

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PAMPA
FACULTAD DE AGRONOMÍA**

**LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS AGROPECUARIOS**

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE CARNE
CAPRINA EN LA PROVINCIA DE LA PAMPA**

**Alumno: CANGAS, HUGO DANIEL
D.N.I.:20.049.995**

**Alumno: DOMINGUEZ, FABIAN E.
D.N.I.: 24.998.746**

Director: ING. AGR. DANIEL AGÜERO

JUNIO 2009

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PAMPA
FACULTAD DE AGRONOMIA
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS AGROPECUARIOS

CERTIFICADO DE APROBACIÓN

TITULO DEL TRABAJO FINAL

**CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE CARNE
CAPRINA EN LA PROVINCIA DE LA PAMPA**

**Autores: CANGAS, HUGO DANIEL
DOMINGUEZ, FABIÁN EDUARDO**

Director: ING. AGR. Ms. Sc. DANIEL AGÜERO

Aprobado y corregido de acuerdo con las sugerencias del Jurado

Evaluador

Fecha de Presentación: / /

Aprobado por Secretaría Académica: / /

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar queremos agradecer a nuestro director de tesis, Ing. Agr. Daniel A. Agüero por su disposición y dedicación.

No dejamos de agradecer a quienes desinteresadamente nos aportaron información importante para este trabajo: Dr. Daniel Iglesias, M. V. Ignacio Kotani, M. V. Patricio Dayenoff, Ing. Agr. Marcela Coto, M. V. Daniel Bedotti, productores y empresarios que forman parte de la Cadena de Comercialización de la carne caprina en La Pampa.

Reconocemos la importante colaboración para la concreción de la presente labor de los profesionales Ing. Agr. Norberto Zanotti, Lic. Maria Marta Melazzi, e integrantes del Instituto de Promoción Productiva de la provincia de La Pampa.

En particular, agradecemos el apoyo incondicional e insustituible de nuestra familia y amigos para el desarrollo de la tesis y de los estudios en general.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	4
1. INTRODUCCIÓN	5
2. ANTECEDENTES	6
3. OBJETIVOS	9
3.1. Generales	9
3.2. Específicos	9
4. MATERIALES Y MÉTODOS	10
5. RESULTADOS	19
5.1. Situación Mundial	19
5.2. Situación nacional	20
5.2.1. Política sectorial	20
5.2.2. Existencias.....	21
5.2.3. Faena	22
5.2.4. Exportaciones de carne fresca	25
5.2.5. Consumo.....	26
5.3. Situación provincial.....	27
5.3.1. El sistema productivo caprino pampeano: descripción y ubicación	27
5.3.2. Política sectorial	28
5.3.3. Existencias.....	32
5.3.3.1. Estimación de producción	34
5.3.4. Faena	36
5.3.5. Identificación, Caracterización y Funciones de los integrantes de la cadena	38
5.3.5.1. Producción.....	38
5.3.5.2. La industria del procesamiento	42
5.3.5.3. Distribución.....	46
5.3.6. Consumo.....	50
5.3.7. La Comercialización	52
5.3.7.1. Circuito formal	53
5.3.7.2. Circuito no formal	57
5.3.8. Costos de Transacción.....	58
5.3.9. Márgenes de Comercialización	60
5.3.10. Análisis F.O.D.A.	63
6. DISCUSIÓN	65
7. CONCLUSIONES	71
8. BIBLIOGRAFÍA	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Existencia Nacional	21.
Gráfico N° 2: Evolución de la faena Nacional	22.
Gráfico N° 3: Estacionalidad anual de la faena (promedio 2001-2008).....	23.
Gráfico N° 4: Distribución de la faena por provincia.....	24
Gráfico N° 5: Exportaciones de carne fresca (Cantidades y valores)	25.
Gráfico N° 6: Destino de las exportaciones de carne fresca	26.
Gráfico N° 7: Existencias caprinas	33.
Gráfico N° 8: Faena Caprina Provincial	37.
Gráfico N° 9: Porcentaje de EAP`s según su extensión	40.
Gráfico N° 10: Cantidad de EAP`s según cantidad de animales	40.
Gráfico N° 11: Faena registrada por la principal planta faenadora de la provincia por cierre de ejercicio	43.
Gráfico N° 12: Faena Matadero Municipal de Santa Rosa	45.
Gráfico N° 13: Distribución porcentual de carnicerías por departamento	47.
Gráfico N° 14: Consumidores de carne fresca	50.
Gráfico N° 15: Lugar de compra de carne fresca	51.
Gráfico N° 16: Motivo de no consumo	52.
Gráfico N° 17: Los circuitos de comercialización de carne caprina en La Pampa...	58.

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Cantidad de cabezas por categoría.....	35.
Cuadro N° 2: Índices productivos	35.
Cuadro N° 3: Porcentaje faena/producción	38.
Cuadro N° 4: Capacidad de faena y almacenamiento	45.
Cuadro N° 5: Margen Bruto de Comercialización	61.
Cuadro N° 6: Participación en el precio final	62.

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa N° 1: Regiones agroecológicas	28.
Mapa N° 2: Existencia caprina por departamento	34.
Mapa N° 3: Ubicación geográfica de los frigoríficos habilitados	36.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Etiqueta con datos de faena	54.
--	-----

RESUMEN

El objetivo del trabajo consistió en caracterizar la cadena caprina en la provincia de La Pampa

La baja articulación existente en el mercado formal, la desigual distribución del valor generado en la cadena y la existencia de un importante mercado no formal determinan un bajo desempeño de la misma por lo que son necesarias políticas concernientes a revertir la situación.

También se destaca la presencia de una importante demanda potencial no satisfecha que debe ser el eje sobre el que se desarrolle una estrategia comercial adecuada.

Mediante el análisis FODA se pudo observar que la cadena caprina posee un importante potencial de desarrollo, y en el diseño de políticas sectoriales es necesaria la participación tanto del sector público como privado para lograr un desempeño eficiente que permita aprovechar las oportunidades existentes en el mercado cárnico provincial y nacional.

Palabras claves: Cadena Caprina, Articulación, Consumo, Desempeño, La Pampa.

1. INTRODUCCIÓN

La producción caprina ha estado presente en la civilización humana desde hace más de 10.000 años acompañando las necesidades de alimentación y vestido.

Actualmente las mayores existencias de ganado caprino se localizan en países con alto índice de pobreza, y su principal destino es el autoconsumo y la venta doméstica (Bedotti, 2000).

El mercado de carne caprina a nivel nacional presenta poco desarrollo. La utilización de esta especie y el consumo de su carne, leche y derivados están altamente relacionados con la herencia cultural de las regiones. Su demanda de carne se concentra particularmente en ocasiones especiales como Navidad, Pascua y otras festividades religiosas (SAGPyA, 2001).

Los sistemas de producción son extensivos y no se han desarrollado explotaciones intensivas a escala comercial (SAGPyA, 2001).

La existencia total de caprinos en el país es de 4.061.402 cabezas. La provincia de La Pampa cuenta con un stock de 141.253 cabezas que representan el 3,5% del país (INDEC, 2002).

A nivel país se observa un incremento de cabezas del 9,5% respecto a los valores obtenidos en el censo del año 1988 y del 16,4% comparado con lo registrado por la Encuesta Nacional Agropecuaria del año 2000.

La provincia de La Pampa no es ajena a las características productivas y comerciales observadas en el resto del país. La producción está en manos de pequeños productores, principalmente como sustento familiar, coincidiendo con la zona marginal de la provincia, además de proveer carne para consumo a campo, cabrito para mercado interno y quesos artesanales (Pallero, 2005).

El 95% del stock provincial se halla en la zona denominada “jarillal”, que comprende en el oeste de la provincia, los departamentos Chical-Co, Chalileo, Puelen, Limay Mahuida y Curaco. Las principales actividades económicas que se desarrollan en esta región son la ganadería extensiva de bovinos, caprinos y ovinos, sumando la actividad artesanal (Pallero, 2005).

Se puede observar que si bien la oferta y la demanda del producto carne caprina se encuentran presentes en la provincia, el estudio de esta cadena permitirá comprender como se desarrolla cada uno de los eslabones de la misma, la forma en que se articulan, como así también identificar la existencia de un mercado potencial para este producto. En consecuencia este trabajo servirá como aporte para el desarrollo de la producción, procesamiento y comercialización de este producto, con el fin de promover esta actividad como una alternativa válida en el mercado cárnico provincial, lograr avances para la mejora de los canales de venta formales y propender al desarrollo de las zonas marginales de la provincia que cuentan con esta actividad como importante sustento de su dinamismo económico.

2. ANTECEDENTES

Dentro de los productos de excelencia de nuestro país, los cárnicos se posicionan en los más altos niveles mundiales. La aptitud de las tierras y el know how adquirido por décadas se constituyen como ventajas importantes para consolidarse y crecer como país proveedor de estos productos.

Sería importante en virtud de lo expresado, poder identificar las producciones no tradicionales que incorporen productos de consumo estacional, a la dieta habitual de los

consumidores. Dentro de éstos, la carne caprina se presenta como una alternativa válida por sus características dietéticas e hipocalóricas (SAGPyA, 2001).

El escaso desarrollo de los mercados se plantea como uno de los principales cuellos de botella para la evolución de las economías regionales, no alcanzando en la actualidad, los umbrales mínimos para garantizar un ingreso que permita acumulación de capital y la subsistencia del grupo familiar (Peretti, 1999).

Al respecto, a fin de promover la actividad algunos países como Australia han estudiado la demanda de carne de cabra con relación al comportamiento de este nicho de consumidores ocasionales, logrando incorporar el producto a la dieta diaria (SAGPyA, 2001).

La República Federativa del Brasil es el principal productor del Mercosur, con un rebaño de 12,5 millones de cabezas: cuarenta mil se destinan a la producción de leche y el resto para carne. El 97 % de las existencias se localiza en la región nordeste en explotaciones de bajos recursos económicos y tecnológicos. Con la apertura de rutas de acceso y la mejora en los sistemas de comunicación, muchos productores de carne vacuna de la región con cierto grado de profesionalización al no poder competir con los de otras zonas, se volcaron a la actividad caprina y ovina. Como resultado, la caprinocultura se convirtió en el principal rubro de varios establecimientos que al incorporar técnicas de producción adecuadas lograron mayor rentabilidad que con la ganadería vacuna (SAGPyA, 2001).

En Argentina el mercado de carne caprina presenta poco desarrollo, particularidad relacionada con la cultura de las regiones. La comercialización se basa en el tradicional cabrito, el cual es un animal mamón de 10 a 12 kilos de peso vivo de entre 45 y 120 días de edad y con un rendimiento al gancho del 50 % aproximadamente. Los picos de comercialización se concentran en invierno (julio y agosto) y en las fiestas de fin de año

(noviembre y diciembre). De consumo ocasional, el producto se distribuye en restaurantes y hoteles principalmente en zonas turísticas y en menor medida en carnicerías y supermercados (Alimentos Argentinos, 2001).

Según un trabajo realizado sobre la caracterización del consumidor de carne fresca caprina en la ciudad de Río Cuarto, provincia de Córdoba, el consumo de cabritos es fundamentalmente ocasional asociado a festejos de fin de año y/o reuniones esporádicas. El 76% de los encuestados, consume en forma ocasional algunas veces por año; el resto lo hace con una mayor frecuencia. Se destaca que la mayor parte de los consumidores adquiere este producto a campo (68%) o en carnicerías no especializadas (18 %) (Agüero et al., 2006).

La comercialización de carne caprina en Argentina posee características propias y complejas, como es el hecho de no tener una tipificación ni un mercado concentrador de referencia para este producto. El cabrito se vende “en pie” en el establecimiento productor donde llegan los compradores que generalmente son enviados por los propios frigoríficos. El precio se establece para todo el lote de acuerdo a la cantidad de cabritos, edad y estado de gordura entre otras cosas (AACREA, 2005).

En general, la producción de carne de caprinos no está tecnificada y es ineficiente. Esto condice con el nivel socio cultural de los productores que reciben en la mayoría de los casos una baja remuneración por la venta de los animales y los márgenes de comercialización más elevados se dan a nivel de acopiador y/o frigorífico y restaurante. El asociativismo de pequeños productores es clave para encarar cualquier proyecto de integración vertical con éxito (Ucke et al., 1994).

En este contexto la provincia de La Pampa no es la excepción, pero hacia el oeste de la misma el caprino desempeña un importante rol en la generación de auto empleo y retención de la población rural, evidenciado por que más del 90% de los productores viven

en el campo. Por lo general la mujer es la que lleva adelante la cría de los cabritos y el cuidado de las cabras, por esta razón se dice que la actividad es matriarcal (Bedotti, 2000).

La figura del frigorífico dentro de la cadena es muy importante ya que concentra la compra y faena de animales. Con frecuencia también se transforma en distribuidor y actuando como tal, provee a las carnicerías, supermercados y restaurantes. Estos últimos compran ocasionalmente al carnicero minorista. Los supermercados canalizan un bajo volumen de carnes caprinas debido a que los mismos no han encarado aún el manejo de esta mercadería (Molas Pequis y Rivero, 2006).

3. OBJETIVOS

3.1. Generales

- Caracterizar la cadena agroalimentaria de la carne caprina en la provincia de La Pampa.

3.2. Específicos

- Identificar a los integrantes de cada eslabón de la cadena.
- Establecer los principales canales comerciales de este producto.
- Caracterizar el tipo de articulación predominante entre los actores de la cadena.
- Identificar los costos de transacción.
- Determinar el margen de comercialización para cada eslabón y para la cadena en general.

- Realizar un análisis FODA que permita establecer estrategias de competitividad.

4. MATERIALES Y MÉTODOS

El área de estudio es la provincia de La Pampa. Se seleccionaron fuentes de información primaria y secundaria y entre estas últimas se destacan: publicaciones, informes, revistas de alcance provincial, nacional e internacional de índole pública o privada.

La información de naturaleza primaria se obtuvo mediante una serie de herramientas como entrevistas y encuestas a distintos actores calificados que participan en el sector.

En lo referente a la demanda final, y a los fines de un mejor aprovechamiento de los resultados alcanzados por proyectos de investigación, es que este estudio se enmarca en el proyecto “ESTUDIO DE LA DEMANDA DE CARNES EN LA PROVINCIA DE LA PAMPA”, por lo que esta propuesta utilizó la base obtenida del mencionado proyecto el cual comprendió las siguientes ciudades a saber: Santa Rosa, General Acha, G. Pico, Realicó y E. Castex. La pertinencia del área definida radica en que la misma comprende el 60% de la población provincial, con ciudades altamente pobladas como Santa Rosa con 94.758 habitantes y otras de menor cuantía como Realicó con 7.151 (INDEC, 2002).

Para el relevamiento de los consumidores se seleccionaron criterios generales objetivos (variables demográficas y socioeconómicas como edad, ingresos, nivel de escolaridad) y criterios específicos de tipo objetivos como los de comportamiento (hábitos de compra y consumo), y aquellos subjetivos como los motivacionales y actitudinales (beneficios, preferencias, etc.).

El estudio de la dinámica de una cadena, definida territorial y temporalmente, combina aspectos cuantitativos y cualitativos. Para la caracterización de la cadena de carne caprina de la región, siguiendo las propuestas de Briz y De Felipe (1998), y de Gutman y Reca (1998) se identificaron y seleccionaron una serie de etapas interrelacionadas:

- Identificar las diversas etapas productivas y de circulación de los productos finales de la CAA provincial.
- Caracterizar en el entorno el conjunto de factores que influyen en el funcionamiento de la CAA, como políticas agrarias, económicas y comerciales.
- Estudiar las características de las relaciones y articulaciones entre agentes y etapas.
- Analizar la estructura de los mercados: oferta, canales y márgenes de comercialización; y, a nivel de demanda, caracterizar el perfil de los consumidores actuales y potenciales.

Según Gorestein y Gutman (2002) “aún en sistemas productivos sustentados en recursos naturales y en consecuencia, con fuertes determinaciones territoriales como es el caso de las CAA, las dinámicas económicas globales/sectoriales se imponen a las lógicas de acumulación locales”. La comprensión de estos fenómenos exige de aproximaciones metodológicas sistémicas que permitan entender las articulaciones y contradicciones entre las lógicas sectoriales y territoriales presentes en las mismas.

Para la caracterización de las concatenaciones existentes en la actividad caprina de la Provincia de La Pampa, se adoptó el enfoque de Cadena Agroalimentaria considerando todas las etapas desde producción hasta consumo.

El término “Cadena Agroalimentaria” abarca el “continuum” de procesos económicos vinculados a los alimentos, que se inician en la explotación agropecuaria y culminan en el consumo (Obschatko, 1997).

El enfoque de cadena agroalimentaria se basa en la teoría de sistemas. El concepto de subsistema se articula con el concepto más amplio de sistema económico. Este último denota el espacio económico nacional o mundial en el que se verifican las relaciones generales de acumulación, el resultado conjunto de la actividad económica que refleja el funcionamiento del sistema global. Un subsistema, por el contrario, es un recorte analítico particular del espacio económico, un sub-espacio de producción y circulación el que, asentado en relaciones técnicas de producción que conforman eslabones dentro de cadenas productivas, posibilita el desarrollo de relaciones directas de acumulación que producen y reproducen poderes económicos asimétricos entre las empresas intervinientes. A través de este concepto se tratan de vincular los procesos de transformación material (procesos técnicos) con los procesos económicos. Dentro del subsistema, las *cadena alimentarias* son la expresión/descripción de las concatenaciones técnicas que existen entre las diversas etapas productivas y de circulación que requiere la producción de alimentos. Engloban tanto las etapas productivas propiamente dichas como las de circulación material de los bienes. Estas últimas son necesarias para el desplazamiento de los productos de una etapa productiva a otra, así como para su salida del sistema productivo. Según los casos, las mismas pueden incluir: acopio, almacenamiento, transporte, canales de comercialización, distribución mayorista y minorista (Gutman y Reza, 1998).

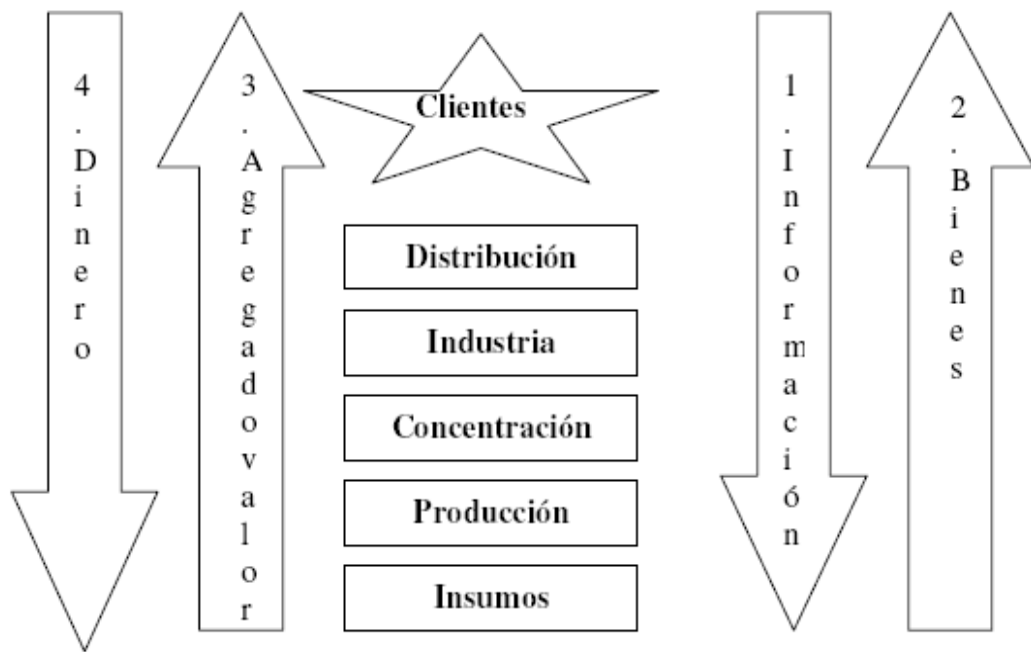
También se podría agregar que este enfoque tiene cierta complementariedad con el análisis de “cadena de valor” utilizado por Porter y otros para estudiar los factores determinantes de la competitividad de una rama agroindustrial.

El enfoque de cadena agroalimentarias tiene ventajas para el análisis de sistemas agroalimentarios, entre las que se pueden mencionar:

- Visión amplia de problemas y manejo más completo de la información.
- Facilita identificar puntos críticos o cuellos de botella, así como alternativas de solución y estrategias de intervención efectivas y de mayor impacto.
- Facilita la búsqueda de alianzas entre los diferentes actores o grupos de interés para el logro de sinergias.

Con respecto al objeto del estudio de cadenas agroalimentarias, se puede precisar que pueden ser de tipo descriptivos o analíticos y apuntan a facilitar las decisiones de empresarios, sujetos sectoriales o políticos. Ponen el acento en el consumidor, en la forma que se desarrolla el agregado de valor, los flujos que recorren la cadena y los mecanismos de coordinación de la misma, lo que significa llegar a conocer las interrelaciones existentes entre la producción primaria y los consumidores, cuales son los factores que afectan la competitividad y los problemas tecnológicos en los distintos niveles (Brieva et al. 1998).

El esquema siguiente muestra el desarrollo de una cadena y cuales son los flujos que la recorren:



- 1- El consumidor (cliente) da origen a un flujo de información. Esta información guía a la producción sobre los requerimientos a atender.
- 2- La respuesta a esa corriente de información es el flujo de bienes y/o servicios para atender esas necesidades.
- 3- El flujo de bienes/servicios va acompañado de creación de valor. Cada etapa agrega valor al producto que será cubierto por el cliente.
- 4- Desde el consumidor al productor se generará un flujo de dinero en contraprestación al agregado de valor de cada una de las etapas.

En la primera etapa del estudio de esta cadena se pretende identificar y caracterizar los principales agentes intervinientes: (Productores; Frigoríficos; Supermercados y carnicerías), así como otros agentes (placeros, transporte, proveedores de insumos), además de identificar los circuitos formales y no formales de comercialización.

Esta etapa se llevó a cabo mediante la revisión de información secundaria ya existente a escala nacional, provincial y regional complementada con entrevistas realizadas a informantes calificados.

Posteriormente se realizó un análisis FODA de la CAA en estudio. La metodología FODA descrita por Learned et al. (1969) aplicable tanto a nivel de unidad de negocios, como a nivel sectorial, constituye una herramienta para la generación de estrategias alternativas a partir de un análisis de situación.

El análisis FODA clasifica los aspectos internos de la cadena en fortalezas y debilidades y, la situación externa en oportunidades y amenazas. Las fortalezas pueden servir como fundamento para construir ventajas competitivas, y las debilidades pueden dificultar dicha construcción. De este modo pueden establecerse estrategias que permitan potenciar las fortalezas de la cadena, corregir debilidades, capitalizar las oportunidades y reducir el impacto de potenciales amenazas.

La evaluación de la situación interna y externa de las cadenas puede producir gran cantidad de información, mucha de la cual puede no ser relevante. El análisis FODA sirve como un filtro para reducir la información a un número limitado de aspectos clave.

Con respecto a los costos de transacción se utilizó la metodología planteada por Hobbs (1996).

La teoría económica neoclásica se basa en que los precios que resultan de las transacciones en los mercados reflejan las preferencias de los consumidores y orientan a los productores en como invertir los recursos productivos. La coordinación en los mercados se realiza a través de estos y el mecanismo que lo hace posible son los precios.

Sin embargo, los supuestos en los que se basa la teoría económica neoclásica no son exactamente las condiciones en las cuales se desenvuelven los mercados en la realidad. Debido a estos problemas que la teoría neoclásica no ha tomado en cuenta suficientemente,

han surgido nuevas teorías complementarias que tratan de tomar en cuenta estas dificultades. Una de estas, es la teoría económica neoinstitucional, que si bien mantiene algunos de los supuestos de la teoría económica neoclásica, modifica algunos como que la información es perfecta e introduce los costos de las transacciones como factor relevante en la organización económica (Rossini y Depetris, 2004).

Los costos de las transacciones son más que los costos asociados con la compra y transporte del ganado que se destina a faena. Al contrario, los costos de las transacciones abarcan todos los aspectos de las relaciones comerciales entre compradores y vendedores en la cadena de comercialización de carne. En términos más amplios, el "Costo Directo", ex ante y ex post, surgido como consecuencia de la realización de una operación comercial. (Silva, 2003).

Hobbs (1996; 1997) clasifica estos costos en tres categorías principales: de información, de negociación y de monitoreo.

a) Costos de información: Surgen principalmente antes de llevar a cabo las transacciones (ex-ante). Los agentes económicos enfrentan costos en la búsqueda de información con respecto a los productos, precios, insumos, posibles compradores y vendedores.

b) Costos de negociación: Surgen por el acto físico de la negociación y son influenciados por la forma en la cual las transacciones son llevadas a cabo. Por ejemplo, el costo de oportunidad del tiempo que lleva a los encargados de comprar hacienda en los frigoríficos en localizar los posibles lotes de animales para faena, es un costo de negociación. Este costo puede ser alto para las compras directas a productores individuales, pero más bajo si la compra es efectuada en un remate feria cuando muchos vendedores están presentes en un determinado momento.

c) Costos de monitorear: Hacer cumplir lo que se ha pactado en una transacción surgen después de llevada a cabo esta. Puede ser necesario controlar la calidad del bien negociado, o como se comportan las partes para asegurar que los términos del acuerdo de la transacción sean cumplidos. También entran en esta categoría de costos aquellos en que se incurre cuando el contrato, ya sea escrito o de palabra, es roto por una de las partes y se busca alguna restitución.

Para determinar el margen de comercialización se realizaron entrevistas personalizadas a diferentes actores de la cadena. Los informantes fueron el frigorífico de Santa Isabel, productores pecuarios, técnicos del ministerio de la producción de la provincia de La Pampa y propietarios de comercios minoristas de la ciudad de Santa Rosa. Entre estos se consultaron carnicerías, supermercados, parrillas, restaurantes y casas de comidas¹.

Como margen de comercialización se denomina a la diferencia entre el precio que paga el consumidor y el precio que recibe el productor. Como los integrantes de la cadena comercial incurren en pérdidas y en el aprovechamiento de subproductos, se puede decir que se trata de margen bruto de comercialización (MBC). Este monto incluye la retribución a todos los sujetos que intervienen en el proceso comercial y puede ser diferente para un mismo bien dependiendo del canal utilizado.

El análisis permite evaluar el grado de eficiencia del sistema comercial desde el punto de vista del bien común. Se habla de eficiente asignación cuando:

- El productor logre ingresos que le permitan obtener una rentabilidad adecuada que garantice la continuidad de su empresa; y cuando

¹ Se agrupa bajo esta denominación a locales de venta de comida para llevar (rotiserías y braserías).

- El consumidor final pague precios adecuados que le permitan acrecentar el consumo en la medida que lo desea y necesite.

Además, la eficiencia, reclamada a los canales comerciales, depende, entre otros factores, de:

1. La estructura de los mercados económicos y la conducta de sus participantes.
2. La transparencia en la formación de los precios.
3. Los mecanismos de regulación existentes.
4. El marco jurídico en que se realizan las transacciones.
5. Las características físicas del territorio donde se comercializa el producto.

En ese sentido, debe tomarse en cuenta que cada empresario, por la naturaleza de sus objetivos en un sistema capitalista, busca apropiarse de una porción mayor del precio final que paga el consumidor, en pos de la maximización de sus ingresos (Balestri y Saravia, 2005).

El MBC se determinó de acuerdo a la metodología planteada por Espinosa Ortiz, V. et al (2002).

$$\text{MBC} = \frac{\text{Pp x consumidor} - \text{Pp al productor}}{\text{Pp x consumidor}} \times 100$$

5. RESULTADOS

5.1. Situación Mundial

Las existencias caprinas en el mundo son de alrededor de 816 millones de cabezas, las que se concentran principalmente en países con altos índices de pobreza, constituyéndose el autoconsumo y la venta doméstica en su destino principal.

China es el país con mayores existencias caprinas con un total de 196 millones de cabezas, le siguen India (120 millones de cabezas), Pakistán (57 millones de cabezas), Sudán (42 millones de cabezas) y Bangla Desh (35 millones de cabezas). (FAO, 2005).

La producción de carne caprina a nivel mundial asciende a aproximadamente 4,2 millones de toneladas, marcando una tasa de crecimiento anual del orden del 10% y sólo el 44% de las existencias se faena (AACREA, 2005).

El porcentaje de participación de Argentina en la producción mundial de carne es del 1,7%, siendo los principales productores a nivel mundial son China (39%), seguido por India (11%), Pakistán (8%), Sudán (5%), Irán (3%), Bangla Desh (3%) y Nigeria (3%), entre otros. A nivel regional, Brasil resulta el principal productor y en la actualidad está orientado a la faena de cabritos de unos 30 Kg. vivo, en un plazo de entre cuatro y seis meses vida. (SAGPYA. Revista Alimentos Argentinos, 2000).

Los principales importadores a nivel internacional son EEUU (31%), Italia (14%), Arabia Saudita (5,9%) y China (5%). En el año 2005, el nivel de importación mundial ascendió a un total de 115 millones de dólares. En cuanto a las exportaciones, sólo se comercializa el 0,7% del total de carne producida alcanzando los 119 millones de dólares, destacándose la participación de países tales como Australia (45%), Francia (22%) y Pakistán (9%). Es de mencionar el alto grado de concentración de la oferta en comparación a la demanda mundial (AACREA, 2005).

5.2. Situación nacional

5.2.1. Política sectorial

Con el propósito de alentar la recuperación, fomento y el desarrollo de la actividad caprina se promulgó la ley nacional N° 26141 en el mes de septiembre de 2006.

La misma está destinada a lograr la adecuación y modernización de los sistemas productivos basados en el aprovechamiento del ganado caprino, en un marco sostenible en el tiempo y que permita mantener, desarrollar e incrementar las fuentes de trabajo y la radicación de la población rural tendiendo a una mejor calidad de vida.

Esta ley comprende el aprovechamiento de la hacienda caprina que tenga el objetivo final de lograr una producción con vistas a su autoconsumo y/o comercialización, tanto a nivel nacional como de exportación, ya sea de animales en pie, carne, cuero, fibra, leche, semen y embriones y otros productos y/o subproductos derivados, en forma primaria o industrializada, y que se realice en cualquier parte del territorio nacional, en condiciones agroecológicas adecuadas.

Desde el día 29 de mayo de 2008, con la aprobación del Manual Operativo por disposición de la Res. 376/2008 de la SAGPyA se pone en marcha la mencionada ley. Esta norma prevé aportes reintegrables y no reintegrables por 12 millones de pesos anuales que beneficiarán a más de 50.000 pequeños productores caprinos en todo el país.

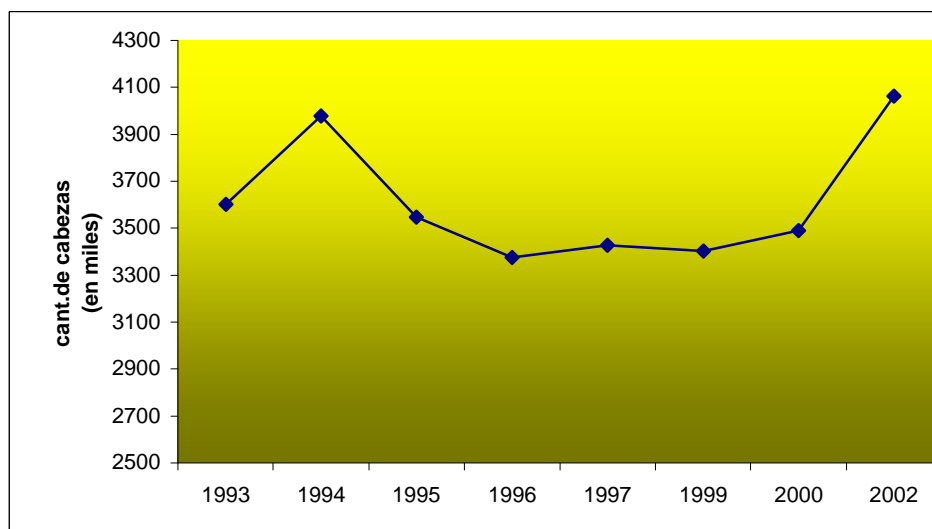
La aprobación del Manual Operativo da sustento a la finalidad económico-social, destinada a capacitación, asistencia técnica, fomento y apoyo al asociativismo, mejoramiento de la infraestructura de producción y transformación de productos primarios derivados de la actividad. De esta forma se integran todos los actores de la cadena de valor.

5.2.2. Existencias

Los datos del Censo Nacional Agropecuario del 2002 indican que el total de existencias caprinas del país es de 4.061.402 cabezas, cifra superior en un 9,5% a los valores obtenidos en el Censo Nacional Agropecuario del año 1988.

La provincia con mayor número de animales es Santiago del Estero con el 17,4% del total, le sigue Neuquén con el 16,7% y Mendoza con el 16,6%. (SAGPyA, 2007).

Gráfico N° 1: Existencia Nacional



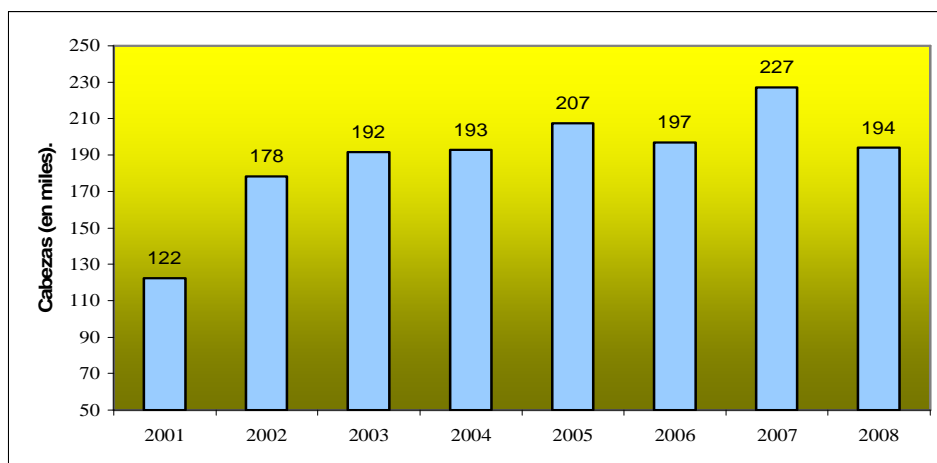
Fuente: INDEC-CNA-ENA (1993-97, 1999-2000) CNA 2002

Según información aportada por el Dr. Vet. Patricio M. Dayenoff (INTA Rama Caída, Mza.), la información aportada por el censo subestima el verdadero stock, en virtud de que algunos productores se encuentran en zonas de difícil acceso y otros porque están ubicados en áreas donde los encuestadores no acceden. A su vez, en muchas ocasiones, los productores por temor al registro con destino a aspectos impositivos, declaran menos de lo que tienen; y esto dificulta conocer el stock nacional real con mayor exactitud.

5.2.3. Faena

La faena caprina registrada durante el periodo 2001-2008 según datos de la ONCCA, muestra un aumento considerable. Del año 2001 al 2002 creció en un 45%, y desde allí hasta el año 2005 continuó creciendo aunque a una tasa menor. El año 2006 muestra un pequeño descenso que se acentúa en el año 2008 con una disminución respecto del año anterior del 14,5%. De esta manera en el período analizado (2001-2008) se obtuvo un crecimiento global del 58,5%. Es de destacar que estas cifras no incluyen aquellas cabezas faenadas con destino al autoconsumo y/o venta directa productor-consumidor.

Gráfico N° 2: Evolución de la faena Nacional.

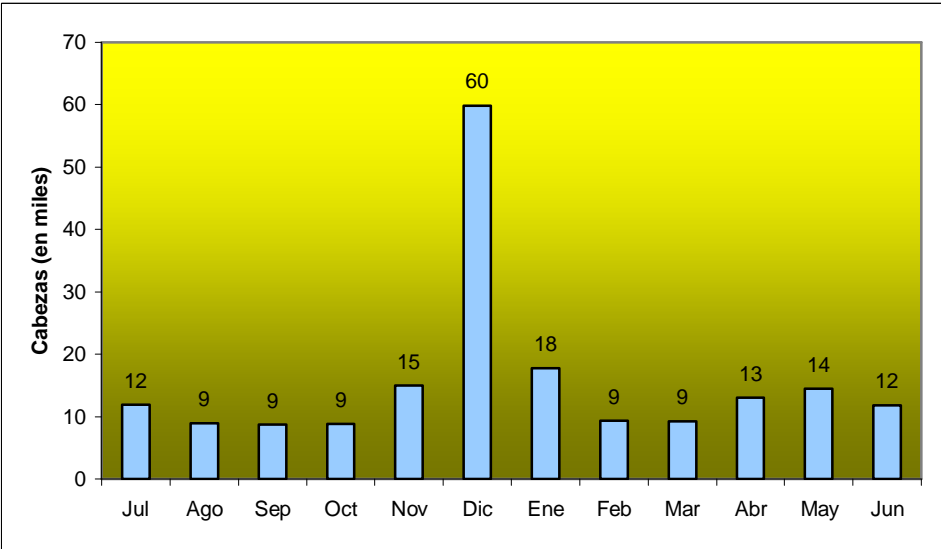


Fuente: Elaboración propia en base a datos de ONCCA.

En lo que se refiere a la distribución mensual de la faena, la información muestra que un elevado número de cabezas faenadas se concentra en el mes de diciembre. Esto se debe a que los sistemas de producción son netamente extensivos, a base de forraje natural y la producción es de tipo estacional con una gran parición en primavera-verano y otra menor durante el invierno. Consecuentemente la faena se concentra principalmente entre los meses de noviembre y enero con un pico máximo en diciembre. Esta distribución

en la faena coincide con la mayor demanda de cabrito que se produce debido a las fiestas de fin de año (AACREA, 2005).

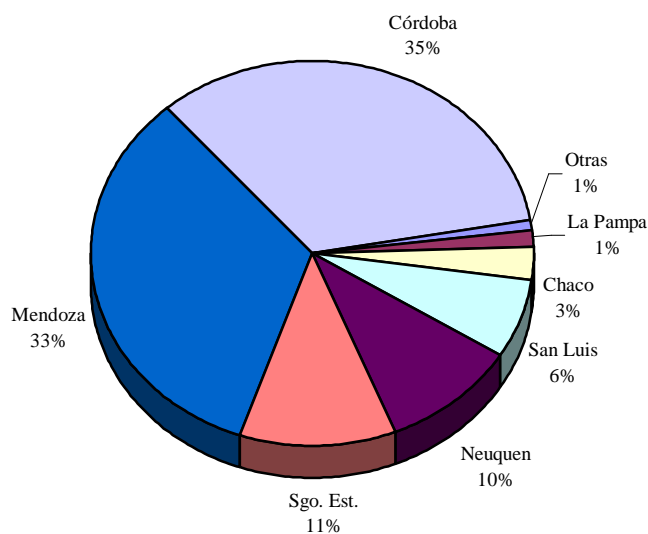
Gráfico N° 3: Estacionalidad anual de la faena (promedio 2001-2008)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de ONCCA.

En cuanto a la distribución por provincias se observa que Córdoba y Mendoza faenan el mayor volumen con el 35% y el 33% respectivamente, seguidas en orden de importancia por Santiago del Estero, Neuquén, San Luís, Chaco y La Pampa.

Gráfico N° 4: Distribución de la faena por provincia.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de ONCCA.

En el año 2007² se registró faena en 27 establecimientos fiscalizados por la Oficina Nacional de Control Comercial Agropecuario. De estos la mayor cantidad se encuentran en las provincias de Neuquén, que cuenta con seis plantas faenadoras, Córdoba con cinco y Mendoza con cuatro. Del análisis de estos datos se establece que las provincias que más faenan son las que tienen más plantas faenadoras, a excepción de Santiago del Estero que con un solo frigorífico ostenta el 11% de la faena nacional. Además es la provincia con mayores existencias, por lo que se puede inferir que tiene un alto porcentaje de producción que es faenada de manera no formal y/o en otras provincias.

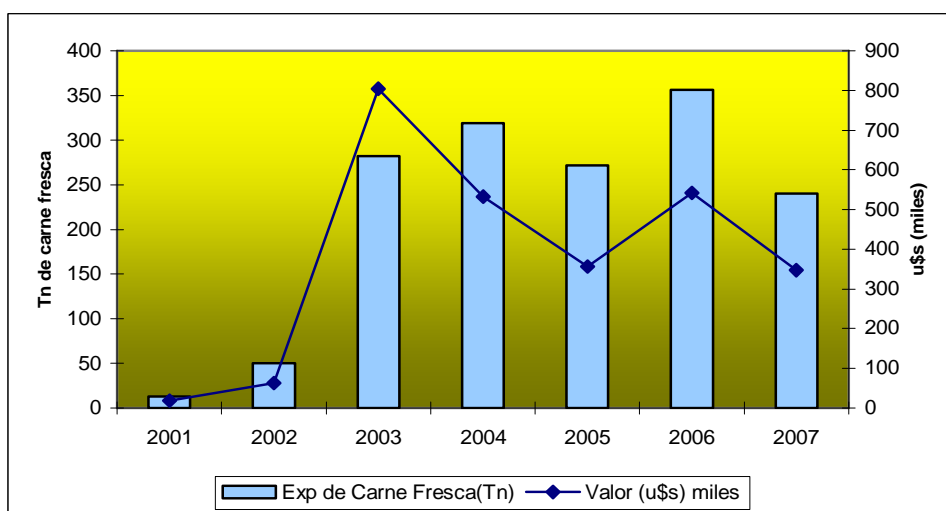
La faena registrada por el ONCCA indica que sólo el 4,8% del total de cabezas se faena. Sin embargo, este dato no incluye la faena doméstica realizada por los productores para autoconsumo y venta directa. Este bajo porcentaje de faena registrada refleja el importante mercado no formal existente.

² Se consigna la información del año 2007 por no disponer hasta la fecha de presentación de los datos anuales del 2008 emitidos por la ONCCA.

5.2.4. Exportaciones de carne fresca

Durante el año 2007 se exportaron un total de 240 toneladas de carne fresca caprina por un valor de U\$S 348.000, este volumen resulta inferior en 32,6% al compararlo con el volumen del año anterior, mientras que en valor es inferior en 35,8%, teniendo en cuenta que el valor de las exportaciones a España no ha sido informado.

Gráfico N° 5: Exportaciones de carne fresca (Cantidades y valores).

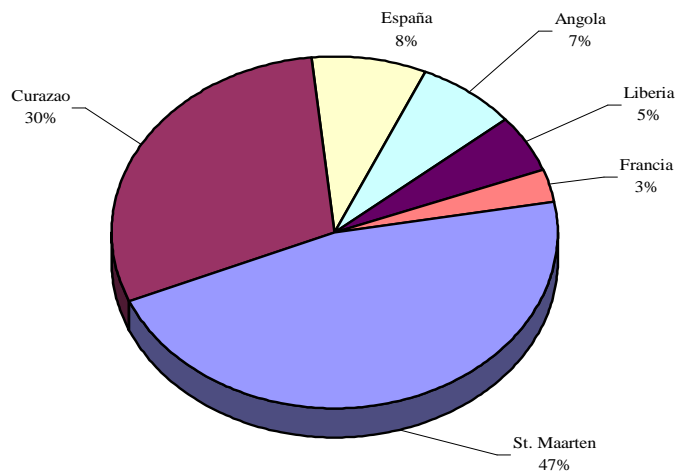


Fuente: Elaboración propia en base a datos de SAGPyA.

En base a ello se estima que la tonelada de carnes frescas se exportó por un valor promedio de U\$S 1.45 cifra 4% superior al valor alcanzado durante el 2006.

Los principales destinos de dichas exportaciones fueron St. Marteen con el 46% del total, siguiéndole Curazao con el 30%, y España con el 8%. También se registraron exportaciones a Angola, Liberia y Francia.

Gráfico N° 6: Destino de las exportaciones de carne fresca.



Fuente: Elaborado por la Dirección de Ganadería de La Nación en base a datos de SENASA.

El rubro “carne sin hueso” lidera las exportaciones con un volumen total de 95 toneladas y un valor de U\$S 137.000. En base a ello se estima que el precio alcanzado fue de 1.442 dólares la tonelada (SAGPyA, 2007).

5.2.5. Consumo

El consumo anual estimado de carne fresca es de 350gramos / habitante / año (130 gramos de cabritos y 220 gramos de carne cabra). Los centros turísticos, restaurantes y fiestas de fin de año son los principales motivos y lugares de consumo de carne. (UIA, 2007).

5.3. Situación provincial

5.3.1. El sistema productivo caprino pampeano: descripción y ubicación

En la provincia de La Pampa se destacan tres regiones ecológicas según las características agroclimáticas de cada una.

Región de la estepa: El noreste de la provincia hasta la isohieta de los 600 mm comprendiendo los departamentos Chapaleufú, Maracó, Quemú- Quemú, Realicó, Trenel, Catriló, Atreucó, Capital, Rancul, Conhelo, Guatraché y Hucal se caracteriza por sistemas productivos mixtos (agrícolas ganaderos), en los que predominan cultivos de cosecha fina (trigo, avena, cebada) y de cosecha gruesa (girasol, maíz, soja). La actividad ganadera es en su mayoría bovina predominando los sistemas de invernada, conviviendo con sistemas de ciclo completo a medida que avanzamos hacia el oeste y sudoeste.

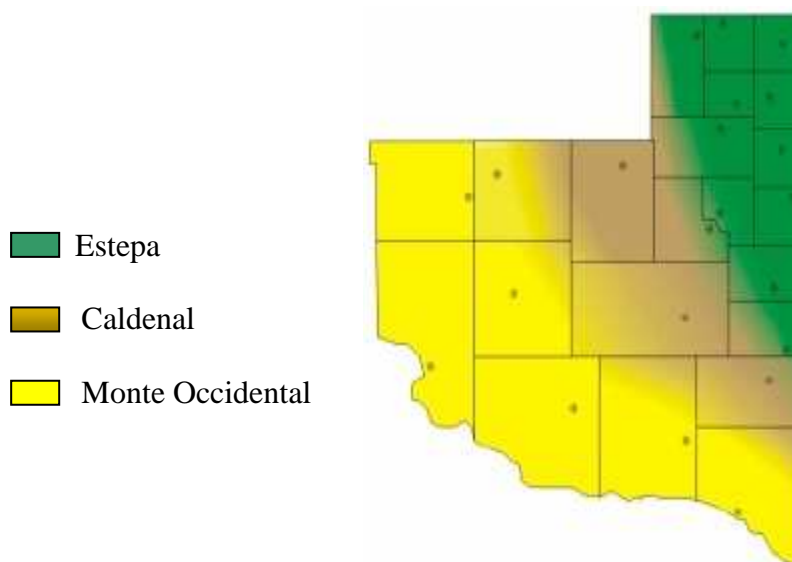
Región del Caldenal: Abarca un abanico que rodea la Estepa y la integran los Departamentos de Toay, Loventué, Utracán, Lihuel Calel y Caleu-Caleu. El porcentaje de bosque es determinante en el tipo de ganadería y el potencial de producción. Los sistemas con menos del 55% de monte se concentran en la región oriental de los cuales algunos practican la agricultura, siendo sistemas de ganadería con tendencia al ciclo completo. Hacia el oeste el porcentaje de monte es mayor, los sistemas son de cría pura y los potenciales de producción se reducen significativamente.

Monte Occidental: Esta región corresponde al extremo oeste provincial. La producción forrajera es aportada por el pastizal natural y los sistemas de producción en la

porción este son de cría. La estabilidad de los sistemas depende de las condiciones climáticas por lo que la dinámica de entrada y salida de animales es alta. A medida que se avanza hacia el oeste, los campos son abiertos y el principal sistema es el caprino.

En esta región denominada “jarillal”, que comprende los departamentos Chical-Co, Chalileo, Puelen, Limay Mahuida y Curaco se encuentra el 95% del stock provincial (EPO, 2005³).

Mapa N° 1: Regiones agroecológicas.



5.3.2. Política sectorial

La provincia de La Pampa adhiere a la “Ley 26.141; para la Recuperación, Fomento y Desarrollo de la Actividad Caprina” sancionada el 30 de Agosto del 2006, mediante la Ley Provincial Nro. 2.324 del 12 de abril de 2007.

³ Encuesta a productores de Oeste Pampeano. IPP. Ministerio de la Producción. Gobierno de La Pampa. Año 2005.

La autoridad de aplicación en la provincia es el Secretario Ejecutivo del Instituto de Promoción Productiva dependiente del Ministerio de la Producción. Este, a su vez elegirá al Coordinador Provincial.

Mediante la aprobación del Decreto Reglamentario se elevarán a las provincias los fondos, correspondiéndole a La Pampa para el año 2008 \$ 388.000. Considerando que el Estado provincial ha destinado a la actividad caprina durante los años 2007 y 2008, \$300.000 y \$ 400.000 respectivamente, se destaca la importancia de estas cifras en el contexto provincial, ya que duplicaría el monto destinado a este sector.

Cabe aclarar que hasta mayo de 2009 aún no se han enviado los fondos porque el coordinador nacional no ha firmado el acta de la Comisión Asesora Técnica, que es el organismo consultivo y administrativo a nivel nacional.

La Comisión Provincial elaboró al momento de adherir a la Ley Nacional, el “Manual Estratégico para el Fomento y Desarrollo del sector Caprino en La Pampa”, que permitirá sentar las bases para priorizar el destino de las ayudas económicas tendientes a:

- Mejorar la infraestructura productiva e industrial.
- Desarrollar sistemas de asistencia técnica permanente.
- Disminuir problemas sanitarios y nutricionales de los rodeos.
- Fomentar el aprovechamiento de otros productos y subproductos del sector (carne de cabra, leche, fibra, cuero, guano).
- Mejorar los sistemas de compra y venta del chivito en el campo y desarrollar nuevos canales comerciales.
- Incentivar la integración horizontal y vertical de los productores.
- Controlar los predadores.

La puesta en marcha, control y evaluación de estos objetivos están a cargo de la Unidad Ejecutora Provincial (UEP), que es el organismo de administración de los recursos en la provincia.

Las instituciones y organizaciones involucradas en la implementación del plan de desarrollo sectorial son:

- Ministerio de la Producción.
- Universidad Nacional de La Pampa.
- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Programa Social Agropecuario.
- Ente Provincial del Río Colorado.
- Municipalidades del Oeste Pampeano.

Además se han creado Asociaciones de Pequeños Productores, entre las que se pueden citar a:

- Comisión de pobladores de Chos-Malal (La Humada y Puelén).
- Encuentro de productores de la costa del lago Casa de Piedra (Colonia 25 de Mayo y Casa de Piedra).
- El Paso (Limay Mahuida).
- Comunidad aborigen Epumer (Colonia Emilio Mitre).
- Asociación de Emprendimientos Familiares del Oeste (Victorica).

La presencia de asociaciones de productores es muy importante para el desarrollo comercial del chivito pampeano, ya que uno de los objetivos principales de su formación

es mejorar la comercialización de los chivitos y participar de la formación del precio de los mismos. Las asociaciones recibirán por parte del gobierno provincial un subsidio que les permitirá crear un “fondo de prefinanciamiento” con el objetivo de que durante la época de faena las asociaciones se comprometan a acopiar chivitos de sus socios para el frigorífico Santa Isabel, con lo cual se solucionarían los problemas de logística de compra que tiene el establecimiento en la actualidad.

Por otro lado, a través de las asociaciones, los productores comienzan a prepararse para poder hacerse cargo de compromisos comerciales más importantes como es la posibilidad de formar parte de la organización que gestione al frigorífico en el futuro.

La implementación de la Ley Caprina y la participación de las mencionadas organizaciones, instituciones y asociaciones de productores buscan transformarse en la base del crecimiento de la actividad y formar parte del desarrollo de una cadena agroalimentaria de importancia para la economía provincial.

Es importante considerar que si bien la Ley Caprina está en marcha, todavía no han sido girados los fondos correspondientes a los años 2007 y 2008 por lo que el accionar de estas asociaciones se encuentra limitado.

En el marco de la Ley Caprina Nacional, se llevó a cabo en el mes de octubre de 2008 en la localidad de Santa Isabel la “Primer reunión Nacional de Comercialización de carne caprina”. El objetivo de la misma fue definir estrategias y acciones tendientes a mejorar la eficiencia y transparencia de la cadena de comercialización de carne caprina en la Argentina. A ella asistieron representantes de los diferentes eslabones de la cadena provenientes de distintas zonas productoras del país.

El principal problema detectado por los participantes fue la escasez de información. Por ello, las propuestas de corto y mediano plazo, estuvieron orientadas a resolver este aspecto generando información de precios, canales, costos de producción, tipo de producto,

etc. En este sentido surgió la necesidad de conformar una “Comisión Nacional de Carne Caprina” que se encargue de elaborar un Plan Estratégico para este sector productivo y que a su vez sea la responsable de ejecutar y controlar las acciones incorporadas en el mismo.

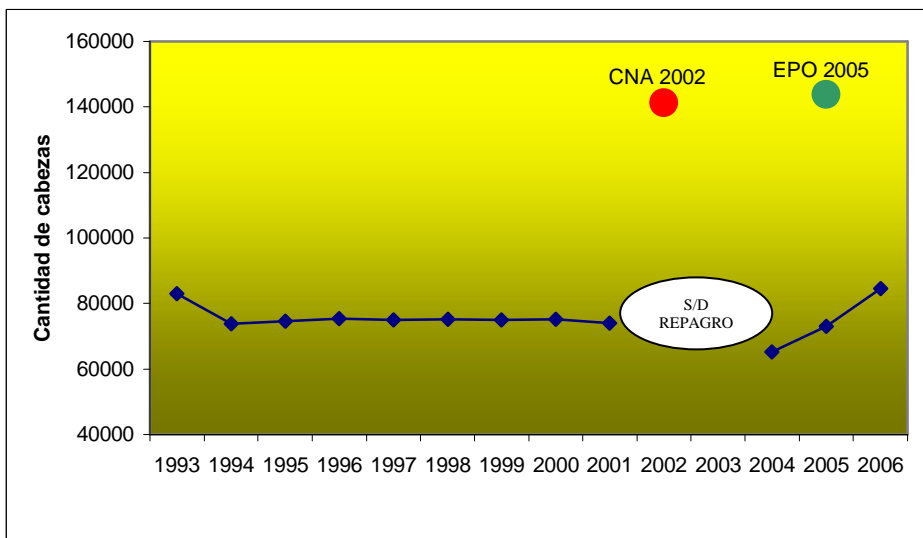
Esta comisión deberá garantizar la participación de todos los eslabones de la cadena como así también de las provincias y los organismos e instituciones vinculadas al sector.

5.3.3. Existencias

En primer lugar se precisa que no se dispone de una serie histórica elaborada por una misma institución, por lo que se trabajó con distintas fuentes a los fines de lograr una aproximación a la evolución del stock provincial.

En el gráfico N° 7 se observan las existencias correspondientes a datos de REPAGRO con el agregado de las cifras aportadas por el Censo Nacional Agropecuario 2002 y por la Encuesta a Productores del Oeste 2005. Aquí se destaca que el rodeo ha sufrido una disminución del 11% desde el año 1993 al año 1994, la existencia se mantuvo estable desde 1994 hasta el año 2001 y en el año 2004, luego de dos años en los que se carece de información, se observa una disminución importante del rodeo que alcanza el 12%. A partir del año 2004 hasta el 2006, hay un aumento de aproximadamente el 27% que ubica la existencia en valores similares a los observados al inicio del período analizado.

Gráfico N° 7: Existencias caprinas.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de REPAGRO⁴ años 1993 a 2006 (2002 y 2003 sin datos); CNA 2002; EPO 2005.

El CNA 2002 informa que la existencia provincial es de 141.253 cabezas caprinas, en tanto que según datos de la EPO 2005 la cantidad de cabezas asciende a 143.750.

La observación de estos datos refleja una diferencia considerable respecto a los suministrados por REPAGRO. Consultadas fuentes de este registro, manifestaron que las diferencias son debido a que hay una importante cantidad de productores que no declara anualmente la información por tratarse de puesteros alejados o que son meros ocupantes y no llevan a cabo la actividad en el circuito formal. Esto no ocurre con los datos de EPO 2005 por haberse tratado de un trabajo a campo en el cual la información se obtuvo recorriendo los puestos de los productores.

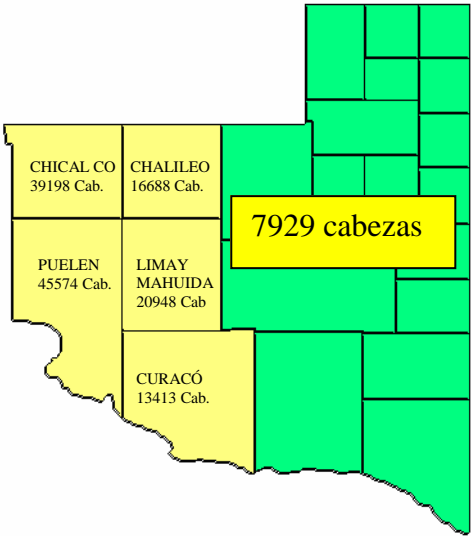
De todas maneras se detectó que las cifras correspondientes a EPO 2005 incluyen la categoría “chivitos” y en las tomadas por REPAGRO, al reunirse la información a mediados de año, antes del período de parición de las chivas, no se encuentra esta categoría en el rodeo. Teniendo en cuenta este aspecto, y si se extrae a la cantidad de

⁴Provincia de La Pampa. Ministerio de Producción. Instituto de Promoción Productiva. Dirección General de Estadísticas y Censos. Registro Provincial de Producción Agropecuaria.

animales totales de la EPO 2005 lo que corresponde a “chivitos” (53600 cabezas), la diferencia con REPAGRO no aparece como muy significativa.

La distribución del rodeo caprino por departamento en la provincia de La Pampa se muestra en el siguiente mapa.

Mapa N° 2: Existencia caprina por departamento.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de EPO 2005.

5.3.3.1. Estimación de producción

Debido al desconocimiento en cuanto a la cantidad de chivitos disponibles anualmente para la venta en la provincia se determinó la producción actual mediante datos aportados por la EPO 2005.

Cuadro N° 1: Cantidad de cabezas por categoría

CATEGORIA	CANTIDAD
MADRES	66.800
CABRILLONAS	14.300
CASTRONES	1.350
CAPONES	7.700
CABRITOS	53.600
TOTAL	143.750

Fuente: Elaboración propia en bases a datos de EPO 2005

Utilizando índices productivos promedio del oeste pampeano y aplicándolos a la cantidad de madres existentes se pudo estimar la producción actual de chivitos que podrían ingresar al circuito comercial en caso de mayor afluencia a los canales formales

Cuadro N° 2: Índices productivos

INDICES PRODUCTIVOS		
CANTIDAD DE MADRES	66800	
PARICIONES ANUALES	1 (UNA)	
PORCENTAJE DE PREÑEZ	90%	60.120
PORCENTAJE DE PARICIÓN	150%	90.180
MORTANDAD PARTO-DESTETE	10%	-9.018
REPOSICIÓN DE MADRES	20%	-13.360
AUTOCONSUMO (sobre nacidos)	15%	-13.527
TOTAL DE CHIVITOS A VENTA	54.275	

Fuente: Elaboración propia en base a datos de expertos⁵

En el cuadro precedente se puede observar que el porcentaje de chivitos comercializados es aproximadamente el 60% de los nacidos, del resto un 10% corresponde a la mortandad parto-destete y el 30% restante es destinado a reposición y autoconsumo. Estos índices son factibles de mejorar con la implementación de técnicas de manejo

⁵ Consulta personal a Médico Veterinario Ignacio Kotani. Coordinador de la Ley Caprina Provincial

adecuadas, utilización de refugios para evitar mortandad de recién nacidos, sanidad y suplementación alimentaria estratégica que permitirían pariciones contraestación.

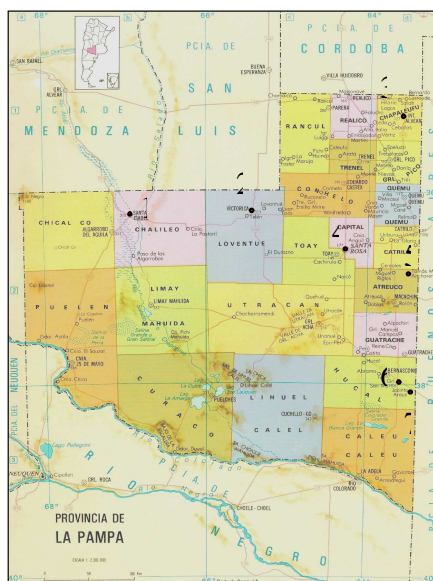
5.3.4. Faena

El sistema industrial, dispone siete establecimientos habilitados en la provincia.

- Frigorífico Fundación del Oeste (Santa Isabel. L.P).
- Matadero municipal de la ciudad de Santa Rosa (Fundación Nuestros Pibes).
- Frigorífico Jacinto Arauz.
- Cenoz, Osvaldo Enrique. General San Martín.
- Patagonia Norte SRL. Tomás M. de Anchorena.
- Frigorífico Intendente Alvear.
- Frigorífico YOVUN. Victorica.

En el siguiente mapa se muestra la distribución geográfica de los frigoríficos habilitados para la faena caprina.

Mapa N° 3: Ubicación geográfica de los frigoríficos habilitados



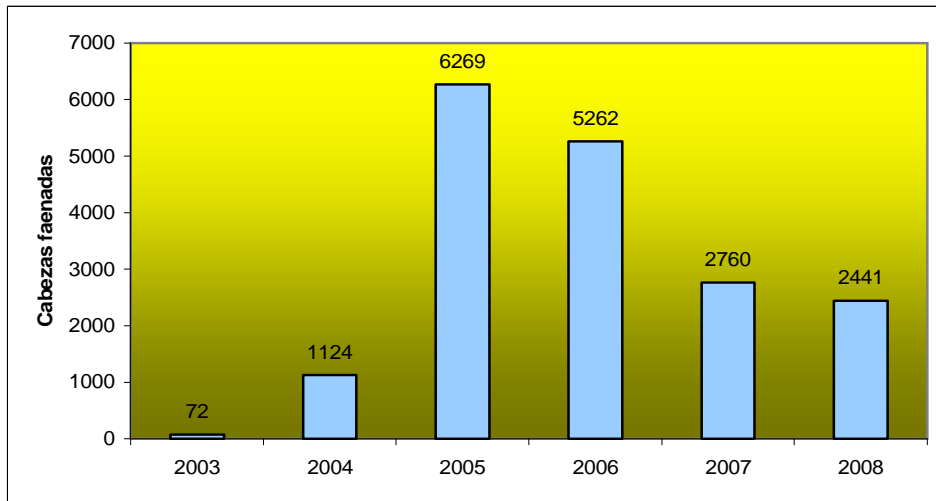
Referencias

- 1- Frig. Santa Isabel
- 2- Yovun
- 3- Int. Alvear.
- 4- Fund. N. Pibes
- 5- Patagonia Norte SA.
- 6- Cenoz, Osvaldo E.
- 7- Frig. J. Arauz

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Dirección de Ganadería

Si bien todos estos establecimientos están habilitados, la faena provincial se ha registrado exclusivamente en plantas de Santa Isabel y Santa Rosa según se observa en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 8: Faena Caprina Provincial.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de REPAGRO.

En el análisis de la producción y la faena provincial de los últimos cinco años, desde que funciona el frigorífico de Santa Isabel, se observa que la faena ha disminuido notablemente. Además, y en concordancia con lo que ocurre en el resto del país, el porcentaje de faena sobre la producción es similar. Por esto se infiere que la mayor parte de la comercialización se realiza en el mercado no formal y/o son movilizados desde La Pampa por faenadores hacia otras provincias.

Cuadro N° 3: Porcentaje faena/producción.

AÑO	PRODUCCIÓN POTENCIAL	FAENA DECLARADA	% FAENA/PROD.
2005	54275	6269	11,5
2006	54275	5262	9,7
2007	54275	2760	5,1
2008	54275	2441	4,5

Fuente: Elaboración propia.

5.3.5. Identificación, Caracterización y Funciones de los integrantes de la cadena

En este trabajo se toma como principal producto a la “carne caprina”. Esta sección servirá para identificar y caracterizar los principales agentes intervinientes en cada eslabón de la cadena mediante la revisión de información secundaria ya existente y entrevistas a participantes de cada uno de los sectores.

5.3.5.1. Producción

Este eslabón se encuentra integrado por cabañeros, los castroneros y los criadores. Los principales asistentes de este bloque son los proveedores de insumos y/o servicios.

El Criador: Es el productor que realiza la tarea de cría desde el momento de servicio hasta el destete del chivito. Controla el servicio, las pariciones y durante la lactancia realiza la “entrega” de los chivitos a su respectiva madre para que se alimente. El manejo productivo de los hatos en la zona se realiza con estacionamiento de servicio con pariciones en primavera-verano o con servicio continuo. En los casos de servicio estacionado es necesaria la figura del “castronero”.

El Castronero: Éste se dedica a recolectar y cuidar los machos reproductores de las majadas durante la época en que los mismos no están en servicio. El productor criador paga por este servicio, siendo prácticamente en todos los casos el pago con animales cobrándose entre tres y seis chivitos por reproductor cuidado (Bedotti, 2000).

El Cabañero: A partir de la implementación del “Plan de desarrollo rural del Oeste” de parte del Gobierno de la Provincia de La Pampa toma relevancia la figura del Cabañero. Mediante un trabajo de selección en zonas estratégicas se identificaron productores que ya contaban con un plantel adecuado por su genética y por su manejo.

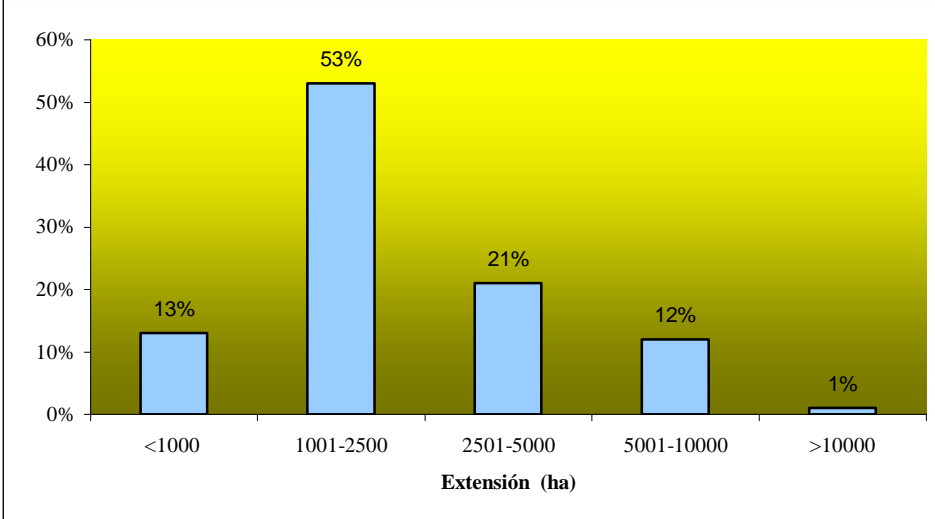
Se formaron tres Unidades Demostrativas de Mejoramiento Genético (Cabañas) y se les brindó apoyo para la construcción de instalaciones que le faciliten el manejo y selección de los mejores ejemplares reproductores machos. Los objetivos buscados con el funcionamiento de estas cabañas son:

- Ser ejemplo en terreno para otros productores.
- Llevar a cabo las medidas de manejo que permitan cumplir con el objetivo de mejoramiento genético.
- Venta a otros productores.
- Incorporar otras medidas de manejo que permitan mejorar los índices productivos.

De acuerdo a la Encuesta a Productores del Oeste (EPO, 2005) hay 550 explotaciones agropecuarias con actividad caprina, donde se destaca que el 53 % de ellas tiene una extensión de 1001 a 2500 hectáreas. Esto indica que la mayoría de los

establecimientos no alcanzan a tener una unidad económica que para la zona en estudio es de 5000 ha.

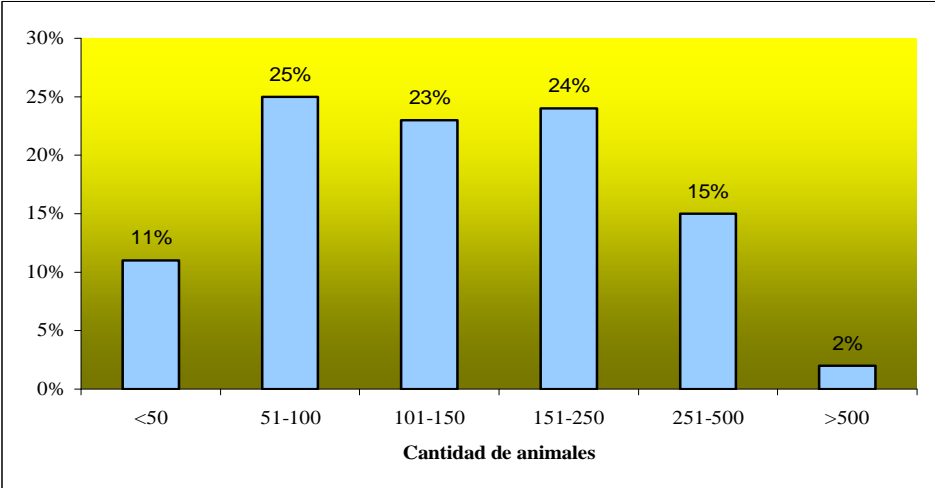
Gráfico N° 9: Porcentaje de EAP's según su extensión.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de EPO 2005

En cuanto al tamaño del rodeo caprino, 398 EAP's (aproximadamente el 75%) poseen entre 51 y 250 animales, 58 explotaciones cuentan con menos de 50 y 11 tienen más de 500.

Gráfico N° 10: Cantidad de EAP's según cantidad de animales.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de EPO 2005

En esta importante zona productiva la cabra se encuentra ligada a sistemas de explotación de productores con muy bajos recursos cuyo grado de agriculturización es nulo, ocupando las zonas más áridas y basando la alimentación en los recursos naturales (Bedotti, 2000). Desde el punto de vista socioeconómico es la principal actividad de la mayoría de los pobladores que habitan esta región de la provincia de La Pampa.

La tenencia de la tierra es precaria por lo que la cantidad de productores que está en situación de ocupación es importante. Éstas son tierras fiscales o de dueños que han dado permiso a los actuales habitantes para que ocupen las mismas (Pallero, 2006). Esta situación problemática limita acciones a desarrollar por los productores como por ejemplo: inversiones, mejoras, etc. Este problema de difícil resolución debe formar parte de acciones a resolver por el Estado para que el desarrollo de la región sea factible.

La mayoría de la población caprina pampeana actual está constituida por tipos de criollo regional de pelo corto, tipos de criollos de pelo largo y grueso (chilla) y cabras con pelo largo y fino, aunque también se encuentran razas puras como la Anglo Nubian y la Angora, procedente esta última fundamentalmente de la región sur del país y de un hato de Catamarca (Bedotti, 2000).

La actividad es desarrollada en forma única o conjunta con la bovina y ovina en la mayoría de los establecimientos y debido a las condiciones agroecológicas se trata de una producción extensiva y de baja productividad. El producto obtenido se destina al autoconsumo y a la comercialización de chivitos con un peso vivo de 10 a 17 Kg. En algunos casos las hembras de descarte también forman parte del ingreso familiar.

El sistema productivo predominante es estacionado, aunque en algunos casos todavía se utiliza el servicio continuo.

5.3.5.2.La industria del procesamiento

En este eslabón se identificaron un frigorífico y un matadero municipal que brinda el servicio de faena. El resto de los establecimientos habilitados no han registrado actividad.

Frigorífico de Santa Isabel

En la localidad de Santa Isabel el gobierno de la provincia de La Pampa construyó en el año 2004 un matadero frigorífico para rumiantes menores con tránsito federal y habilitación para exportación. La empresa “Carnes Naturales de La Pampa S.A”, creada por ley 2302, se hizo cargo de este frigorífico por un plazo de cinco años a partir del año 2005, momento en el que fue cedido en comodato a la Fundación del Oeste, una ONG provincial.

Este frigorífico es un elemento de desarrollo muy importante para el sector ya que aplica políticas de precio, como precio de sostén, precio subsidiado y compra directa que estimulan la actividad caprina y tratan de impedir la aparición de compradores oportunistas que desvalorizan el producto. Desde el frigorífico también se trabaja intensamente en la provisión del producto en más bocas de expendio con lo que se busca promover el incremento de la demanda, llegando a mercados a los que no se tenía acceso. Esto trae aparejado aumento de precios o nuevos negocios para los productores. El frigorífico tiene abiertas las puertas a los productores para que participen cada día más en las negociaciones de su producción y comiencen a formar parte de otros niveles de la cadena comercial. La intención del Estado es ir desprendiéndose del capital accionario hasta quedarse con sólo el 10% del total, otro 10% podrá estar en manos del municipio de Santa Isabel y el restante 80%, con el paso del tiempo, se irá vendiendo a los productores pecuarios.

Las categorías que forman parte de la faena son:

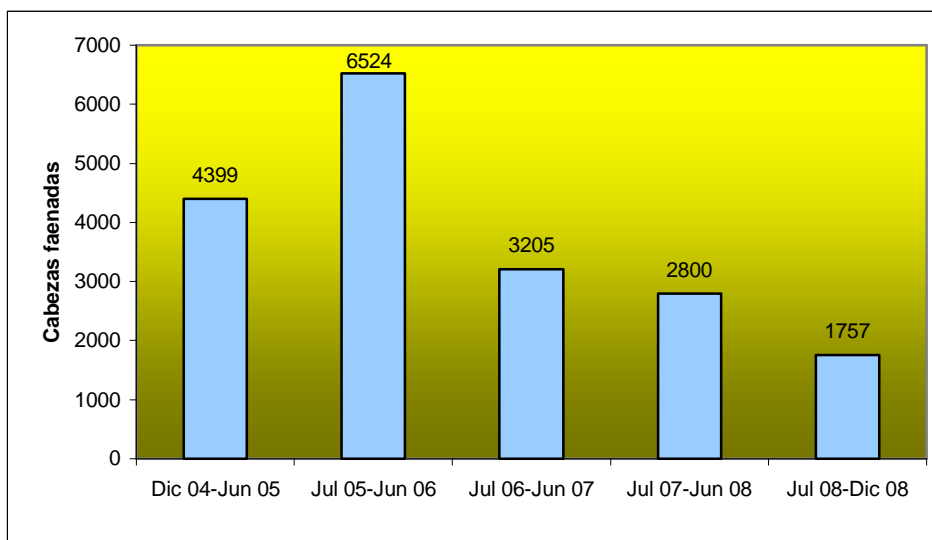
Chivito especial	hasta 7 kg. de res
Chivito	de 7,1 a 9 kg. de res
Chivo “botijon”/ cabrillonas	de 9,1 a 12 kg. de res
Cabra adulta / descarte	+ de 12,1 kg. de res

La tipificación de las reses se realiza por método visual a través del grado de grasa en riñón, y resultan las categorías siguientes:

Flaco	sin grasa en riñón
Regular	Riñón “overo”
Bueno	“Medio” riñón
Muy bueno	riñón “tapado”

En el siguiente gráfico se muestra la faena desde el inicio de la actividad en diciembre del año 2004 hasta diciembre de 2008.

Gráfico N° 11: Faena registrada por la principal planta faenadora de la provincia por cierre de ejercicio.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Frig. Santa Isabel.

Durante los meses de marzo, abril y mayo de 2008 no hubo actividad. Este cese se produjo por no haber solicitado a la ONCCA la reinscripción anual correspondiente. Esta reinscripción no se tramitó a tiempo porque el frigorífico iba a dejar de funcionar como Fundación del Oeste para pasar a hacerlo como Carnes Naturales de La Pampa SA.

Actualmente el frigorífico como Fundación del Oeste no puede brindar servicio de faena a terceros.

Ese servicio está previsto y contemplado para poder realizarse a partir de la próxima temporada a través de la empresa (Carnes Naturales de La Pampa S.A), que sí estará habilitada para otro tipo de transacciones comerciales, incluyendo el servicio a terceros. La prestación de este servicio será importante tanto para atraer la producción al circuito formal como para una mejora en la utilización de la capacidad de faena.

Matadero Municipal de Santa Rosa (Fundación Nuestros Pibes)

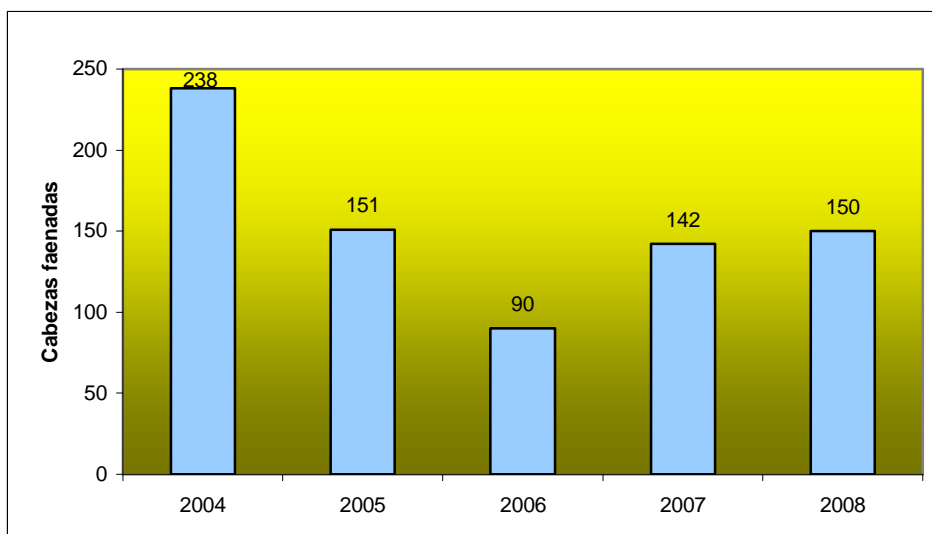
Este establecimiento depende de la Municipalidad de Santa Rosa y realiza servicio de faena a terceros. Los principales usuarios son intermediarios que adquieren directamente al productor generalmente de las zonas productivas del oeste provincial y entregan el animal faenado. Los clientes de estos intermediarios son las parrillas y restaurantes de la ciudad de Santa Rosa.

Este matadero cuenta con una cámara de frío en la cual el usuario puede conservar su faena durante dos días como máximo. El ingreso de los animales se hace con guía de traslado y el usuario debe estar inscripto ante la ONCCA. El retiro de las reses faenadas se debe realizar con transporte refrigerado, que usualmente se contrata a terceros.

El costo del servicio de faena que realiza el matadero es de \$ 7 por chivito.

El siguiente gráfico muestra la evolución de faena desde sus inicios en el año 2004 hasta la actualidad.

Gráfico N° 12: Faena Matadero Municipal de Santa Rosa.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Matadero Municipal de Santa Rosa.

Capacidad de faena provincial.

La capacidad de faena instalada en la provincia de acuerdo a los establecimientos habilitados se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 4: Capacidad de faena y almacenamiento.

Frigorífico	Capacidad de faena	Almacenamiento
Santa Isabel	350 Cab/Día	30 Tn
Municipal de Santa Rosa	50 Cab/Día	0 Tn
Municipal de Jacinto Arauz	50 Cab/Día	0 Tn
Cenoz, Osvaldo (Gral. San Martín)	20 Cab/Día	0 Tn
Patagonia Norte (Anchorena)	35 Cab/Día	0 Tn
Municipal de Intendente Alvear	20 Cab/Día	0 Tn
Yovun (Victorica)	50 Cab/Día	0 Tn
Totales	575 Cab/Día	30 Tn

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Dirección de Ganadería

Tomando como base 280 días laborales al año se estimó una capacidad de faena anual de 161.000 cabezas.

Si se tiene en cuenta que el promedio de faena fiscalizada de los últimos 5 años es de aproximadamente 3600 cabezas existe un sobredimensionamiento significativo observado en cuanto a que solamente se utiliza un 2,2% de la capacidad.

De la misma manera se considera que en caso de faenarse el total de la producción actual estimada (54275 Chivitos) se estaría utilizando un 33,71% de la capacidad de faena. Por lo tanto, se dispone de una capacidad de faena que permitiría hacer frente a una mejora en los índices productivos e incluso captar producción de otras provincias.

En cuanto a la capacidad de almacenamiento existente solo en el frigorífico de Santa Isabel, permitiría stockear la faena a plena capacidad (350 Chivitos/Día) durante aproximadamente 12 días.

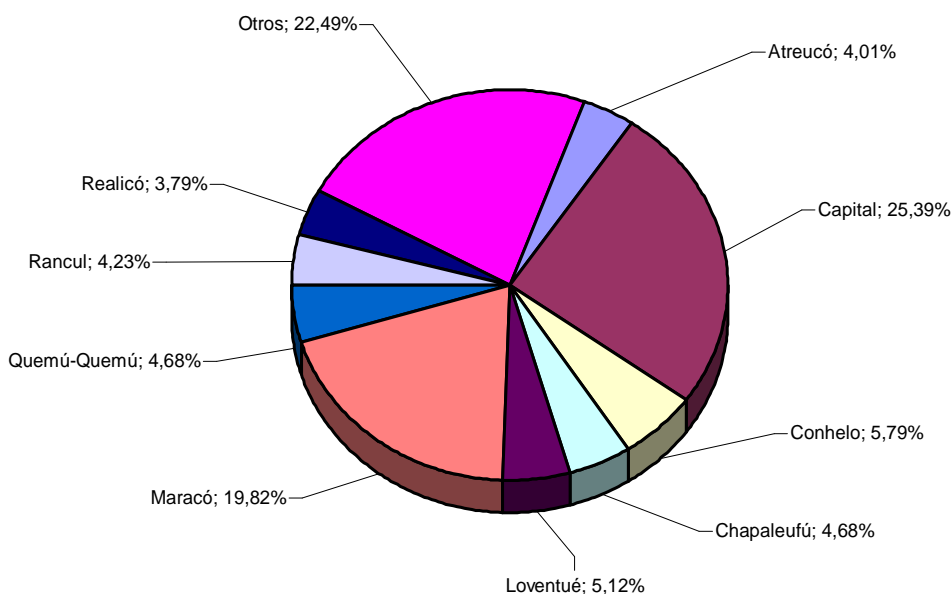
5.3.5.3.Distribución

En la provincia de La Pampa, la distribución minorista se realiza por medio de carnicerías, supermercados, parrillas, restaurantes y casas de comidas. Estos actores se proveen principalmente del frigorífico de Santa Isabel.

Las localidades en dónde es mas usual la distribución por estas vías son aquellas de mayor población (Santa Rosa, Gral. Pico, Eduardo Castex). En el resto de la provincia es común la compra directa al productor o al intermediario, que la mayoría de las veces realiza la actividad de manera no formal. Este comportamiento de compra también fue observado por Agüero (2007), en el trabajo “Caracterización del consumo de carnes no tradicionales en la provincia de La Pampa”.

La distribución minorista formal por medio de carnicerías cuenta con 450 firmas registradas en la provincia, la cual se observa en el siguiente gráfico en su distribución por departamento.

Gráfico N° 13: Distribución porcentual de carnicerías por departamento.



Fuente: Dirección de Estadísticas y Censos de la Provincia.

Aquellos departamentos en los que la cantidad de establecimientos no es importante fueron agrupados en “otros”.

Por ser el departamento Capital el que mayor porcentaje de carnicerías posee y también el de mayor población, se recabó información en los principales supermercados, carnicerías, parrillas, restaurantes y casas de comidas para observar como se realiza la distribución minorista.

En los supermercados, la respuesta predominante fue que el producto no se ofrecía a los clientes al momento de realizar la entrevista a mediados del año 2008.

En las carnicerías entrevistadas, los responsables manifestaron que la oferta importante aparece para las fiestas de fin de año. La misma esta conformada por los intermediarios, algunos productores que tienen posibilidad de acercarse a los grandes centros poblados a ofertar animales vivos que el carnicero compra y faena por su cuenta, y el frigorífico de Santa Isabel. Si bien éste en sus comienzos (año 2004), aparecía como un proveedor que ofertaba con continuidad y cantidad, con el paso del tiempo fue

disminuyendo su presencia en el mercado. Según comentarios de los carniceros, esta industria atiende la distribución provincial cuando la producción del frigorífico excede sus compromisos comerciales ante sus clientes de Buenos Aires.

De siete firmas entrevistadas, durante los meses de julio y setiembre de 2008, entre ellas tres cadenas de carnicerías con sucursales en varios barrios, solo dos locales tenían el producto a la venta. Una de ellas contaba con chivitos conservados en cámara de frío comprados a un productor que había faenado en el matadero municipal de Santa Rosa. La calidad de este producto no era lo suficientemente buena por lo que estaba liquidando la existencia a \$ 11/Kg.

Otra empresa que comercializa principalmente productos de granja y se provee de caprinos exclusivamente del frigorífico de Santa Isabel mantiene una oferta continua durante todo el año. Su modalidad es comprar un volumen importante en la época de mayor oferta. Si bien la época de mayor demanda se focaliza desde noviembre a febrero, el encargado de esta firma nos comentaba la importancia de tener el producto todo el año, porque la presencia en góndola inducía a su compra. En este local el precio de venta era de \$ 20/Kg.

De todas las empresas consultadas, sólo una firma comentó la posibilidad de comercializar animales más grandes trozados con venta en cortes.

Esto determina un aspecto relevante a nivel de producto, y que es la inexistencia de venta de animal pesado, con el objeto de comercializar cortes y de esta manera lograr un aprovechamiento integral de la res.

En todos los lugares entrevistados, el producto se ofrece entero y con un peso que oscila entre los 5 y 8 Kg.

En entrevistas realizadas durante el mes de febrero de 2009, se observó un panorama distinto al observado en las entrevistas realizadas a mediados del año 2008, ya

que los distribuidores manifestaron que desde el mes de noviembre y hasta la fecha, el frigorífico se encuentra ofertando chivitos. La demanda sigue comportándose según lo hace habitualmente: importante consumo para las fiestas de fin de año, decreciendo a partir de enero.

La distribución realiza las compras al frigorífico con pagos a plazos no mayores a treinta días y los precios que se pagaron desde noviembre hasta el momento de esta entrevista fueron: \$ 13,00/Kg. para chivitos de 7,5 a 10 Kg. y \$ 15,00/Kg. para chivitos de entre 5 y 7,5Kg. Estos precios no incluyen IVA.

Al consultar las casas de comidas y parrillas se detectó que el producto generalmente no es ofrecido. En el sector de las parrillas y restaurantes, las causas manifestadas fueron: inexistencia de demanda, producto muy estacional y ser una carne que rinde poco al plato y su punto de cocción no admite espera, por este motivo si el producto no se vende en el momento justo no es apetecido por los clientes.

En lo que respecta a las casas de comidas un solo comercio ofrece esta carne como una especialidad solamente los días viernes. Se trata de una brasería que dispone de un servicio que consiste en ofrecer productos asados para consumir en el hogar. Venden aproximadamente cuatro chivitos de 7 kg. al gancho por viernes y también manifestaron lo mismo que en las parrillas en lo referente al rinde al plato y el punto de cocción. Los consultados expresaron que un chivito pierde aproximadamente entre un 40 a 50% de su peso debido a la no utilización de cabezas y garrones y a la merma causada por la cocción.

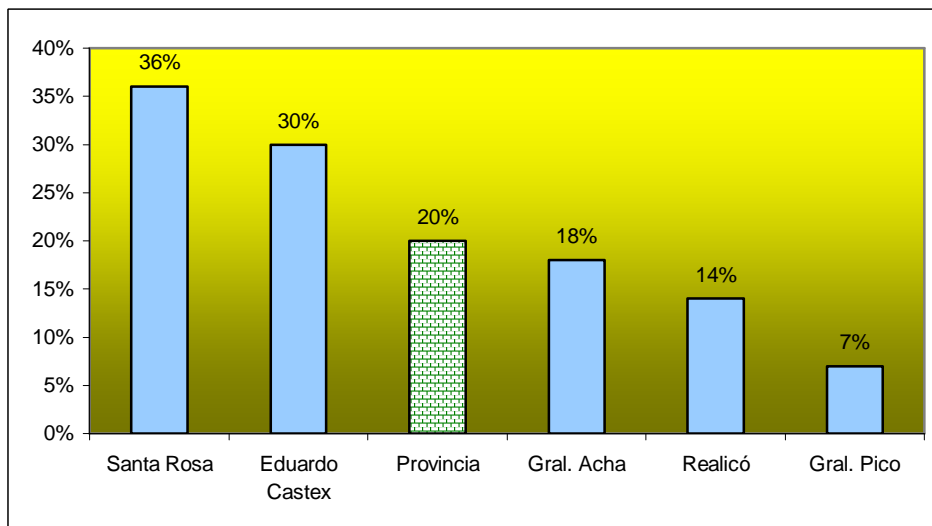
La brasería mencionada se provee del frigorífico a un precio de \$ 15,00/Kg. y vende el producto cocido a \$ 33/Kg. Estos precios están expresados sin IVA.

5.3.6. Consumo

Según el trabajo “Caracterización del consumo de carnes no tradicionales en la provincia de La Pampa” (Agüero et al, 2007), el 20 % de los encuestados en las localidades de Santa Rosa, Gral. Pico, Eduardo Castex, Gral. Acha y Realicó que representan el 60% de la población provincial, manifestó ser consumidor de este producto, mientras que no lo consume el 80% restante.

Con respecto a los consumidores los resultados muestran que esta carne no se consume uniformemente en todas las localidades encuestadas. Mientras que en Santa Rosa el 36% consume, en Gral. Pico se observa el valor mínimo con solo un 7%. Como valores intermedios se hallan E. Castex con el 30%, Gral. Acha con el 18% y Realicó con el 14%.

Gráfico N° 14: Consumidores de carne fresca.

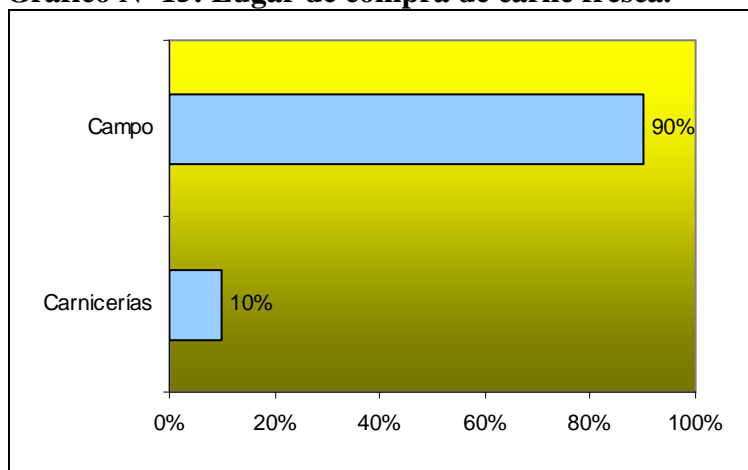


Fuente: Caracterización del consumo de carnes no tradicionales en la provincia de La Pampa. Agüero et, al (2007).

En Santa Rosa y Realicó, una cifra aproximada al 100% consume este producto en ocasiones especiales, mientras que en la provincia este porcentaje alcanza al 77,5%. Solamente un 10% declara consumir esta carne con una frecuencia mensual.

Las compra se realizan en un 90% en el campo y los que optan por esta modalidad corresponden a la franja etaria de entre 25 a 40 años, y no consideran muy importante el precio pagado. El resto de la población realiza las compras en supermercados y carnicerías.

Gráfico N° 15: Lugar de compra de carne fresca.



Fuente: Caracterización del consumo de carnes no tradicionales en la provincia de La Pampa. Agüero et, al (2007).

Los aspectos que más se valoran al momento de realizar las compras son la calidad del producto ofrecido y el control sanitario. Se observa una incompatibilidad importante pues justamente el control sanitario es lo que menos presencia tiene en la faena a campo.

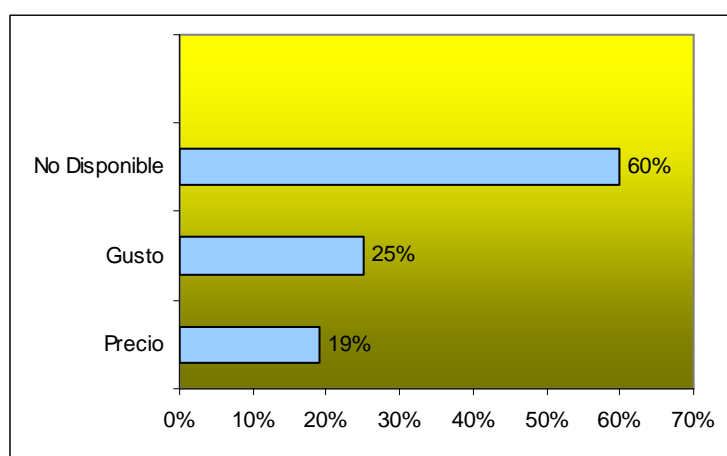
El consumo se realiza en un 80% de las ocasiones por cuestiones referentes al gusto y la forma mas común de cocción es entero y asado. Un 10% consume cortes en preparaciones como estofado, al horno y otras. A tener en cuenta al respecto es la baja oferta de animales grandes trozados.

A un 70% de los consumidores le gustaría conocer características referentes a producción, faena, comercialización y distribución informadas en una etiqueta adjunta al producto.

El pensamiento de que la carne caprina es más sana que las demás (bovina, ovina, porcina) está presente en 6 de cada 10 encuestados que manifiestan que ésta contiene menos colesterol.

Con respecto a los no consumidores el 65% son de sexo femenino. El motivo más importante por el que no consumen esta carne es la no disponibilidad en el lugar de compra según manifestó el 60% de los casos, otro de los motivos es el gusto con el 25% y el precio elevado en un 19%. Dentro de este último grupo, la mitad manifestó que están dispuestos a reemplazar parte de la carne vacuna por la caprina en el caso de que los precios sean inferiores.

Gráfico N° 16: Motivo de no consumo.



Fuente: Caracterización del consumo de carnes no tradicionales en la provincia de La Pampa. Agüero et, al (2007).

5.3.7. La Comercialización

Al igual que en el resto del país en la provincia de La Pampa el principal producto de venta es el cabrito lechal que se comercializa en los meses de verano.

En los circuitos de comercialización observados en la provincia se destaca la presencia de un canal formal en el cual los participantes cumplen con las normas impositivas y sanitarias concernientes a una adecuada comercialización, y otro no formal, en el que las transacciones se realizan obviando todo tipo de controles o condiciones exigidas por los organismos de contralor.

5.3.7.1.Circuito formal

En este circuito, las operaciones en el área de estudio se realizan con la participación de los frigoríficos de Santa Isabel, de otras provincias (Mendoza y Córdoba), intermediarios y carniceros que faenan en mataderos municipales habilitados.

Frigorífico de Santa Isabel

La operatoria se realiza comprando directamente al productor, asegurando un precio estipulado subsidiado por el gobierno, para estímulo y desarrollo de la actividad en la zona. El camión retira los animales del establecimiento y paga en efectivo al momento de cargar los mismos.

El productor debería tener por lo menos la inscripción en AFIP como monotributista, pero en la mayoría de los casos, como esto no se ha llegado a concretar, es el mismo frigorífico quien realiza una liquidación al momento de la compra y se hace cargo de la retención del 10% correspondiente al impuesto a las ganancias. Además debería sacar guía a su nombre, pero esto tampoco se cumple en la totalidad de los casos, y es el frigorífico quien se hace cargo de ese costo y ese trámite.

El precio estipulado la última temporada, zafra 2008/2009, fue de \$ 65 por unidad para los chivitos. En el caso de las cabras de descarte, el precio de compra es de \$ 40 por animal.

La comercialización de carne, se realiza principalmente en la provincia de La Pampa y Buenos Aires. Las entregas se realizan mediante la utilización de un camión del Ministerio de la Producción de la provincia y cuando el volumen de operaciones excede la capacidad de este medio de transporte, se contrata servicio a terceros.

La presentación de los productos en la provincia de La Pampa difería en temporadas anteriores con la presentación de los mismos en Buenos Aires y Córdoba. Mientras que en La Pampa se acostumbraba a comercializar el chivito sin cabeza, sin menudos y sin tela, en el resto del país, se presentaba con cabeza, menudos y envuelto con la tela (omento). Actualmente se unificó el criterio y todos los chivitos son vendidos con cabeza y tela, envasado en bolsa plástica y etiquetado. Se adjunta copia de etiqueta:

Figura N° 1: Etiqueta con datos de faena.

Establecimiento Faenador Fundacion del Oeste Nro. Matricula: 093651-C Nro Hab. Sanitaria: 4297 CUIT: 30-70899203-4				Titular Faena Fundacion del Oeste Nro. Matricula: 093651-C Nro Hab. Sanitaria: 4297 CUIT: 30-70899203-4			
Fecha Faena 03/12/08		Tropa 39		Garron 1	Peso [Kg] 6,4		
Cla	Tip	Gor	Cat	Des	Tip. Matr.	 1081203250000390010	
CH	A		CAT 1	CS	0		
 1081203250000390010							

Con el fin de analizar la respuesta del mercado a la introducción de chivos mas grandes (peso superior a 8 Kg.) trozados, se prevé realizar campañas de marketing ofreciendo y demostrando beneficios de los distintos cortes.

Actualmente, al momento de la venta tanto en la provincia como fuera de ella, los precios se establecen por Kg. de carne y no por animal entero.

En la temporada anterior (zafra 2007-2008) se vendía el chivito hasta 7 - 8 Kg. a \$11 mas IVA. Este precio varía dependiendo de volumen vendido, estados de la mercadería y lugares de entrega (Buenos Aires, Santa Rosa, etc.).

Dentro de la provincia se hizo otro tipo de acuerdo, en donde se vendió mayormente por unidad a un precio que oscilaba entre \$60 a \$65 mas IVA por animal, según cantidades, peso de los animales, etc.

Las variaciones en el precio están explicadas por la relación tamaño/calidad y aquellos animales de menor peso son los más requeridos y por ende los de mayor valor.

Es importante aclarar que ambos mercados son muy distintos. Mientras que dentro de la provincia, el chivito de 7 – 8 Kg. es muy buscado, conocido como de buena calidad y rendimiento, en el mercado de Buenos Aires, el producto mas solicitado y más vendido es aquél de menor peso, hasta los 6,5 Kilogramos.

Con respecto a las exportaciones, se produjeron en dos temporadas anteriores, pero a través de terceros. Es decir, se entregaban chivas de descarte en Buenos Aires a un precio promedio de \$ 2,5 por Kg. y desde allí el exportador preparaba los envíos al exterior. Estas operaciones tuvieron como destino lugares como Saint Marteen, Aruba y Curaçao. Esta forma de operar no permite un aprovechamiento para los productores de La Pampa, sino que el beneficio de la exportación queda exclusivamente para los exportadores.

Frigoríficos de otras provincias

Un número importante de animales son comprados por intermediarios y/o representantes de frigoríficos provenientes de provincias vecinas como Córdoba y Mendoza. Esta situación se da particularmente para aquellos productores alejados de centros poblados y que tienen dificultades para el traslado de su producción.

En la zona noroeste de la provincia, departamentos Chicalcó y Chalileo, es muy importante la comercialización con estos agentes.

Productores de los ejidos municipales de Algarrobo del Águila comercializan con un frigorífico de Malargüe (Mendoza). También cobra importancia la figura del “chivatero” con la modalidad del trueque. Este tipo de transacciones se explica en virtud de que los pobladores de estas zonas alejadas de los centros urbanos, con caminos de difícil tránsito y con pocos medios de movilidad truecan su producción por alimentos y otros productos.

La zona de La Humada y Chos Malal tienen una importante presencia de frigoríficos de Córdoba que realizan recorridos por los puestos en vehículos livianos, aptos para trasladarse por caminos más difíciles. El producto recogido es trasladado a un camión de mayor porte que, ubicado en ruta consolidada, al completar su carga se dirige al frigorífico de origen. Los precios observados de compra oscilan los \$ 50 por animal. (Entrevistas personales).

Intermediarios y carniceros

Para la época de mayor demanda, verano y fiestas de fin de año, cobra importancia la figura de estos actores. Su accionar consiste en comprar varias cabezas recorriendo puestos para luego faenar en mataderos habilitados (Santa Rosa) y vender la res a consumidores finales y alguna carnicería.

Algunos carniceros también operan de esta manera, aunque no es tan importante la cantidad que se provee de esta forma. Llevar a cabo esta modalidad implica trasladarse muchos kilómetros ya que los establecimientos se encuentran bastante alejados y además el riesgo de no tener la certeza de conseguir el producto buscado. En la mayoría de los casos es el productor el que se acerca a ofertar a la carnicería.

5.3.7.2.Circuito no formal

La mayoría de la producción caprina, en la provincia de La Pampa, se comercializa a través de esta modalidad, la cual es adoptada en función de las características sociales y productivas de la zona en la que se realiza el 95% de la actividad.

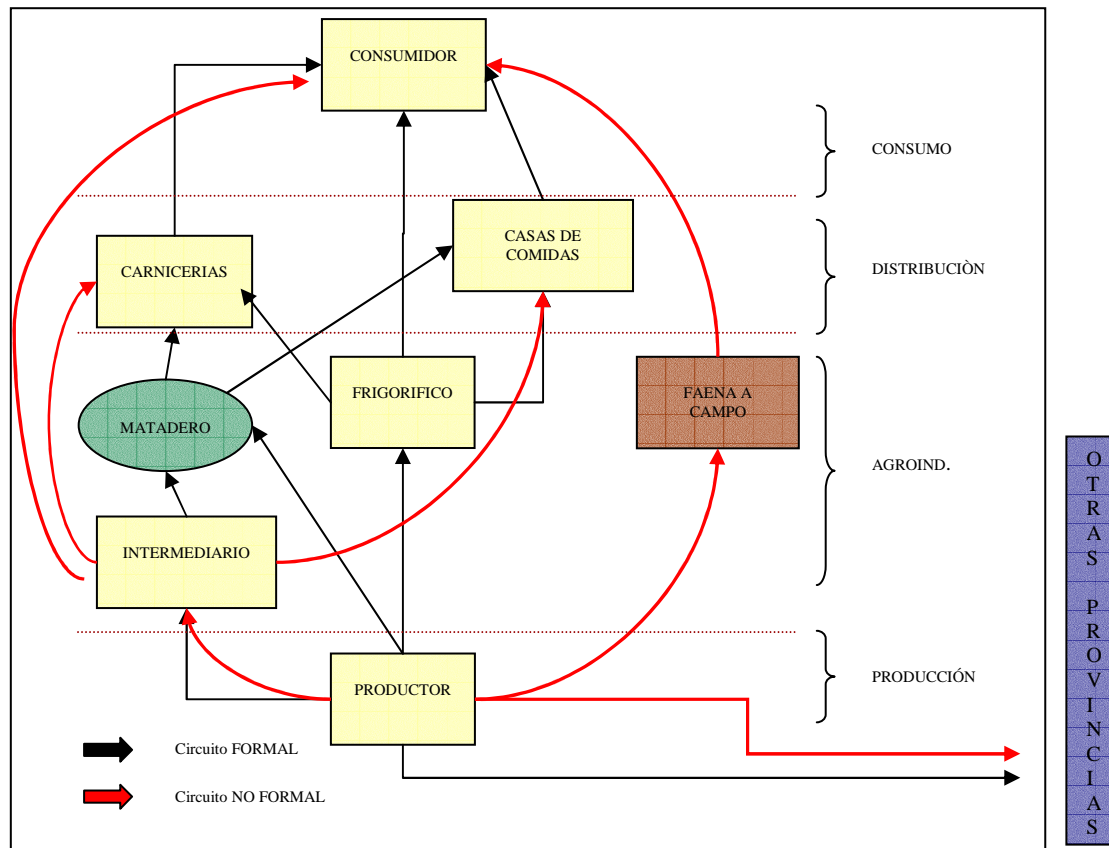
Por un lado, los cabreros venden su producción al paso en su propio establecimiento a aquellos que se acercan a comprar, aunque también pueden llevar su mercadería a los poblados cercanos y vender directamente al consumidor o a algún revendedor.

Otro aspecto a destacar es que la presencia del intermediario/acopiador es muy importante ya que en este caso realiza las compras y ventas sin la existencia de facturas. Éste compra en pié o a veces animales faenados que luego comercializa inclusive hasta poniendo clasificados en los diarios. La entrega a carnicerías y casas de comidas también es habitual aunque es una práctica no reconocida por los comerciantes.

En el gráfico N° 17 se observan los dos circuitos detallados precedentemente. Se puede visualizar la importancia del circuito no formal que atiende no solamente a consumidores finales sino también a distribuidores minoristas. El productor realiza sus ventas por el canal formal y además realiza faena a campo para proveer el mercado no formal.

También se observa una importante presencia de frigoríficos extra provinciales que se proveen generalmente en el oeste provincial.

Gráfico N° 17: Los circuitos de comercialización de carne caprina en La Pampa



Fuente: Elaboración propia en base a informantes calificados.

5.3.8. Costos de Transacción

Costos ex ante: Se encuentran en esta categoría aquellos en que los productores incurren en el momento de elegir un canal de comercialización. En el caso de la producción caprina pampeana los productores deben basar su elección en: venta a frigorífico o intermediario. Además en el caso que viva cerca de un centro poblado puede optar por llevar directamente su producción o esperar que se acerquen a comprarle a su establecimiento.

La realidad del sector es que cuando el caprino tiene su producción lista para la venta, aquel que se acerca y le ofrece un precio razonable es el que negocia. Por las

distancias y falta de comunicaciones el productor de estas zonas carece de posibilidades de relevar precios y comparar diferentes opciones.

Aquellos que incurren en mayores costos ya sea ex-ante o ex-post son los compradores. Estos deben informarse sobre aquellos puestos que tengan una buena producción tanto en cantidad como calidad, sobre fecha exacta en que los chivitos estén en kilaje óptimo y que precios ofrecen otros compradores. Aquellas plantas de faena o intermediarios que deban cumplir con entregas pactadas deben asegurarse el abastecimiento en tiempo, forma y cantidades necesarias. No es común la redacción de contratos y éstos se acuerdan de palabra por lo que en ocasiones la llegada previa de un comprador a buen precio puede hacer que quién ha acordado de palabra se quede sin producto.

Todo este análisis, conduce a precisar que los mayores costos ex-ante, sobre todo por las distancias a recorrer, sean los de acceso a la información y los de negociación con los puesteros.

Costos ex post: En este caso ocurre algo similar a lo que observado con los costos ex-ante. Los productores generalmente no incurren en costos pues reciben el precio lleno que les ofrece el comprador libre de todo gasto. Los compradores son los que generalmente se hacen cargo de todos los costos que origina la operación: guías, certificado de SELSA, liquidación de compra, comisiones a intermediarios y al no estar la mayoría de los productores inscriptos en AFIP operan como agentes de retención depositando los importes correspondientes.

Es necesario aclarar que la venta de chivitos con la intervención de casas consignatarias no es un mecanismo utilizado para el caso de la cadena de la carne caprina.

Por otro lado es importante destacar que los productores que vendan al frigorífico de Santa Isabel quedan exentos del pago de la guía de traslado. El impuesto al valor

agregado, si bien económicamente tiene un efecto neutro sobre las transacciones, financieramente afecta a la actividad empresarial por el descalce entre pago del tributo y cobro del mismo, algo usual en las cadenas agroalimentarias.

En el caso de la cadena de la carne caprina en la provincia de La Pampa, al tratarse de transacciones que se desarrollan en su mayoría de manera no formal, los costos de transacción se ven disminuidos notoriamente.

5.3.9. Márgenes de Comercialización

El proceso de comercialización mediante el circuito formal en la Provincia de La Pampa es llevado a cabo por cuatro actores importantes.

- La producción primaria.
- La industria de procesamiento.
- La distribución y venta
- El consumidor final.

Con la realización de entrevistas personales se observó que se trata de una cadena de comercialización corta y que funciona de la siguiente manera:

El frigorífico de Santa Isabel compra a los productores de la zona oeste de la provincia chivitos de aproximadamente 45 días y 12 Kg. vivos, promedio, a un precio de \$5,50/kg. vivo. El rinde al gancho promedio de la canal es de 52% por lo que el valor del kg. de carne ronda los \$ 10,60.

Una vez faenado el animal el frigorífico vende su producto al sector minorista (carnicerías, supermercados, casas de comida) al contado o a plazos no mayores a los 30 días de pago, a un precio de \$15,00/kg.

Las carnicerías venden el producto incrementado el precio en aproximadamente un 30% sobre el valor de compra, y en el caso de las casas de comida estos incrementos son superiores debido al mayor valor agregado. Todos los precios expuestos están expresados sin el impuesto al valor agregado.

Cuadro N° 5: Margen Bruto de Comercialización

ACTOR	Precio Vta.	MBC Cadena	MBC por eslabón ^{C1}	MBC por eslabón ^{C2}
Productor	\$ 10,58			
Frigorífico	\$ 15,00		49,57%	16,62%
Minorista (Carnicerías)	\$ 19,50	45,76% ^{C1}	50,43%	
Minorista (Brasería)	\$ 37,19	71,56% ^{C2}		83,38%

Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de encuestas.

Dependiendo del canal utilizado los MBC tienen una diferencia considerable.

En lo que se denomina CANAL 1^(C1) participan: productor, frigorífico, carnicerías y consumidor final. En éste el MBC total de la cadena es del 45,76%. Se puede ver que al eslabón de la agroindustria le corresponde el 49,57% en tanto que a la distribución le corresponde el 50,43% del mencionado MBC total.

Con respecto al CANAL 2^(C2), participan: productor, frigorífico, braserías y consumidor final. En éste el MBC total de la cadena es del 71,56%. La agroindustria disminuye notablemente su participación hasta un 16,62% y el porcentaje de la distribución minorista crece para alcanzar el 83,38%. Esto es lógico si se considera el valor agregado por la brasería que entrega un producto listo para ser consumido. En este canal es en el que menos volumen de transacciones se observan.

Cuadro N° 6: Participación en el precio final.

ACTOR	Part/Minorista	Part.Bras.
Productor	54,24%	28,44%
Frigorífico	22,68%	11,89%
Minorista (Carnicerías)	23,08%	
Minorista (Brasería)		59,67%
Totales	100,00%	100,00%

Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de encuestas.

La participación de cada actor en el precio pagado por el consumidor final de acuerdo a los diferentes canales se puede observar en el cuadro N° 6. Al igual que lo que sucede con los porcentajes de participación en MBC, al aparecer la figura de la brasería disminuye notablemente la participación de los demás actores. De todas maneras esto no significa un valor menor percibido para productor y frigorífico.

En el canal no formal (productor-consumidor), se observa que el productor vende a mayores precios que los que obtiene vendiendo en el canal formal (frigorífico). Este canal generalmente es elegido por pequeños productores que tienen acceso a mercados cercanos y su escasa producción les permite realizar la faena en su propio establecimiento. En estos pequeños productores no se observa una intención de crecer porque aumentar su producción implica además de contar con un mayor capital, montar una estructura que demanda mas mano de obra, instalaciones, administración, etc.

Los precios de venta del productor por este canal oscilan entre los \$110 a \$150 dependiendo de factores como: cercanía al pueblo, lugar de entrega, época del año, etc.

Si se considera que una venta al frigorífico es de aproximadamente \$65 a \$70 por animal, es entendible que con diferencias de hasta un 100% en el precio obtenido por chivito vendido, opten por el canal no formal.

5.3.10. Análisis F.O.D.A.

Fortalezas:

- Importante potencial de producción por características agroecológicas y sociales
- Apoyo gubernamental. (Ley 26141); Plan de desarrollo Rural del Oeste
- Productores con interés por mejorar.
- Infraestructura agroindustrial adecuada.
- Importante desarrollo de la distribución minorista.
- Producto pampeano de alta calidad.

Oportunidades:

- Desarrollo de agroturismo y turismo de paso en la provincia.
- Posibilidad de incluir productos diferentes (cortes).
- Inclusión en la dieta de productos naturales y sanos.
- Intención de diversificar el hábito alimentario de los argentinos.
- Elevada brecha entre consumo actual y potencial.
- Posibilidades de exportación.
- Mayor consumo de carnes en el mundo.
- Importante demanda potencial.

Debilidades:

- Falta de información. Esta falta no permite evaluar el grado de eficiencia o desempeño de la cadena.

- Sistema de precios no transparente. No existe un organismo formador de precios.
- Mercado poco desarrollado.
- Grandes distancias entre zona de producción y de mayor consumo.
- Visión productiva acotada a la subsistencia.
- Bajos índices productivos.
- Deficiente infraestructura en comunicaciones producción/industria.
- Altos costos de transacción, información.
- Existencia de un canal no formal importante.
- Deficiente grado de asesoramiento.
- Bajo grado de asociación de productores.
- Escasa integración entre los miembros de la cadena.
- Escaso control sanitario por elevadas operaciones en canal no formal.

Amenazas:

- Otras cadenas cárnicas más competitivas.
- El temor por cambios de política (nacional o provincial) que pueda llegar a frenar todas las actividades planificadas.
- Barreras comerciales o sanitarias de mercado internacional.
- Limitación de exportación por el nivel de tipo de cambio.
- Crisis económica mundial.

6. DISCUSIÓN

El producto “carne caprina” en Argentina y en la provincia de La Pampa, presenta características particulares en cuanto a su oferta y demanda.

Las existencias tanto a nivel país como provincia han experimentado un bajo crecimiento en los últimos años. En La Pampa, se ha detectado que el stock caprino registrado por los organismos fiscalizadores es inferior al real, y las causas de esta diferencia parecen ser las mismas que las detectadas por el Dr. Dayenoff (INTA) y que se vinculan con lo ocurrido respecto al stock nacional.

En coincidencia con lo expuesto por Bedotti (2000), se puede observar que la producción es llevada a cabo mayormente bajo un sistema de subsistencia familiar con un importante rol en la generación de empleo y retención de la población rural. Similares condiciones de producción se observan en el resto del mundo, donde las existencias se concentran en países con altos índices de pobreza.

Los productores con escaso nivel educativo y produciendo en zonas de condiciones marginales no desarrollan la actividad con una visión empresarial, lo cual determina que sea difícil poder estimar costos de producción y por lo tanto establecer la rentabilidad del sector. Según Ucke et. al. (1994) el asociativismo sería clave para encarar proyectos en estas condiciones, por lo que el gobierno provincial se encuentra informando y capacitando a los productores para la conformación de asociaciones. Mediante éstas el Estado aporta ayudas económicas y técnicas a los socios en aspectos tales como: sanidad, alimentación, tecnología, etc. Para los productores, integrar este tipo de organización les ha permitido actuar de forma conjunta en la compra de insumos, transferencia de conocimientos y experiencias, como así también tomar conciencia sobre los beneficios que genera la acción colectiva.

Actualmente la producción, establecida en un 95% en la región oeste de la provincia se caracteriza por una marcada estacionalidad, donde un chivito de 5 a 9 kg. de res es el principal producto. Este llega al consumidor en su mayoría por el canal no formal evadiendo controles sanitarios e impositivos y disminuyendo costos de transacción. La faena provincial en los últimos 2 años fue de aproximadamente un 5% de la producción efectiva actual, valor similar al 4,8% registrado por la ONCCA a nivel nacional. Estos guarismos muestran la gran incidencia del autoconsumo y la faena por circuitos no formales, lo cual determina la imperiosa necesidad de implementar políticas dirigidas a atraer la producción hacia el circuito formal. Específicamente, en el caso de la provincia de La Pampa, con dichas estrategias orientadas hacia la obtención de una mejor utilización de la capacidad de faena instalada, se lograría un desempeño más eficiente de la cadena local.

La demanda fue evolucionando desde el consumo local y zonal para satisfacer una necesidad de alimentación básica, hasta llegar a requerir esta carne como un producto “especial” consumido en ocasiones importantes. Con respecto al consumo, un trabajo sobre la caracterización del consumidor de carne fresca caprina en la ciudad de Río Cuarto realizado por Agüero et al. (2006), concluyó que la mayor parte del consumo se concentra en fiestas de Navidad y Año Nuevo.

Al igual a lo observado por Agüero et al. (2006) en Río Cuarto (Córdoba), la mayor parte de los consumidores en la provincia de La Pampa compra la carne caprina a campo, con importante oferta durante las épocas festivas de distribuidores que operan en el circuito no formal. Este actor es muy importante en los lugares de consumo alejados de la zona de producción e industrialización, a donde a los productores se les dificulta llegar con su producto.

Igual a lo observado a nivel nacional los consumidores realizan sus compras mayormente en ocasiones especiales, identificando a la falta de una oferta continua por

parte de la distribución como una de las principales causas por las que no se consume con mayor frecuencia. Otras causas importantes son el precio de compra y la no existencia de cortes que posibiliten la incorporación de esta carne en la dieta diaria. En este sentido, la aparición de cortes se orienta a reducir la estacionalidad y adicionar nuevas oportunidades con diferentes preparaciones.

Es paradójico observar que, mientras en las encuestas realizadas sobre consumo de carne caprina los consumidores valoran la procedencia, higiene, sanidad, etiquetado del producto; la mayoría manifiesta proveerse en el circuito no formal.

El Estado en su atención de la demanda, necesita diseñar un plan que acompañe lo existente en materia de producción y agroindustria. No se puede ignorar que un 80% de la población manifiesta no consumir carne caprina y que de estos, el 60% no lo hace por no conseguir el producto en tiempo y forma. Es importante el mercado potencial existente y debe ser atendido y educado teniendo en cuenta sus manifiestas necesidades. Aspectos como cantidad, calidad y continuidad así como presentación, cortes, publicidad, deben ser los ejes sobre los que se apoye una ambiciosa campaña para mejorar el posicionamiento del producto.

A nivel de procesamiento en la provincia en estudio, existen varios frigoríficos habilitados para la faena de caprinos, pero solo se registró actividad en uno de ellos ubicado en Santa Isabel, importante zona de producción, y en un matadero municipal ubicado en Santa Rosa, importante centro de consumo. A los restantes establecimientos, la habilitación para faena caprina les fue otorgada en conjunto con la de faena para especies salvajes. Por ello si bien pueden faenar caprinos, no lo hacen por no haber en su zona de influencia productores y/o intermediarios que requieran sus servicios. La existencia de estos frigoríficos debe ser aprovechada por la Provincia para lograr el desarrollo de la cadena buscando alcanzar eficiencia en cada uno de sus eslabones. Si bien la zona donde se

encuentran estas plantas de faena no son históricamente productoras caprinas, incorporar esta actividad lograría además de mejorar los índices productivos por tratarse de zonas con características agroclimáticas más benévolas, ser una alternativa de diversificación para los productores con mayor aprovechamiento industrial.

De acuerdo al estudio realizado, mientras la producción actual de la provincia es de aproximadamente 54000 chivos/año, la faena registrada tuvo un máximo de 6200 cabezas en el año 2005 disminuyendo a 2441 cabezas en el año 2008. La disminución de la faena contrasta con los valores observados a nivel nacional la cual aumentó un 80% en el período 2001-2006, a pesar de los esfuerzos del Estado provincial para el desarrollo del sector. Esta merma en la faena se debe particularmente al desinterés manifiesto de los productores a comercializar con el frigorífico de Santa Isabel, ya que el beneficio económico es menor. Como prueba de ello se observa que al vender al frigorífico obtienen \$ 60 por animal, mientras que comerciándolo por el canal no formal duplican su ingreso obteniendo entre \$100 y \$ 120 por chivo faenado. Además, el frigorífico no llega a aquellos lugares alejados y de difícil acceso que aprovechan los chivateros de otras provincias, por lo que se sugiere una diagramación en este sentido que mejore la logística de recolección y compra.

Debido a que el porcentaje de faena con relación a la capacidad instalada apenas supera el 2%, existe una capacidad ociosa importante en el sector agroindustrial. En un sector como el frigorífico donde los costos fijos son muy importantes, es necesaria una alta utilización de la capacidad para disminuir los costos por unidad faenada. Para ello es importante lograr que los productores comercialicen su producción utilizando el eslabón agroindustrial en el canal formal.

Una falencia muy importante detectada durante las entrevistas personales realizadas al eslabón de la distribución fue la escasa atención prestada por la industria al mercado interno, que prioriza sus entregas en Capital Federal por sobre el mercado provincial. Si

bien esta no es la mayor causa de mercado no formal, una oferta restringida por parte de la industria formal da lugar a que exista una mayor presencia de intermediarios que operan sin los controles bromatológicos e impositivos correspondientes. Los responsables de las carnicerías locales visualizan al mercado no formal como una competencia que los perjudica notablemente pues no les es posible competir bajo estas condiciones, porque deben cargar al precio final un 21% correspondiente al impuesto al valor agregado.

De lo analizado se identificó que la problemática existente en la provincia es muy similar a la registrada en el resto del país.

Los principales problemas comunes detectados en la cadena tienen que ver con la escasez de información y la informalidad. En cuanto a la falta de información es necesario que se conozcan datos referentes a precios de compra y venta de cada eslabón, costos de producción y de transacción, requerimientos de la demanda, canales de comercialización, etc. En lo referido a la informalidad es muy importante lograr que el criador se sienta atraído por la industria para que canalice su producción por esta vía.

Cuando la operatoria se realiza por los canales no formales, la disminución de costos se observa para todos los actores. En cambio, cuando es llevada a cabo por el frigorífico los productores no incurren en costos de transacción ya que son soportados en su mayoría por el Estado provincial debido a su política de desarrollo del sector caprino pampeano. Los mayores costos observados se refieren a la búsqueda de información para la zafra y traslado de los chivitos a la planta de faena.

Si bien los márgenes brutos de comercialización permiten observar como se distribuye la incorporación de valor a lo largo de la cadena, con el fin de poder analizar más profundamente el proceso, sería importante analizar los costos en los que incurre cada eslabón, lo cual actualmente se desconoce. Lo que si queda claro al observar el porcentaje de participación de cada eslabón en el precio pagado por el consumidor es que mientras en

el mercado formal el productor participa con aproximadamente el 54%, en el mercado no formal se queda con el 100%. Esto explica fehacientemente porque el productor es reacio a comercializar con la industria procesadora, además de carecer de otro tipo de incentivos privados o públicos.

En este sentido, el Estado provincial ha mostrado distintas acciones pero todavía no ha logrado superar el principal obstáculo sectorial, como es la existencia del mercado no formal, lo cual incide en el pobre desempeño de la cadena con fuertes implicancias en el desarrollo regional.

7. CONCLUSIONES

A nivel nacional se busca desarrollar la cadena caprina con el objetivo de lograr posicionar el producto como una nueva oportunidad entre las distintas alternativas cárnicas existentes en el país.

La provincia de La Pampa comparte esta visión y accionar con el fin de que esta cadena logre crecer y desarrollarse por el impacto económico y social que la misma adquiere en el territorio provincial.

En la caracterización de los diferentes eslabones de la cadena provincial se han identificado aspectos particulares de la misma con baja articulación entre los agentes de la misma y el predominio de dos canales comerciales: formal y no formal.

La producción primaria no ha logrado establecer una adecuada articulación con la agroindustria.

El eslabón agroindustrial no es considerado por la producción como una alternativa atractiva para canalizar sus ventas en virtud del diferencial de precio existente con el mercado no formal, lo que determina una importante capacidad de faena ociosa que repercute negativamente en el desempeño de la cadena.

La distribución minorista en la provincia no satisface adecuadamente a la demanda existente y la principal causa radica en la no disponibilidad de producto en forma continua y en cantidades suficientes.

Esta marcada desarticulación existente en la cadena sumada a la falta de información y el desconocimiento del tipo de producto demandado por el consumidor, se destacan como las principales debilidades que afectan el desarrollo sectorial.

Si bien es importante el rol del Estado en el funcionamiento y desempeño de la cadena, es igualmente necesaria la participación de distintos actores en el circuito formal

que contribuyan a configurar un mercado transparente, dinámico y atractivo. De esta manera existirán opciones de comercialización para los diferentes actores, menores costos de transacción, con la progresiva desaparición del canal no formal que resta competitividad a la cadena.

En el análisis FODA se observaron entre otros, un importante potencial productivo, una adecuada infraestructura agroindustrial y un desarrollo en la red minorista que deben ser aprovechados implementando políticas tendientes a lograr la integración de estos eslabones para desarrollar y responder a una demanda latente que se manifiesta insatisfecha.

De esta manera se logrará que cada actor obtenga márgenes comerciales acordes al valor agregado al producto y para lo cual se torna imprescindible un estudio detallado de los costos y beneficios económicos intrasectoriales.

El diseño de un plan estratégico sectorial exige de una acción conjunta de los actores públicos y privados a los fines de mejorar el desempeño de la cadena con un desarrollo equilibrado de sus principales componentes, tendientes a satisfacer las crecientes necesidades de la demanda con un mejor posicionamiento del producto.

8. BIBLIOGRAFÍA

- AACREA. Caprinos. Agroalimentos Argentinos II. Pág. 248. Año 2005.
- Agüero, D.; Belmonte, V.; Melazzi, M.; Bruno, F.; Tapia, G.; Gili, A. “Caracterización del consumo de carnes no tradicionales en la provincia de La Pampa”. Año 2007.
- Agüero, Daniel; Freire, Viviana; Viano, María Vanesa. “Caracterización del perfil del consumidor de carne caprina en la ciudad de Río Cuarto”. Año 2006.
- Balestri, Luis A. y Saravia, Carlos D.: Cuaderno de cátedra “Sistema Comercial Agropecuario”. Materia: Comercialización Agropecuaria. Carrera: Lic. en Adm. de Neg. Agropecuarios. UNLPam. Año 2005.
- Bedotti, Daniel. “Caracterización de los sistemas de producción caprina en el oeste pampeano (Argentina). Año 2000.
- Brieva, S. ; Devoto, R. ; Ghezan, G. ; Macagno, L. ; Manchado, J. ; Nocetti, J. ; Russo, J. y Schilder, E. “La Planificación bajo el enfoque de Cadenas”. INTA. Buenos Aires. Año 1998.
- Briz, J. y De Felipe, I. “Notas Metodológicas sobre Cadenas Agroalimentarias”. Universidad Politécnica de Madrid. Año 1998.
- Espinosa Ortiz, V. et al. “Márgenes de comercialización de la leche cruda producida en sistema familiar”. Revista Científica Vol. XII-suplemento 2. (Pág. 651). Año 2002.
- FAO -Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura- www.fao.org. Año 2005.
- Gorenstein S, Gutman G. : “De los circuitos de acumulación a los sistemas locales de producción: evolución del análisis territorial de los sistemas agroalimentarios”, Universidad Nacional Rosario Editora. Año 2002.

- Gutman, G. y Reca, A. “Análisis de subsistemas agroalimentarios. Notas metodológicas”. Año 1998.
- Hobbs, J. ”Transaction Costs and Slaughter Cattle Procurement: Processors Selection of Supply Channels,” *Agribusiness*, 12, (6): 509-523. Año 1996.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC). Censo Nacional Agropecuario. Año 2002.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC). “Censo Poblacional Nacional ”. Año 2002.
- Learned, Christensen, Andrews & Guth. “BUSINESS POLICY: Test and Cases”. Homewood, Ill Richard D. Irwin. Año 1969.
- Molas Pequis, Amin; Rivero, Rodrigo. “Desarrollo de la Producción Caprina en el Oeste de la Provincia de La Pampa”. Año 2006.
- Obschatko, E.S. “Articulación productiva a partir de los recursos naturales. El caso del Complejo Oleaginoso Argentino”. Año 1997.
- Pallero, Ricardo. Encuesta a productores del oeste. Año 2005.
- Peretti, M. “Competitividad de la empresa agropecuaria argentina en la década de los 90”. Año 1999.
- Rossini, G. y Depetris, E. “Los costos de transacciones en la compra de ganado vacuno en pie en Argentina” Facultad de Ciencias Económicas UNL. Santa Fe. Argentina. Año 2004.
- SAGPyA. Revista Alimentos Argentinos N° 14. Año 2000.
- SAGPyA. Revista Alimentos Argentinos. Año 2001.
- SAGPyA. Boletín de información caprina. Anuario 2007.
- Silva, A. “Los costos de transacción, Origen, Aplicación y Definición del Concepto”. Año 2003.

- Ucke, Federico J.; Salinas A.; Dellepiane G.; Estís M. “Estudio sobre integración vertical: Análisis de la comercialización de carne caprina”. SAGyP. Dirección Nacional de Producción Agropecuaria. Año 1994.
- UIA. 6to. Foro Federal de la Industria – Región Noroeste. Jornada de Trabajo – 7 y 8 de junio. www.uia.org.ar Salta. Año 2007.