el costo del sostenimiento de los camiones refrigerados y las pérdidas debido a fracasos por fallas en el equipo de refrigeración, han sido altas.

Tercero, los mataderos municipales son fuentes para recolección de impuestos. Por lo tanto, el gobierno municipal no favorece la entrada de carne, reduciendo las actividades de los mataderos locales. Además, la calidad y el tipo de carne recibida es controlada más fácilmente si se recibe ganado vivo. Por ejemplo, la entrada de carne de animales mortecinos es más fácil de prohibir. Así que, parece que un número de factores se oponen al traspaso de mataderos de los centros de consumo a las áreas de producción.

VII - INFORMACION, COMUNICACION Y CLASIFICACION

A INFORMACION

El canal de comercialización se discutió anteriormente Sin embargo, se discutió sólo una función del canal traer el producto al consumidor final en la forma, en el tiempo y en el sitio que el consumidor lo desee. Esta función puede ser visualizada como un flujo del productor al consumidor a través de los canales de comercialización Sin embargo, un canal de mercado eficiente también facilita otro flujo el flujo de información relacionada con varias condiciones de mercado es enviado de regreso por el consumidor a través del canal del productor. El objetivo de este flujo es mantener tanto al productor como a los intermediarios informados de otros factores, los cuales pueden influir en la toma de decisiones en cualquier nivel en el canal de comercialización

En resumen entonces, la información sirve como una herramienta para hacer que el mecanismo de precio trabaje más efectivamente

La información de mercado es necesaria para tomar buenas decisiones en relación a qué producir (cantidad y calidad), cuándo producir, cuándo comprar o vender y dónde y a quién comprar o vender. En la producción de ganado, las decisiones concernientes a qué producir y cuándo producir tienen que ser tomadas mucho antes de que el producto pueda ser mercadeado Por lo tanto, al tomar una decisión hay que tomarla en base a las condiciones esperadas del mercado. Entre mejor informado esté el ganadero en relación con las condiciones corrientes de mercado y las tendencias en esto, más realísticas serán las expectativas, y puede ser menor la oportunidad de tomar decisiones equivocadas. Las fluctuaciones

cíclicas son un ejemplo de la falta de información acerca del curso que toma la población de ganado y de las condiciones futuras esperadas de la oferta y la demanda. Cada productor individual toma las decisiones de producción por sobre la base de los precios corrientes más bien que sobre la base de precios esperados. Por lo tanto, cuando los precios son altos la mayoría de los productores deciden extender la producción. Después de un período de tiempo esta producción alcanza el mercado y hace que los precios decaigan. Por lo tanto, los precios que los ganaderos recibieron fueron más bajos que los precios usados como base para extender la producción. Si el ganadero individual hubiera sido informado de la formación general del inventario del ganado pudiera haber esperado el precio inferior, y así haber tomado una diferente decisión de producción.

Para decidir cuándo y dónde vender su ganado, el ganadero debe conocer los precios ofrecidos en varios mercados tanto como los precios ofrecidos por los varios compradores potenciales. Sin tal información el ganadero no tiene base para seleccionar el mercado y al comprador que le ofrece el precio más alto, así que el comprador, mientras esté mejor informado puede explotar al ganadero.

La importancia de la información del mercado para el productor ha sido discutida. Debe entenderse, sin embargo, que la información del mercado es igualmente importante para todos los demás participantes en el proceso producción-mercadeo, hasta tanto ellos tomen propiedad de las mercancías.

B COMUNICACION.

La información debe ser comunicada de la fuente de información a la persona que pueda necesitarla. Algunos de los canales más importantes de comunicación relacionados con las condiciones de mercado de ganado y carne son

- 1 Canales interpersonales (información de intermediarios y productores).
- 2 La prensa
 - a El radio
 - b Los periódicos
 - c Las revistas
- 3 Organizaciones tales como IDEMA, DANE, Banco de la República y Banco Ganadero.

PIMUR elaboró un estudio para determinar dónde obtienen información relacionada con precios y existencias de ganado los abastecedores de carne de res en el Valle del Cauca. Los resultados indicaron que los abastecedores de carne de res, entrevistados obtuvieron información (1) de los precios del ganado en pié en el país durante 1968 y (2) de las cantidades de ganado disponibles para sacrificio y los lugares o sitios de existencia de ganado para la venta utilizando los siguientes medios de comunicación 25/.

25/ Kerry J Byrnes. Sistemas de Información y Comunicación de Mercadeo en la Zona de Influencia de Cali, Informe Técnico # 9, PIMUR, 1969

<u>Medio</u>	<u>Precios</u>	<u>Calidades</u>
	(% de los entrevistados)	
1. Hablando con otros ⁷ mayoristas y amigos	11	42
2 Hablando con intermediarios y camioneros	4	8
3. Por intermedio de asociaciones tales como ASADEGA, FEDEGAN, etc.	4	4
4. Programas radiales	8	0
5 Periódicos	22	8
6 Por teléfono	40	26
7. Directamente en las fuentes abastecedoras.	11	12

Es interesante notar que la comunicación interpersonal (directamente o por teléfono) es claramente el medio más importante para obtener la información relacionada tanto con precios como con existencias. Muy poco uso se hace del radio a pesar de que parece ser adecuado para una información rápida de precios y cantidades.

Un estudio relacionado con el uso de medios de comunicación de los agricultores en el Valle (no se incluyen los ganaderos) indica una importancia similarmente pequeña del radio como un medio de comunicación para la información de precios a nivel del productor 26/

La mayoría de las ineficiencias en el sistema de recoger y comunicar información relacionada con las condiciones del mercado de ganado pueden referirse a uno de los dos criterios

1. La oportunidad de la información
- 2 La calidad de la información recogida

La oportunidad de la información depende en gran parte del tipo del medio de comunicación usado. Ciertos tipos de información, tales como cambios en la población de ganado, que se usan para tomar decisiones a largo plazo pueden reportarse mensualmente o anualmente sin perder su efectividad

Recíprocamente, información relacionada con precios y existencias de ganado en distintos mercados debía ser comunicada a los productores y a los compradores de ganado casi instantáneamente si se quiere hacer el máximo uso de la información. Así que los medios más adecuados parecen ser el radio y el teléfono. Sin embargo, los precios y movimientos de ganado, factores en base a los cuales el ganadero puede tener que tomar decisiones día a día, son frecuentemente reportados con una demora de 1 a 2 meses o más

La calidad de la información recogida depende en gran parte en la metodología de la recogida. La recogida de información sobre precio en el mercado de Medellín puede servir como un ejemplo típico de la metodología usada en Colombia 27/

En Medellín no existe ninguna forma de subasta. Los precios dependen principalmente del peso de los animales. Otros criterios se basan en el origen, tipo de bovinos y cantidades disponibles para la venta. Dado que los gastos de mercado se establecen sobre la base del peso en pié, la administración lleva un registro del número y peso medio de los animales vendidos en el mercado. Todos los datos sobre precios se facilitan voluntariamente pero no deben considerarse como absolutamente fide-

27/ La siguiente descripción de la recolección de datos en el mercado de Medellín se tomó de Littman (21).

dignos No existe una clasificación oficial del ganado Este tipo de mercado posee evidentemente ciertos inconvenientes, pero gracias a él se consigue que compradores y vendedores vayan bastante bien acoplados y puedan efectuar sus transacciones convenientemente y en un tiempo razonable.

C. INFORMACION Y CLASIFICACION

Una barrera principal en la comunicación efectiva sobre la información de precios es la falta de un sistema uniforme, aceptado, de clasificación para el ganado.

La información del precio sin referencia a calidades es de poco valor. Ni los ganaderos ni el gobierno pueden obtener una información fidedigna y detallada sobre los precios de mercado En Argentina sí existe un sistema oficial de clasificación de los bovinos que permite registrar de modo comparable movimientos y precios. La mayor parte de las ventas finales de bovinos se realizan mediante subasta o sobre la base del peso en pié, en parte directamente a los grandes frigoríficos

VIII - MARGENES DE COMERCIALIZACIONA MARGENES DE COMERCIALIZACION Y EFICIENCIA. 28/

Al evaluar un sistema de comercialización hay que tomar en cuenta dos aspectos de la eficiencia. En la comercialización, eficiencia es el movimiento de mercancías desde el producto al consumidor, al menor costo compatible con la prestación de los servicios que los consumidores exigen. Por consiguiente, toda reducción de costos manteniendo el mismo nivel de servicios representa, sin duda alguna, un aumento de eficiencia. Por otra parte, también los servicios adicionales de comercialización que aumenten el costo de la misma pueden representar un incremento en la eficiencia, si para los consumidores valen más que una economía correspondiente en los costos. En el caso de la carne, como el consumidor medio difícilmente puede juzgar su ternura y sabor antes de comprarla, o evaluar la limpieza y el cuidado con que ha sido manipulada, la confianza en la calidad de la comercialización asume una importancia muy grande.

Los márgenes de comercialización por regla general se expresan en dinero en efectivo o como porcentaje del precio pagado por los consumidores. Respecto de la carne, calcular los márgenes es complicado por lo difícil que resulta hacer estimaciones representativas. Al nivel del productor hay grandes variaciones en la calidad de los animales de abasto, debido a diferencias cualitativas entre los precios y las formas de aprovechamiento de los diversos cortes, como por ejemplo para la fabricación de salchichas, etc. Los precios de los diferentes cortes al por

menor se deben ponderar juntos en proporción con la parte del canal total que representan, calculando los beneficios obtenidos de los subproductos. Las distancias de las zonas productoras a los centros de consumo pueden variar mucho y se deben especificar.

B MARGENES ACTUALES

El margen para la carne vendida en Cali fué estimado por PIMUR 29/. El margen bruto promedio como porcentaje del valor de venta durante 1968 fué el siguiente

	87.2
Abastecedores	10.3 %
Mayoristas	15.0 %
Minoristas	
Galería	14.5 %
Tiendas y Graneros	8.3 %
Expendios de auto servicio	10.4 %
Mayorista - Detallista	15.5 %
Tiendas especializadas	14.2 %

Por lo tanto, el margen total se estimó entre 33.6 y 40.8 por ciento del valor del consumidor.

Los márgenes en Bogotá se estimaron como sigue	<u>30/</u>
Mayorista Ganado	16 %
Mayorista Carnicero	3 %
Minorista	<u>18 %</u>
Total	37 %

29/ González (17)

30/ Booz (26).

Como se mencionó anteriormente, la eficiencia del sistema de mercadeo no puede ser juzgada en base a los tamaños de los márgenes solamente

Un gran margen puede ser causado por ineficiencias en el sector de mercadeo tales como ganancias excesivas, mala localización de las plantas de procesamiento, y un número de otros factores. Sin embargo, puede ser también causado por una gran demanda de servicios de mercado. Asumiendo que haya un sector eficiente de mercadeo es obvio que el costo de los servicios de mercadeo sea más alto para enlatados o carne pre-cocida que para carne vendida en canal. Al requerirse más servicios de mercadeo, el margen aumenta.

Por lo tanto, la eficiencia del sector de mercadeo debe evaluarse en base a las funciones llevadas a cabo con relación al margen

C REDUCIENDO EL MARGEN.

La eliminación de ineficiencias en el sistema de mercadeo puede beneficiar al consumidor, al productor o a ambos. Si los precios del consumidor se rebajan, más dinero se tendrá disponible para otros productos, así que la demanda para otros productos aumentará. Esto es importante ya que la falta de demanda efectiva es con frecuencia una barrera contra el desarrollo económico. Por otro lado, si el precio del productor aumenta, el productor puede bien sea comprar más de otros productos o puede reinvertir en la finca. En cualquier caso el impacto del desarrollo económico es positivo

Cuáles son algunas de las ineficiencias en el mercado de ganado vacuno y carne de res en Colombia? La mayoría de las ineficiencias pueden

ser determinadas solamente por estudios detallados. La localización de los mataderos en los centros de consumo parece ser ineficiente. Un traslado de los mataderos a las regiones de producción y uso de medios de transporte refrigerados o aislados parecen ser más baratos a largo plazo. Otra fuente de ganancia de eficiencia puede ser una reducción del número de intermediarios en el canal de mercado. Torres y otros (30) hicieron una comparación del costo de una res comprada directamente en la Costa Atlántica y a través de la Feria de Medellín (1966). Se encontró que el costo por kilo en pie en Cali fué de \$5 38 si el ganado era comprado directamente y \$5 64 si la Feria de Medellín era usada como intermediario. Así que la eficiencia del mercado podía ser mejorada evitando la Feria.

Poco se conoce acerca de la unidad de costo para varios tamaños de operación en las varias actividades del mercadeo de ganado y carne en Colombia. Es posible sin embargo, que la unidad de costo de sacrificio pudiera ser reducida si se establecieran mataderos más grandes. Sin embargo, más investigación se necesita para determinar la extensión de estos y las relaciones similares de costo en el sector de mercadeo de ganado y carne en Colombia.

IX - ABASTECIMIENTO Y CONSUMO REGIONAL DE CANAJO DE CARNE EN COLOMBIA

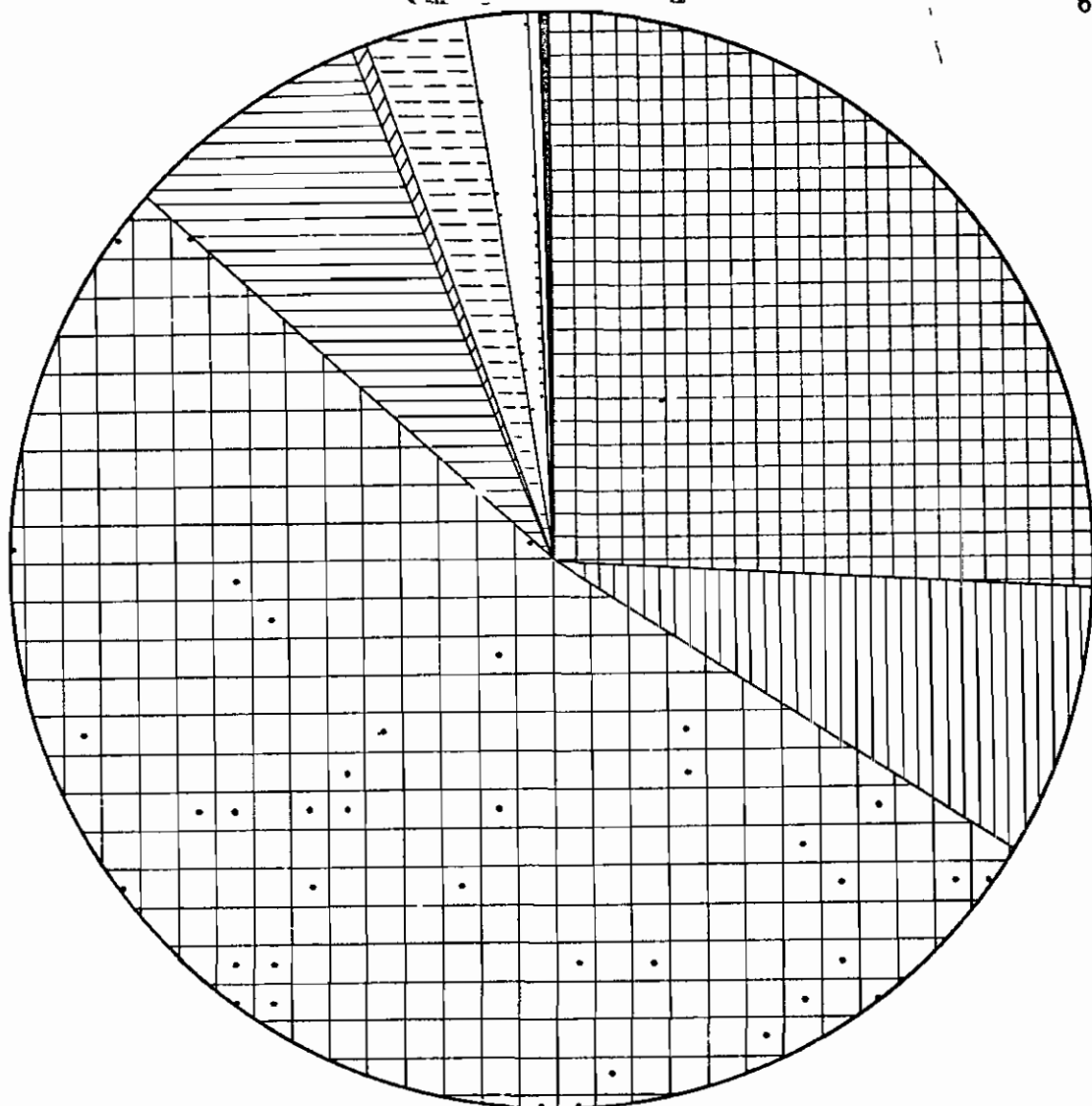
En el capítulo correspondiente a Comercialización se informa como operan los canales de mercadeo con todas sus implicaciones y complicaciones. En esta sección trataremos de esbozar los principales y más generales aspectos del abastecimiento de carne en Colombia

Antes de discutir el consumo de carne de res veamos de que lugares se abastecen de carnes los diferentes centros consumidores de Colombia (Figura 4) 31/

En primer lugar tenemos a Bogotá como centro principal en donde convergen los efectivos ganaderos de los departamentos de Cundinamarca, Huila, Meta y Tolima. En el año de 1968 este centro tenía un consumo promedio de 23.5 kilogramos per cápita por año. Para Cali con un consumo promedio de 19.4 kilogramos per cápita por año en 1968, se observa un abastecimiento procedente de Cauca, Naríño, Quindío, Risaralda y Valle. A este respecto González (17) encontró que en 1968, además de las anteriores regiones nombradas, también contribuyen en el abastecimiento los departamentos de Bolívar, Sucre, Córdoba, Huila, Tolima y bajo Magdalena. En la Figura 3 se presenta el porcentaje de cada región abastecedora de la ciudad de Cali.

En Medellín convergen los abastecimientos de reses de carne procedentes de los departamentos de Antioquia, Bolívar, Atlántico y Caldas. El consumo promedio per cápita año es de 21 kilogramos. Barranquilla está abastecida por los departamentos de Atlántico, Bolívar, César, Cór-

31/ Datos tomados de la Caja Agraria (12)



Convenciones		
Porcentaje anual por departamentos		
Valle		26 00 %
Cauca		8 00 %
Costeño		53 00 %
Caqueta		7 45 %
Caldas		0 46 %
Huila		2 97 %
Tolima		1 80 %
Nariño		0 24 %
Meta		0 08 %

Fuente

Cifras suministradas
EMSIRVA, Cali 196

FIGURA 3 PROCEDENCIA DEL GANADO VACUNADO QUE ENTRO A LA PLAZA DE FERIAS DE DURANTE 1968

doxa, Guajira, Magdalena y Sucre para un consumo de promedio per cápita año 15.5 kilogramos en el año de 1968. Solamente nos queda Bucaramanga como ciudad consumidora importante de carne de res la cual recibe dicho producto de Boyacá, Norte de Santander y el mismo Santander. Su consumo promedio per cápita año está calculado en 20 kilos de carne.

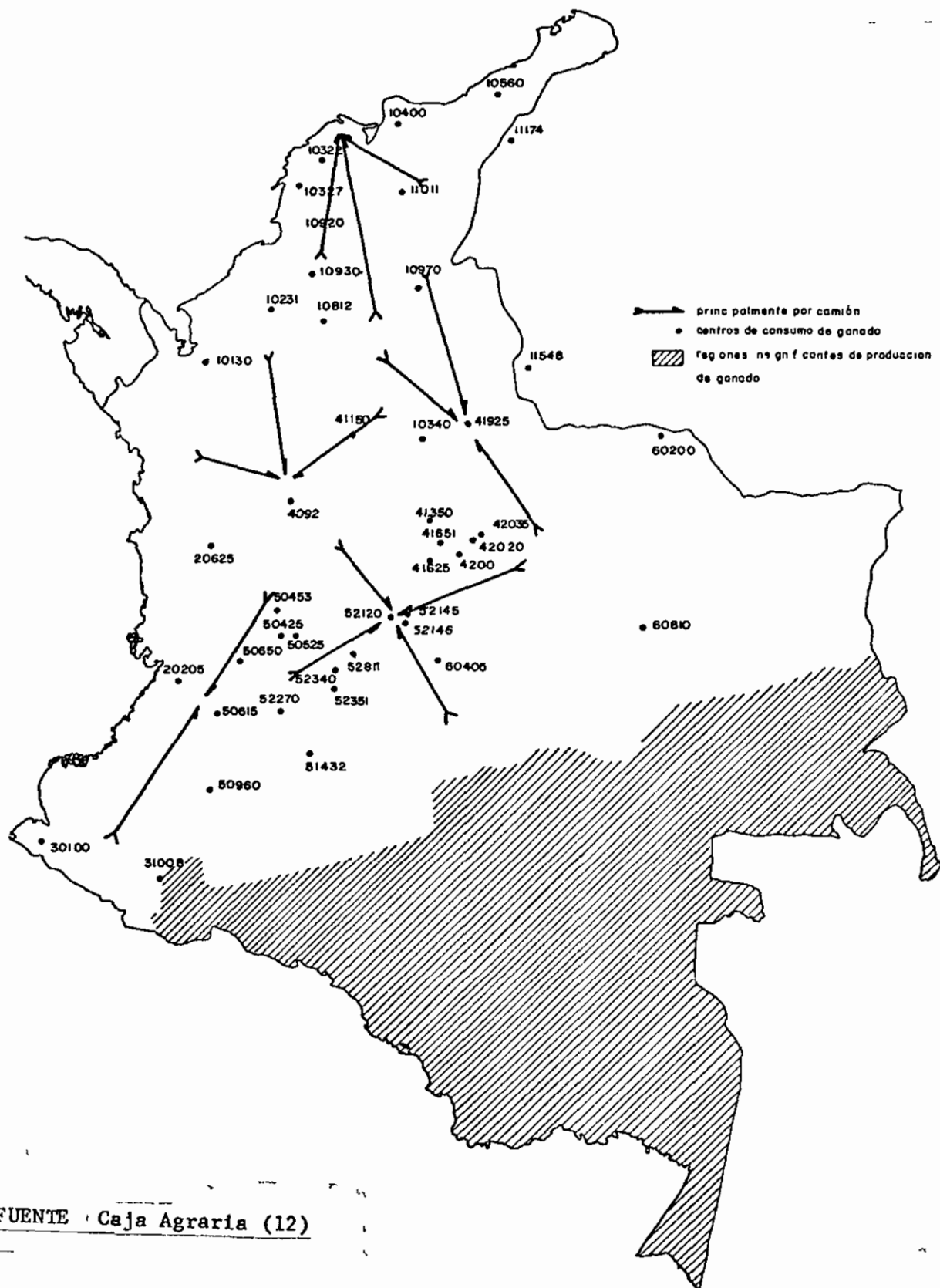
En la Figura 4 se puede apreciar los flujos de abastecimiento en Colombia para los principales centros de consumo

La mayor parte de la producción de ganado tiene lugar en la parte norte y oriente del país. Aproximadamente el 50 por ciento de la población de ganado se encuentra en seis departamentos, Antioquia, Atlántico, Bolívar, Córdoba, Guajira y Magdalena, los cuales bordean la Costa Atlántica Norte (tabla 7). Otro 13 por ciento de la población de ganado se encuentra en los dos departamentos orientales, Boyacá y Meta. Sin embargo, sólo 33 y 7 por ciento de la población vive en las dos regiones respectivamente 32/. Por lo tanto existe un desequilibrio geográfico entre la producción y el consumo de carne, pero tal desequilibrio no es un signo de ineficiencia económica. Si el costo de producción en la región I excediera el costo de producción en la región II, más el costo de transportar el producto entre las dos regiones, sería ineficiencia económica producir en la región I.

Sin embargo, un considerable desequilibrio espacial pide un sistema de transporte eficiente. Como se discutió más tarde en otro capítulo de esta publicación, el transporte juega un papel importante en el mercado de ganado y carne en Colombia

32/ Computado sobre la base de DANE (39).

FIGURA 4. FLUJO DE MERCADOS DE GANADO DE CARNE A LOS PRINCIPALES CENTROS DE CONSUMO



FUENTE : Caja Agraria (12)

Asumiendo que la carne se consume en el departamento en donde se sacrifica el ganado y asumiendo además que la producción de ganado como un porcentaje del inventario de ganado es igual en todos los departamentos, sería posible estimar los excedentes de carne y déficit para cada departamento. El primer supuesto mencionado parece válido. Exceptuando las relativamente pequeñas cantidades de carne exportadas, la mayor parte del transporte se hace antes del sacrificio. El segundo supuesto es algo más dudoso. Es probable que departamentos con un sistema de explotación muy intensivo puedan mostrar una rata de extracción más baja que departamentos en donde la explotación ganadera esté más intensificada. Sin embargo, teniendo en cuenta esta clase de incertidumbre, parece que los resultados obtenidos usando este medio, puedan ser indicadores muy útiles de la distribución geográfica de la producción y consumo. Además, de acuerdo con los datos existentes, no se encontró ningún otro procedimiento que diera datos más fidedignos.

La rata promedio de sacrificio se estimó en 11.8 por ciento. Esto es algo más bajo que la rata de extracción que se estimó anteriormente. La razón para la diferencia consiste en que los datos que muestran la cantidad sacrificada en la tabla 7 incluyen solamente el sacrificio oficial de ganado. Además, el ganado en pie exportado (legalmente o de contrabando) es excluido de los datos de la tabla 7.

El más grande excedente de ganado se halló en el Magdalena, Córdoba y Bolívar, mientras que Cundinamarca, Valle y Antioquia mostraron los más grandes déficits.

La tabla 8 muestra el consumo de carne de res en Colombia durante el período 1950-67. El consumo total muestra una tendencia al alza hasta

TABLA 7 POBLACION, SACRIFICIO Y PRODUCCION EXCEDENTE O DEFICIT DE GANADO BOVINO POR DEPARTAMENTO, 1968, (Miles de Cabezas)

<u>Departamento</u>	<u>Población de ganado bovino ^{33/}</u>	<u>Sacrificio de ganado bovino ^{34/}</u>	<u>Extracción esperada ^{35/}</u>	<u>Excedente o déficit</u>
Antioquia	1.236	281	146	- 135
Atlántico	223	110	26	- 84
Bolívar	2.180	56	257	+ 201
Boyacá	1 561	65	184	+ 119
Caldas	426	80	50	- 30
Cauca	534	48	63	+ 45
Córdoba	1 995	27	235	+ 208
Cundinamarca ^{36/}	950	339	112	- 227
Chocó	27	3	3	0
César	-	31	-	-
Guajira	207	10	24	+ 14
Huila	617	63	73	+ 10
Magdalena	2 272	39	268	+ 229
Meta	584	41	69	+ 28
Nariño	292	24	34	+ 10
Norte de Santander	384	62	45	- 17
Quindío	-	39	-	-
Fisaralda	-	48	-	-
Santander	748	145	88	- 57
Sucre	-	22	-	-
Tolima	787	107	93	- 14
Valle	688	239	81	- 158
Intendencias y Comisarías	521	27	61	+ 34
Total	16 232	1 906		

- Indica que la información no estaba disponible

^{33/} Los datos son de DANE (41).

^{34/} Los datos son del Banco Ganadero (3)

^{35/} La extracción esperada se calcula usando un promedio de sacrificio de 11 8 por ciento sacado de esta tabla Véase el texto para discutir las limitaciones de esta aproximación.

^{36/} Incluyendo Bogotá, D E.

TABLA 8 CONSUMO DE LA CARNE DE PES EN COLOMBIA, 1950-1967

<u>Años</u>	<u>Consumo total (1 000 kg)</u>	<u>Consumo per cápita (kilos)</u>
1950	331,6	29,8
1951	338,5	29,6
1952	336,6	28,7
1953	319,4	26,7
1954	319,7	26,0
1955	330,0	26,0
1956	374,2	28,5
1957	401,0	29,5
1958	387,9	27,8
1959	375,0	26,2
1960	381,3	25,9
1961	411,9	25,9
1962	454,7	27,7
1963	488,5	28,9
1964	497,6	28,4
1965	478,7	26,5
1966	452,8	24,3
1967	449,9	23,4

Fuentes Riley (27) p 29 y Atkinson (48) p 60 Incluyendo un estimativo del 10% de deguello no controlado

1964 Desde 1964 el consumo total ha disminuído La rata de aumento en el consumo total no sobrepasa la rata de aumento de la población Por lo tanto, el consumo per cápita no muestra la misma tendencia general ascendente De acuerdo con la información de la tabla 8, el consumo de carne por persona disminuyó aproximadamente 23 kilos en 1967, una disminución de 22 por ciento desde 1950

Una disminución en el consumo de carne de res es un triste hecho debido a la falta de proteína de alta calidad en las dietas colombianas No hay indicaciones de que la carne esté siendo reemplazada por otros productos animales La producción de cerdo ha sido virtualmente constante durante los últimos 10 años, y a pesar de que el consumo de leche, pollos y huevos ha aumentado ligeramente, el aumento no ha sido suficiente para compensar la pérdida de proteína animal sufrida por la disminución de consumo de carne de res

Hay una gran variación del consumo de carne de un área a otra dentro de Colombia El consumo promedio per cápita es de 5 86 kilos anualmente en el Chocó, 9 79 kilos en Nariño y tan alto como 59 86 kilos per cápita en el Meta 37/

En general el consumo de carne per cápita en Colombia es muy bajo en relación a la mayoría de los otros países Con la excepción de unos pocos países tales como la India, en donde el consumo de carne es bajo debido a barreras religiosas, Colombia se encuentra al final de la escala con relación al consumo de carne 38/

37/ Datos del Banco Ganadero (35)

38/ Banco Ganadero (35) FAO, Anuarios de Comercio Exterior y Producción 1967, Vol 21

Los colombianos, de acuerdo a las últimas informaciones, (ver tabla 9) tienen una cantidad disponible per cápita de 26,42 kilogramos por año entre carnes misceláneas y huevos. De este total 18,83 kilogramos por año corresponden a carne de res lo cual significa el 71,2% de la disponibilidad total per cápita de proteína animal. No obstante aún se tiene un déficit de 9,17 kilogramos año habitante para carne de res, el cual representa la mayor cantidad dentro de los alimentos proteínicos de procedencia animal en la lista.

La población colombiana crece con mayor celeridad comparada con la disponibilidad de carnes en el país. El comportamiento de las deficiencias en tal sentido lo podemos apreciar en la tabla 10 la cual contiene los datos estimados para los años venideros hasta 1975.

Para el Valle se calculó 39/ el consumo por habitante año 46,02 kg ligeramente menor que el del Quindío con 47,89 kilos y muy diferenciado del consumo del Meta que acusó 59,86 kilogramos años habitante.

39/ González, PIMUR (17)

TABLA 9 CANTIDAD DISPONIBLE, RECOMENDADA Y DEFICIENCIA DE CARNE Y HUEVOS PARA CADA COLOMBIANO 40/

<u>Productos</u>	<u>Kgrs /año</u>	<u>Gm /año</u>	<u>Disponi- bilidad %</u>	<u>Cantidad recomend Kgrs</u>	<u>Cantidad deficiente Kgrs</u>
Res	18 83	51 59	71 20	28.00	9 17
Cerdo	2 72	7 45	10 30	4 1	1.38
Oveja	0 09	0 25	0 30	0 1	0 01
Cabro	0 01	0 03	3 03	0 01	0.00
Aves	0 47	1 29	1 77	0 69	0 22
Pescados y Mariscos	1 13	3.10	4.30	1 69	0.56
Huevos	<u>3 17</u>	<u>8 68</u>	<u>12 10</u>	<u>4 76</u>	<u>1 59</u>
Total	26 42	72 39	100.00	39 35	12 93

Fuente Dr Sáenz y J.A Eusebio, Universidad Nacional de Bogotá. Recomendaciones de consumo de alimentos para Colombia. División Estudios Nutricionales - TRN. 40, 1970

40/ Tomada de Caja Agraria (12)

TABLA 10 ESTIMACION DE LA DEFICINECIA EN COLOMBIA DE CARNE DE LAS DIFERENTES ESPECIES Y HUEVOS EN 1969 - 1975 (MILLONES) 41/

	<u>1969</u>	<u>1970</u>	<u>1971</u>	<u>1972</u>	<u>1973</u>	<u>1974</u>	<u>1975</u>	<u>Total</u>
Población (X 10 ⁶)	20 4	21 1	21 8	22 5	23 2	23.9	24 7	
Res (Kg)	187.1	194 1	200 6	207.0	213.4	219 9	227 2	144 93
Cerdo (Kg)	27 95	29 12	30 08	31.05	32 02	32 98	34 09	217 29
Carnero (Kg)	0 20	0 21	0 22	0 23	0 23	0 24	0 25	3 38
Cabro (Kg)	0 02	0 02	0.02	0 02	0 02	0 02	0 03	0 15
Aves (Kg)	4 48	4.64	4 79	4 95	5 10	5 26	5 43	34.65
Pescado (Kg.)	11 42	11.82	12 21	12 60	12.99	13.38	13 38	88 25
Huevos (Nº)	32 44	33 55	34 6	35 78	36 89	38 00	39 27	250 59

Fuente Dr Sáenz y J A Eusebio, Universidad Nacional, Bogotá Recomendaciones de consumo de alimentos para Colombia, 1970 Div Estudios Nutricionales, T.R.N 47, T R.N 1970

41/ Tomada de Caja Agraria (12)

X - EXPORTACION DE GANADO Y CARNE

La tabla 11 muestra las cantidades de ganado y carne exportadas por Colombia durante los últimos diez años. En 1970 representó el 14% de las exportaciones menores 42/. Mientras que la exportación de contrabando a los países vecinos ha continuado durante diez años, la exportación oficial de ganado y carne no fué considerable hasta 1965. El aumento en la exportación en 1965 fué debido primeramente a la intención del gobierno colombiano de diversificar y extender las exportaciones. Para el período enero-marzo de 1971 se había exportado carne por un valor de 2,9 U S millones de dólares 43/.

A EFFECTOS DE LAS LEYES Y LAS REGULACIONES COLOMBIANAS 44/

Como resultado del elevado incremento de la exportación de carne en 1965 el gobierno colombiano exigió a los exportadores un pago al Banco de la República de 120 dólares por cada cabeza (o carcasa equivalente) exportada. La tasa verdadera de cambio es un poco menor que la tasa oficial de cambio en los bancos, de tal manera que los exportadores estaban perdiendo dinero. En 1966 el gobierno colombiano aumentó el pago a 150 dólares por cabeza. Debido en parte a este requerimiento, el número total de ganado exportado en 1966 fué aproximadamente un quinto menos en 1965. La tendencia en 1966 fué la exportación de carne en carcasa más que de ganado, pero el total fué aún menor que

42/ Banco de la República (38)

43/ Banco Ganadero (36)

44/ Esta sección se tomó de Bowser (12).

TABLA 11 EXPORTACIONES DE GANADO BOVINO Y CARNE DE RES, 1959-1968

<u>Años</u>	<u>Exportaciones Registradas</u>			<u>Valor</u> (U S. \$1 000)	<u>Exportac</u> <u>no regist.</u> (Miles de cabezas)
	<u>Ganado</u> <u>en pie</u> (Cabezas)	<u>Carne</u> <u>en canal</u> (Cabezas)	<u>Total</u> (1 000 kg.)		
1959	0	0	0	-	200 0
1960	0	0	0	-	200 0
1961	0	0	0	-	100 0
1962	1 300	38	567	109 1	120 0
1963	1 109	617	600	179.0	100 0
1964	1 336	1 757	953	362 3	114 0
1965	56 527	19 510	25.255	8 779 1	100 6
1966	45 828	7 547	22 148	7 404 3	80 9
1967	7 797	12 051	6 333	2 922 1	96.0
1968	8 896	15 933	7 207	3.544 7	

Fuentes Bowser (11), p. 4 y Atkinson (48), p. 59

en 1965 En 1967 la política del gobierno colombiano ocasionó una disminución considerable en la exportación de carne, cuando el gobierno exigió que todos los dólares provenientes de la exportación de carne se convirtieran en pesos

La situación de la exportación de carne se mejoró en 1968 cuando el gobierno colombiano cambió de nuevo su política Los exportadores aún tenían que cambiar los dólares en pesos en el Banco de la República a la tasa real de cambio, pero los exportadores recibían un bono de 15

por ciento en forma de "Certificado de Abono Tributario" o CAT avaluados en pesos y cuyo valor se hace efectivo un año después de su expedición. Su valor inmediato depende del uso que se le quiera dar, como sigue

1 El CAT se puede usar en la bolsa colombiana. Su valor inmediato después de la expedición para este uso es de 80% del valor real del certificado. Si el exportador espera un año después de la fecha de expedición, el puede usar el CAT para este fin y recibir el valor completo del certificado

2 El CAT también se puede usar para pagar impuestos. Su valor para este fin es el mismo y madura de la misma manera que para el propósito anterior

3. El exportador también puede entregar el CAT al Fondo de Promoción de Exportación, el cual es parte del Banco de la República. En este caso, el CAT vale lo que representa más un 6% de interés desde la fecha de expedición. Sin embargo, este último uso del CAT puede solamente ser utilizado si el exportador desea usar el dinero para invertirlo en facilidades para la exportación de ganado

De otra parte reglamentó por Resolución 920 de 1968 del Ministerio de Agricultura el control sanitario previo del ganado de ceba y para sacrificio de carne de exportación, el cual debe cumplir un período de cuarentena supervisado por los profesionales oficiales. Dicho ganado debe ser marcado como ganado de exportación

B DESTINO DE LAS EXPORTACIONES.

La tabla 12 muestra la distribución de las exportaciones de ganado y carne colombianos a algunos de los más importantes países de destino

FABJA 12 EXPORTACION DE GANADO BOVINO Y CARNE DE RES PAISES DE DESTINO

<u>Países de destino</u>	<u>Porcentaje de la exportación de ganado y carne colombiana</u>			<u>1968</u>
	<u>1965</u>	<u>1966</u>	<u>1967</u>	
Alemania	0	12 0	0	0
España	15 2	5 3	0	0
Italia	44 8	0	0	0
Martinica	1 7	71 7	14.8	17 7
Perú	22 2	5 0	70 4	47 0
Otros	16.1	6 0	14 8	35 3

Calculada de los datos de Bowser (11), P 2

Perú y Martinica han sido obviamente los más importantes compradores externos de ganado y de la carne colombianos 45/ Durante los tres últimos años estos dos países han comprado entre 65 y 85 por ciento del total de la exportación de ganado y carne de Colombia

Durante 1968, 56 por ciento de la carne para exportaciones fué enviada de Barranquilla, mientras que de Bogotá sólo salió un 25 por ciento. Alrededor de la mitad del ganado vivo fué exportado desde Buenaventura mientras que la otra mitad fué enviada por Cúcuta y de otras ciudades del interior 46/

45/ Ignorando exportación de contrabando

46/ Información del Banco Ganadero (35)

C EFECTO DE LA FIEBRE AFTOSA EN LAS EXPORTACIONES 47/

La presencia de aftosa en Colombia, restringe las posibilidades de exportación de ganado o carne refrigerada. Ciertos países aceptan ganado y carne sin procesar de países donde existen estas enfermedades, pero no así los Estados Unidos, Inglaterra y Canadá. Desde junio de 1969, Colombia exporta carne especialmente al Perú, las colonias francesas del Caribe, Chile y Venezuela. Recientemente, Colombia empezó negociaciones con Italia, España y Alemania Occidental, para explorar las posibilidades de exportación a esos países.

Hasta marzo de 1968, Colombia exportaba grandes cantidades de ganado al Perú por la vía de Buenaventura. Después de que el Perú descubrió la presencia de ciertas enfermedades de la boca y el casco en el ganado aprobado para la exportación por Colombia, prohibió la importación de ganado colombiano. Anteriormente, Colombia había tenido dificultades para exportar ganado al Perú puesto que no se podía enviar por el Canal de Panamá desde la Costa Atlántica Colombiana, debido a la presencia de aftosa en Colombia. Colombia está exportando por barco carne en carcasa al Perú por Buenaventura, Cartagena y Barranquilla y por avión desde Bogotá.

Colombia está tratando de entrar en el mercado de carne-cocida en los Estados Unidos y Canadá. La exportación a estos países se haría por el puerto de Barranquilla. Las facilidades de sacrificio en Barranquilla fueron aprobadas en marzo de 1968 por un grupo de inspectores del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. Desafortunadamente, en ese

47/ Esta sección fué tomada de Bowser (11)

entonces la fábrica procesadora PROCARNES, una planta de procesamiento de carne en Barranquilla, no recibió aprobación para la exportación debido a ciertas discrepancias en la construcción de la planta que ocasionaban la contaminación de la carne. La falla fue corregida y se obtuvo la aprobación para exportar carne procesada en tarros a los Estados Unidos en julio de 1968. El embarque debía empezar en septiembre de 1968, pero hasta junio de 1969 ningún envío se había efectuado.

D CARNE DE CONTRABANDO 48/

El contrabando de ganado de Colombia a Venezuela y Ecuador ha existido por mucho tiempo. Los cálculos del número de ganado que pasan por contrabando a estos países está en la tabla 11. El número de ganado de contrabando se ha reducido considerablemente en los últimos años.

Los ganaderos venezolanos han estado estableciendo sus ganaderías con ganado colombiano desde hace muchos años. Ahora, parece que han llegado al punto donde no necesitan o desean más importaciones de ganado de Colombia. El gobierno colombiano desea legalizar el movimiento de ganado a Venezuela, pero las autoridades venezolanas no tienen mucho interés debido a que

1 Ellos pueden regular los precios a su antojo sin que reciban protesta oficial por parte de Colombia y

2 Ellos evitan las presiones de sus propios ganaderos quienes protestarían diciendo que las importaciones arruinarían el mercado en Venezuela.

48/ Partes de esta sección fueron tomadas de Bowser (11)

E FACILIDADES DE EXPORTACION 49/

En Colombia hay principalmente tres centros para la exportación de carne Bogotá, Cali-Buenaventura y Barranquilla Cada uno está estratégicamente localizado y opera por debajo de su potencial. La carne se exporta desde Bogotá por avión. El Matadero de Guadalupe, en Bogotá, está exportando carne en los espacios disponibles de los Jets de Avianca Este matadero exportó un promedio de 10 toneladas por semana en 1968 habiendo aumentado posteriormente a 15 toneladas por semana exceptuando los meses de mayo y junio en 1969, cuando el Perú dejó de importar ya que los productores peruanos entraron en el mercado durante ese período. Otro factor que restringe la exportación es el espacio disponible en los aviones

CARNEL está sacrificando ganado en Villavicencio y transportando la carne a Bogotá en camiones aislados. Esta carne también se envía al Perú en Jets de Avianca. No se usan equipos de refrigeración para el transporte de la carne de Villavicencio a Bogotá.

Desde Marzo de 1968, INDUGAN ha exportado aproximadamente 59 toneladas de carne cada semana desde Cartagena al Perú, por barco. INDUGAN no desea aumentar el volumen de exportación hasta que el mercado del Perú y la organización para la exportación de carne desde Colombia se hayan examinado completamente. El Matadero INGRAL en Barranquilla provee para INDUGAN COFIAGRO ha sido ultimamente uno de los organismos financieros que ha contribuido exitosamente a la promoción de exportaciones de carne

49/ Partes de esta sección fueron tomadas de Bowser (11).

mediante financiamiento de instalaciones, tal cual lo ha hecho INGRAL. Ello se ha traducido en un mejoramiento notable de las divisas del país a las cuales contribuyó con más de 4,3 U.S. millones de dólares en 1970 50/

Barranquilla está igual y adecuadamente localizada y tiene facilidades aéreas y portuarias para la exportación de carne. Una gran parte de la carne embarcada va a las Islas del Caribe, especialmente a las Islas Francesas.

La región Cali-Buenaventura no ha desarrollado todavía su organización para la exportación. Se construyó un matadero en Buenaventura para uso de exportación, pero se contó con que el precio de las vísceras sería cerca \$200 por cabeza, lo cual representaría buena parte de su ganancia, cuando el matadero empezó a matar de 200 a 250 cabezas por día, el consumo normal fué de 40 a 50 cabezas diarias y el precio de las vísceras bajó a \$40 por cabeza por cuanto la operación fracasó. Existe la posibilidad de matar en Cali el ganado para exportar y llevarlo en camión a Buenaventura para ser embarcado allí.

Colombia también ha encontrado que los costos de transporte de carne a Europa por barco son mayores debido a que Colombia actualmente no puede importar suficiente mercancía de Europa, lo cual reduciría los costos de transporte de ganado.

F CONTROL DE LA CALIDAD 51/

Los centros de mercado de carne en Colombia no cuentan con un sistema

50/ Banco Ganadero (36).

51/ Esta sección se tomó de Bowser (11).

estricto ni uniforme para clasificar la carne. Sin embargo, existe un cierto control de la calidad en el mercado de exportación. Los ganaderos que desean exportar carne deben tener sus fincas aprobadas para la exportación. Los exportadores tienen ciertas exigencias en cuanto al tamaño y al peso del animal. PROCARNES, en Barranquilla, exige ganado de 500 a 520 kilogramos de peso. En Bogotá, el Matadero Guadalupe, no acepta ganado que pese más de 450 kilogramos y lo prefiere de 400 kilogramos. La inspección de la carcasa se hace en los mataderos mayores y menores, por ejemplo los de Medellín y Bogotá.

Las exportaciones previas de carne a países europeos no han sido cuidadosamente planeadas. No siempre se embarcó ganado en buenas condiciones de salud, lo cual ocasionó graves pérdidas a los exportadores cuando el ganado llegó a Europa en tan precarias condiciones, que se tuvo que dar a menor precio. Esta deficiencia ocasionó también que los compradores europeos no quisieran seguir importando más ganado de Colombia. Para tales efectos se dictó la Resolución 920 de 1968, la cual fué mencionada en sección anterior.

G COMPETENCIA EN EL PRECIO DE EXPORTACION 52/.

Los exportadores de carne de Colombia deben competir tanto en los mercados internacionales como en los domésticos. El precio de exportación debe estimular a los vendedores que ofrezcan su ganado para la exportación. Por lo tanto, la exportación está sujeta a la competencia de los precios

52/ Esta sección fué tomada de Bowser (11)

tanto interna como externamente. La carne refrigerada de la Argentina se vendía a 50 dólares menos por tonelada en Lima, que la carne colombiana en 1968.

El precio de exportación para la carne refrigerada en el Perú durante la mayor parte de 1968, fué aproximadamente 740 dólares por tonelada. Es decir, US \$0,74 por kilogramo. El costo de transporte aéreo de Bogotá a Lima, es de US \$0,20 sobre una base de espacio disponible. Esto representa un precio neto en Bogotá de US \$0,54 por kilogramo. Si el animal tiene un rendimiento de carne en canal de 50%, entonces el precio del animal vivo debería ser solamente US \$0,27 por kilogramo. Con los precios actuales, el mismo animal se hubiera podido vender domésticamente por \$5,50 o \$4,00 por kilogramo, lo cual representa de US \$0,27 a US \$0,30 por kilogramo. El exportador recibe un CAT de 15% adicional por encima de la cantidad del valor neto de exportación cuando él cambia los dólares en el Banco de la República. Esta cantidad adicional convierte el precio de exportación en aproximadamente US \$0,31 por kilogramo.

Por la carne congelada se obtiene mucho menos que por la carne refrigerada en el mercado internacional. El transporte marítimo para la carne congelada es mucho más barato que el transporte aéreo para la carne refrigerada, pero la diferencia de los costos de transporte no es lo suficientemente grande para mitigar la diferencia substancial de los precios entre la carne refrigerada y la congelada.

No se conocen aún los detalles de los precios de la carne procesada exportada a los Estados Unidos u otros mercados. Las cuotas de exportación también tendrán que ser negociadas cuando la organización del mercado esté lista para la operación. PROCARNES, en Barranquilla, está equipada

y lista para la exportación de carne procesada y precocida

H POSIBILIDADES DE EXPORTACION DE CARNES DE RES PARA COLOMBIA 53/.

Este renglón de exportación promete buenas perspectivas de exportación para Colombia a corto plazo. Para tal fin, contamos con factores positivos como localización geográfica favorable, áreas comparativamente abundantes aptas para ganadería, existencias ganaderas adecuadas con factibilidad para mejorar la productividad, conocimiento tradicional del manejo de ganado y por último la política de fomento impulsada por el gobierno nacional.

No obstante se contraponen algunos factores desfavorables como lo son los costos altos de producción, poca capacidad administrativa al nivel de empresa, mercadeo interno ineficiente que encarece el precio de la carne a cualquier clase de calidad, sanidad pecuaria inadecuada y ausencia de una política ganadera oficial sólida y definida.

53/ Comentarios sobre las conclusiones de Garcia (16)

BIBLIOGRAFIA

A LIBROS DEL TEXTO

- 1 Burdette, R F y J.C Abbott La Comercialización del Ganado y de la Carne FAO Gufa de Comercialización, No 3
- 2 Darrah, L.B. Food Marketing New York Ronald Press Company, 1967
3. Doll, John P , et al. Economies of Agricultural Production, Markets and Policy Homewood, Ill. Richard D Irwin, Inc , 1968
- 4 Ferguson, C E Microeconomic Theory Homewood, Ill Richard D Irwin, Inc , 1966
- 5 Friedman, Milton Price Theory Chicago Aldine, 1965
- 6 Kohls, Richard L Marketing of Agricultural Products New York The MacMillan Company, 1967
- 7 Moore, John R. y Richard G. Walsh Market Structure of the Agricultural Industries Ames, Iowa The Iowa State University Press, 1966
- 8 Piernavieja, Javier Curso de Mercadeo de Ganado y Carne, Parte Segunda Tecnología ILMA, Bogotá, 1969
9. U S. Department of Agriculture Agricultural Markets in Change Agricultural Economic Report No. 95, 1966

B. ESTUDIOS PARTICULARES

- 10 Bleidner, James La Situación Económica de la Ganadería ICA Curso Corto Sobre Ganado de Carne, Ibagué, 1969
- 11 Bowser, Max F Prerrequisitos y Potencial para la Exportación de Carne en Colombia en la Década de 1970 Bogotá ICA, Departamento de Economía Agrícola, Boletín No 1, 1969
- 12 Caja de Crédito Agrario, Industrial y Minero El Ganado Vacuno en Colombia Bogotá, Caja Agraria, 1971, p 88
- 13 Byrnes, Kerry J Sistemas de Información y Comunicación de Mercadeo en la Zona de Influencia de Cali Cali, PIMUR, 1969, p 101

- 14 FFDEGAN. Aspectos Tecnológicos, Económicos, Financieros e Institucionales de la Ganadería Colombiana, 1968
- 15 Fletcher, Lehman B y William C. Merrill. Latin American Agricultural Development and Policies Ames, Iowa Dept of Economics, Iowa State University, 1968
16. Garcia S. Alfredo Perspectivas de Colombia en el Mercado Internacional de Carne de Res Bogotá, Carbel, 1970, p 92.
- 17 González C Hugo Informe Técnico # 13 Beneficio y Distribución de Carnes de Res y Cerdo en la Ciudad de Cali Cali, PIMUR, 1969
- 18 ILMA La Agricultura Colombiana y la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio Bogotá, 1965
- 19 ILMA Los Organismos Estatales de Comercialización y el Desarrollo del Comercio de Productos Agrícolas entre los Países de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC) Bogotá, 1966.
- 20 ILMA Problemas del Abastecimiento de Productos Básicos Agrícolas en Colombia Bogotá, 1964.
- 21 Littman, Ernst-Ludwig Algunas Observaciones Económicas sobre el Mercado de Ganado de Carne en Colombia ILMA 66/5
- 22 Littman, Ernst-Ludwig. Comercialización del Ganado y de la Carne en la América Latina ILMA, Bogotá, 1966.
- 23 López, Tomás, et al. La Comercialización del Ganado y de la Carne en el Departamento del Valle (Tesis para optar el título de Economista Agrícola) Universidad del Valle, Cali.
24. Mullenax, Charles H. Present Status of Efforts to Improve Livestock Production in the Tropics CIAT, 1968
- 25 National Commission on Food Marketing Livestock and Meat Industry Technical Study No 1. Washington, D.C. U.S. Government Printing Office, 1966
- 26 Proyecto de Industria para el Beneficio de la Carne en Colombia Estudio preparado por Booz, Allen y Hamilton para Colombia, 1961
- 27 Riley, Harold M Beef Consumption in Colombia. Palmira Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Agronomía, 1962
- 28 Slater, Charles, et al Market Processes in the Recife Area of Northeast Brazil Michigan State University Latin American Studies Center, Research Report No 2

- 29 Tinnermeier, Ronald L New Land Settlement in the Eastern Lowlands of Colombia. Wisconsin Land Tenure Center, Report No. 13, 1964
- 30 Torres, Hugo, et.al Estudio sobre la Comercialización del Ganado y de la Carne en el Valle del Cauca Cali CIDE, Universidad del Valle, 1967
31. U.S. Department of Agriculture. The World Food Budget 1970. Washington, D C., 1964.
- 32 Wierer, Karl Economies of Improving Marketing Organization and Facilities to Accelerate Agricultural Development in Land Settlement Projects ILMA, 1967

C INFORMES ESTADISTICOS

33. AID A I D Economic Data Book-Latin America Washington, D C., 1968.
- 34 AID Latin America, Economic Growth Trends. Washington, D.C , 1967
- 35 Banco Ganadero. Informes y Balance 1968 Bogotá
- 36 Banco Ganadero. Informes y Balance de 1970 Bogotá,
37. Banco de la República. Revista del Banco de la República, varios meses.
38. Banco de la República. Síntesis estadística Colombia, 1971, Bogotá, 1971.
39. DANE XIII Censo Nacional de Población, 1964.
- 40 DANE Boletín Mensual de Estadística No. 233
41. DANE Encuesta Agropecuaria Nacional, 1967
42. DANE. Censo Agropecuario 1970-1971. Datos Preliminares. Bogotá, 1971
43. Long Term Forecasts of the Supply and Demand of Agricultural and Livestock Products in Venezuela. Caracas. Consejo de Bienestar Rural, 1964
- 44 Peru-Long Term Projections of Demand for and Supply of Selected Agricultural Commodities Through 1980 Lima Programa de Investigaciones para el Desarrollo, Universidad Agraria La Molina, 1969

- 45 Silva, María Elena Colombia, Estadísticas Agropecuarias,
1968
46. Tróchez, Carmén Helena Colombia, Estadísticas Agropecuarias
1966-1970 Cali, Universidad del Valle, S.F.
- 47 U.S. Department of Agriculture The Agricultural Situation in
the Western Hemisphere. ERS Foreign 261, 1969.
- 48 U.S. Department of Agriculture. Changes in Agricultural Pro-
duction and Technology in Colombia. Foreign 52, 1969.
- 49 U.S. Department of Agriculture Indices of Agricultural Pro-
duction for the Western Hemisphere. ERS Foreign 264, 1969.
50. U.S. Department of Agriculture. Livestock and Meat Statistics.
Statistical Bulletin No. 333, 1968