

Comercialización de ganado bovino en pie entorno a la compañía de ferias y mataderos del Caquetá (COFEMA) Florencia-Caquetá

Yolanda Cuellar Medina^{1*}

Oscar López Cardozo²

Fabián Eduardo Santos³

Recibido 16 de abril de 2016

Aceptado 30 de mayo de 2016

¹Docente Universidad de la Amazonia, Magíster Desarrollo Rural.

^{2,3}Estudiante de Contaduría Pública, Universidad de la Amazonia

Resumen

Con el ánimo de construir una aproximación general al funcionamiento de la comercialización de ganado bovino en pie, entorno a la Compañía de Ferias y Mataderos del Caquetá, COFEMA S.A., este estudio indagó por el papel que juegan los diferentes actores encargados de determinar los precios en la compra y venta de dichos bovinos. Los resultados encontrados apuntan a la creación de políticas públicas que disminuyan la brecha económica entre el primer y segundo eslabón de esta cadena importante para la economía de la región.

Palabras clave: Centro de acopio, mercadeo de bovino, comercializadores, fijación de precios.

Abstract

With the intention of constructing an overall approach of how the marketing of live cattle works around the Company of Fairs and Slaughterhouses of Caquetá (COFEMA S.A.). This study inquired about the roles of those stakeholder responsible for prices in the purchase and sale of such cattle. The results obtained aim to the creation of public policies that reduce the economic gap between the first and second link in this important chain for the economy of the region.

Key words: Storage center, cattle marketing, traders, price setting.

Introducción

Según el censo bovino realizado por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) en el 2015, la "Población Bovina en el país está distribuida en 495.609 predios y constituida aproximadamente por 22.527.783 animales, ubicados principalmente en los departamentos de Antioquia (11,25%), Córdoba (8,45%), Casanare (8,43%), Meta (7,38%), Cesar (6,30%), Santander (6,29%), Caquetá (5,79%), Magdalena (5,50%) y Cundinamarca (4,74%) que agrupan el 64,13% de la población total nacional" (ICA, 2015). En el caso del departamento del Caquetá, dicho informe señala que existe un inventario de bovinos de 1.304.403 reses, ubicadas en 12.726 predios, lo que convierte esta actividad agropecuaria en una de las mayores generadoras de empleo en los últimos años

Bajo este contexto, se puede decir que la producción de ganado bovino en Colombia es una actividad en crecimiento, con una importancia socio-económica por los empleos directos e indirectos que esta genera, sin embargo presenta serios inconvenientes en lo que respecta a su comercialización, debido a la falta de adopción de políticas que permitan una estabilización en los

precios de producción y comercialización en busca de unas mejores condiciones para este mercado, al respecto estudios encontraron que:

"el país carece de una infraestructura básica que permita la movilización rápida, adecuada y económica, lo cual sumado a los bajos niveles de productividad hace que se pierda competitividad, adicionalmente la baja transformación de los productos ganaderos no permite el desarrollo de esquemas modernos de comercialización" (Mahecha, Gallego y Peláez, 2002, p.213).

En lo que tiene que ver con la comercialización, se dice que *"la comercialización es la distribución de un producto entre la producción y el consumo, por lo que el uno debe considerar al otro"* (Caldentey y De Haro, 2004). En el caso del municipio de Florencia, existen dos establecimientos en los cuales se realiza la comercialización de ganado en pie, una se denomina Corralejas y la otra es la Compañía de Ferias y Mataderos del Caquetá "COFEMA", lugar donde se desarrolló esta investigación. En este sitio se realiza la comercialización de bovinos en pie, mediante la participación activa de productores, comisionistas o intermediarios, engordadores y finalizadores que aportan bovinos en pie para abastecer el mercado principalmente

*Autor para Correspondencia: yo.cuellar@udla.edu.co

del Valle del Cauca y la región de la costa atlántica, donde los precios son fijados bajo criterios especulativos, en el que la oferta y la demanda juegan un papel protagónico, generalmente esta comercialización es realizada principalmente en el centro de acopio, que concentra un sin número de comisionistas que reciben ganado en pie directamente de las fincas o mediante ferias, a fin de realizar su comercialización a cambio de una comisión que en el caso del municipio de Florencia, según las encuestas realizadas oscila entre el 3% y el 5% sobre el precio de venta del animal. Las personas que se dedican a este tipo de negocio no necesitan capital, en razón a que los dueños del ganado con quienes realizan las transacciones de compra, les otorgan plazos similares a los que ellos le conceden a sus clientes para la cancelación de las reses vendidas. En dicho centro de acopio han establecido relaciones comerciales con productores y colocadores desde hace muchos años, en este mercado entran y salen frecuentemente los comisionistas debido a la falta de organización, es de resaltar que la compañía COFEMA S.A no tiene ningún vínculo contractual con los comercializadores de ganado en pie, su única función es el alquiler de corrales y el servicio de pesa de los semovientes, el cual se cobra por kilo y su valor lo asume el productor primario o ganadero.

Esta labor de comercialización en su gran mayoría no puede estar a cargo del productor primario, debido a diferentes problemas como la infraestructura, recursos limitados, falta de organización, entre otros, motivo por el cual se debe acudir a los intermediarios, quienes se encargan de realizar la compra al productor, e iniciar una cadena que termina cuando la carne llega al consumidor final.

El propósito de esta investigación fue el de analizar cómo funciona la comercialización de ganado bovino en pie entorno a la Compañía de Ferias y Mataderos del Caquetá (COFEMA) Florencia-Caquetá, como principal centro de acopio, destacando que el mercadeo, es realizado por unos intermediarios que no están establecidos legalmente pero que utilizan las instalaciones de esa organización, para efectuar el proceso de compra y venta con fin de comprender el funcionamiento de este mercado, los determinantes de los precios de compra y venta del ganado en pie, así como los costos identificados en el primero y segundo eslabón de esta cadena.

Cabe señalar que este tipo de trabajos son importantes para generar fundamentos que permitan de alguna manera mejorar la información de los diferentes actores involucrados en la cadena productiva, en razón a que los resultados de estas investigaciones van a permitir la generación de estrategias que permitan la intervención del Estado, el fortalecimiento de los productores primarios y los comercializadores que se necesitan para forjar y mantener los empleos tanto directos como indirectos que se derivan de este renglón de la economía como es el sector de la ganadería, que en el departamento del Caquetá ocupa el primer lugar.

Esta investigación se basó en un estudio descriptivo y fueron aplicadas encuestas a los comercializadores y productores de ganado, a directivos de COFEMA y al Gerente del Comité de Ganaderos del Caquetá, para conocer el papel que desempeñan estas organizaciones en los procesos de comercialización de bovinos en pie y su percepción sobre la actividad de mercadeo de bovinos en el municipio de Florencia.

Comercialización de Ganado en Colombia

Según el estudio realizado por la superintendencia de Industria y Comercio, durante los años 2009-2011, resalta que en Colombia la ganadería es uno de los sectores más dinámicos de la economía nacional, tanto a nivel de producción como de generador de empleo, contribuyendo al 20% del PIB agropecuario, al 1,7% del PIB nacional y generando 950.000 empleos directos que a nivel porcentual equivale el 20% del empleo en el sector agropecuario y el 7% del total nacional. De igual manera dicho documento manifiesta que *“La industria de carne bovina en Colombia está constituida por cinco grandes eslabones que consisten en: la producción de ganado en fincas, la comercialización de ganado en pie, la industrialización por parte de las plantas de sacrificio y procesadoras de alimentos, los canales de distribución de carne fresca y sus derivados, y la transformación de los productos cárnicos. De estos procesos se obtienen algunos subproductos comestibles y no comestibles como el cuero, grasas y sebos para uso industrial, sangre, vísceras, entre otros”* (Estudio sectorial carne bovina en Colombia (2009-2011).

Cabe resaltar que uno de los principales problemas identificados en la producción primaria, hace referencia la cría de ganado, con fines comerciales *“tiene tres etapas bien diferenciadas, que en la mayoría de los casos se separan físicamente y están a cargo de personas diferentes. La primera etapa,*

la crianza, es el negocio de producir terneros y venderlos al destete. El levante es la etapa intermedia durante la cual el ganado adquiere la mayoría de su peso. Y la etapa final, engorde o cebado, corresponde a los últimos 3 o 4 meses de alimentación antes del sacrificio. Un primer problema es que estos tres eslabones de la cadena están muy pobremente integrados. El ganado cambia de manos frecuentemente y, como las tres etapas suceden en sitios diferentes, hay muchas ineficiencias que, de entrada, aumentan los costos” (Guarín, 2008, p.108).

En el informe DANE 2012, se encontró que “primera fase productiva directamente relacionada con la carne bovina (producción primaria) en Colombia, en el hato ganadero se encuentran animales para tres propósitos: cría y ceba, doble actividad y lechería especializada. Los sistemas de producción más comunes en el país son el mixto y el confinamiento semiestabulado”.

De igual manera, en el informe del DANE 2012, FEDEGAN identifica la cadena productiva de la carne bovina en Colombia,(Figura 1).

Para el caso de esta investigación, el eslabón de la cadena que fue objeto de estudio, es el tercero, el cual está relacionado con la comercialización de ganado en pie a través de comisionistas o colocadores, donde la oferta y la demanda determinan el precio al productor y donde la modalidad utilizada es la feria de ganados.

Con respecto al ingreso de ganado en pie reportado por la Compañía de Ferias y Mataderos del Caquetá S.A, para el año 2015, por concepto de servicio de pesaje fue de 59.692 bovinos, lo que quiere decir que en promedio ingresaron 4.925 cabezas de ganado mensual, sin embargo, de estos fueron embarcados para otros departamentos un

promedio 2.698 bovinos en pie al mes (figura 2), en este sentido se puede afirmar que esta es una actividad económica importante para la región, teniendo en cuenta que la comercialización de ganado en pie es una actividad de que a la par es desarrollada en otros municipios del departamento.

Metodología

La propuesta metodológica es de corte cualitativo y se basó en un estudio descriptivo. De acuerdo con lo anterior, este tipo de estudios le permiten al investigador conocer y entender las condiciones, prácticas y cualidades de las diferentes actividades que deben desarrollar los comercializadores a la hora de ejecutar sus funciones y el rol que juegan en este proceso de compra y venta de ganado bovino en pie, para posteriormente realizar unos análisis que le ayuden a dar explicaciones significativas y aporten al conocimiento, a fin de dilucidar las generalizaciones.

Frente los estudios descriptivos de dice que: “son realizadas para describir algo, describir comportamientos de la gente frente a su realidad social, la mayor parte de los estudios sobre mercado, política electoral, estudios socioeconómicos, son investigaciones de este tipo. Para obtener una descripción completa y exacta de una situación se hace necesario un diseño formal, de modo tal que se cubran todas las fases deseadas” (Ángel, 2011 p.57).

El tamaño de la muestra es no probabilístico, lo cual le permitió al investigador elegir al sujeto de estudio, en razón a que los comercializadores no están organizados legalmente, dificultando tener

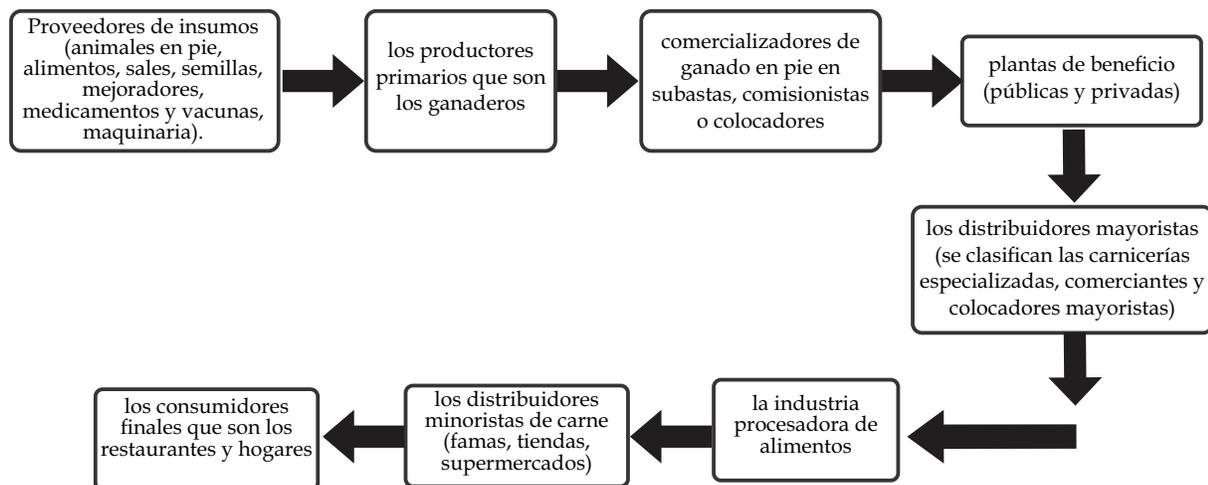


Figura 1. Cadena Productiva de la Carne Bovina. Fuente: Elaboración propia con información de la Federación Colombiana de Ganaderos, 2009.

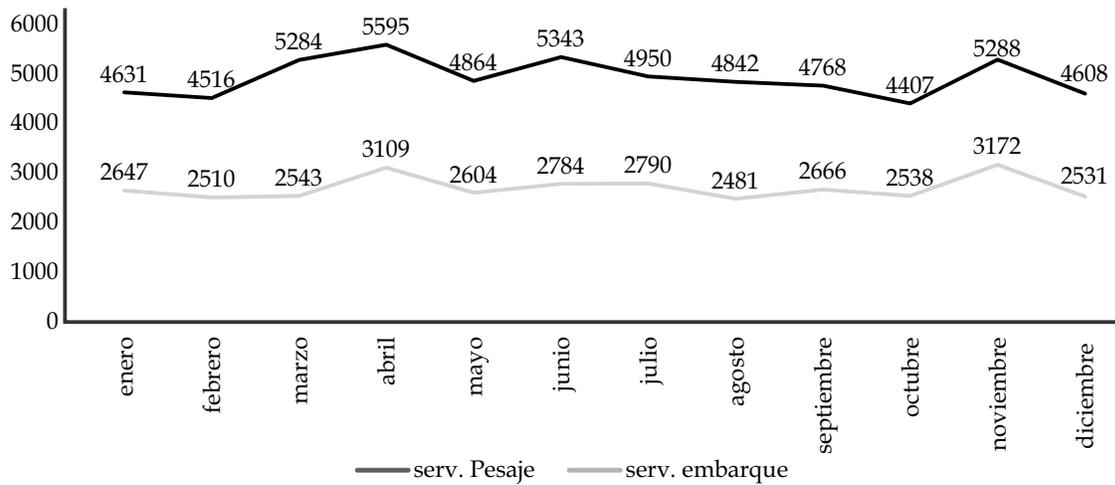


Figura 2. Servicio de Pesaje y Embarque prestado por COFEMA 2015. Fuente: Elaboración propia con información suministrada por COFEMA S.A.

un dato exacto de esta población objeto. Frente a esta situación fueron utilizados otros instrumentos manejados por los investigadores, tales como la observación, la clasificación de información documental, informes, artículos, publicaciones y otras investigaciones relacionadas con el tema. De igual manera se estableció al azar varios productores que traen su ganado para ser mercadeado con el apoyo de los comercializadores que se ubican en torno a las instalaciones de COFEMA. La recogida de la información se llevó a cabo a través de cuestionarios dirigidos a la población de comercializadores, 28 en total y a un segmento de productores de ganado a quienes fueron realizadas en total 10 encuestas; también es de manifestar que fueron ejecutadas 3 entrevistas a profundidad a un representante de COFEMA S.A, al gerente del Comité de Ganaderos del Caquetá y al gerente de la Cámara de Comercio de Florencia para el Caquetá.

El trabajo de campo de esta investigación está basado en tres cuestionarios: uno dirigido a los comercializadores de ganado en pie, a fin de conocer cómo están organizados, tiempo en el cual llevan realizado esta labor, identificación de su desempeño en este tipo mercado, su rentabilidad y las pautas que ellos dan para que mejore este ejercicio laboral. En el caso de los productores la encuesta busco conocer su opinión respecto al mercadeo de ganado en pie, cual es la utilidad que ellos identifican en ese proceso de producción y cuáles son las debilidades reconocidas por ellos en

lo que concierne el tema de la comercialización de ganado en pie y desde su percepción cuales serían las recomendaciones para mejorar esta actividad. Para el caso de las entrevistas a profundidad, se buscó conocer cuál es la función que cumple COFEMA S.A, quien fija los precios de compra y venta de ganado en pie, como están organizados esos comercializadores y que incidencia tiene el Comité de Ganaderos del Caquetá y la Cámara de Comercio de Florencia para el Caquetá a la hora de establecer los precios de mercadeo.

Resultados y discusión

La actividad ganadera en el departamento del Caquetá es de gran importancia para la economía de la región, en razón a la generación de empleos directos e indirectos, teniendo en cuenta la cadena productiva, es así como la actividad de comercialización entorno a la Compañía de Ferias y Mataderos del Caquetá (COFEMA S.A.), ubicada en el municipio de Florencia, se pueden mercadear entre 4.000 y 2600 cabezas de ganado mensual, que para el año 2015 se negociaban a razón de \$3.700 y \$3.200 kilo, dependiendo de la calidad que ha ojo establece el comercializador.

Esto significa entonces que mensualmente si tomamos el mínimo de 2.600 unidades de bovinos que pesen en promedio 400 kilos, a un precio de venta de \$3.700 el kilo, se estarían moviendo en promedio \$3.848 millones de pesos al mes, solo en lo relacionado con la actividad que desarrollan los

comercializadores de ganado bovino en pie. Con referencia a lo anterior, en el departamento del Caquetá, cabe resaltar que la producción ganadera ha tenido una leve disminución, si tenemos en cuenta el comportamiento entre los años 2010 y 2014, para el año 2011 presenta el mayor número de cabezas de ganado bovino con una producción de 1.341.012 disminuyendo en 46.294 unidades de bovinos para el año 2014.

En relación al número de cabezas de ganado bovino reportado para el año 2015, se tiene que en el departamento del Caquetá, esta cifra creció en 9.685 unidades, en comparación al dato obtenido en el año 2014. Bajo este escenario se puede evidenciar que la ganadería es una actividad económica importante en el departamento del Caquetá y la actividad comercial que hace parte de la cadena, es importante para el abastecimiento del mercado tanto interno como para otras ciudades del país.

La comercialización de ganado bovino en pie para la ejecución de esta investigación se da a través de la Feria de Ganados: *“Bajo esta modalidad, es la oferta y la demanda de ganados, la que determina el precio al productor. Opera bajo un mecanismo de comisionistas, quienes compran al ganadero y venden para el engorde, al carnicero o efectúa la venta al detal”* (Superintendencia de Industria y Comercio, 2011).

Para los productores primarios, que en este caso son los ganaderos, los comercializadores son profesionales que desarrollan una labor determinante en el encadenamiento de la producción de carne bovina, en razón a que son ellos los encargados de la compra y venta, el traslado y distribución de los bovinos en pie que se concentran en torno a la planta de sacrificio de COFEMA, sin embargo se encontró que estos no están organizados, pese a su valor representativo en este mercado. Los comercializadores que fueron encuestados y que realizan esta labor, son exclusivamente hombres, los cuales se encuentran en un rango de edad que oscila entre los 23 y los 54 años de edad, cabe agregar que el 39% de los comercializadores llevan ejerciendo esta profesión desde hace más de quince años, tal como se puede evidenciar en el figura 3.

Por otra parte, es de manifestar que al cruzar la información de funcionarios de COFEMA, comerciantes de ganado y productores primarios, se puede establecer que no hay una regulación que direcciona o marque las pautas para el desarrollo de esta profesión de comercialización de ganado bovino en pie, los precios que determinan la

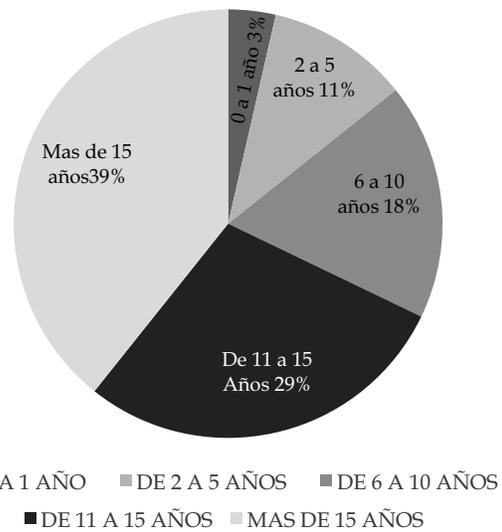


Figura 3. Tiempo de Dedicación a la Comercialización de ganado Bovino en Pie. Fuente: esta investigación.

comercialización del ganado en pie son establecidos de acuerdo a la oferta y la demanda, sin embargo algunos comerciantes dicen que los precios son fijados, de acuerdo a la información suministrada por el municipio de Cali, quien es el principal receptor del ganado en pie que sale fuera del departamento del Caquetá, no existe una regulación de los precios en la compra y venta de estos semovientes; además la comercialización y los precios que se estipulan en una venta muchas veces son puestos por un mutuo acuerdo del comprador y vendedor y otro funciona a ojo donde según el comprador, la calidad se da por las condiciones que tiene el bovino a la hora de la negociación; frente a esto se encontró que el precio lo establece el comercializador y en ello no se tiene en cuenta los costos de producción, al respecto las encuestas demostraron que en ocasiones los productores no tienen claridad respecto a quien es el que determina el precio final del kilo de carne de ganado en pie, figura 4.

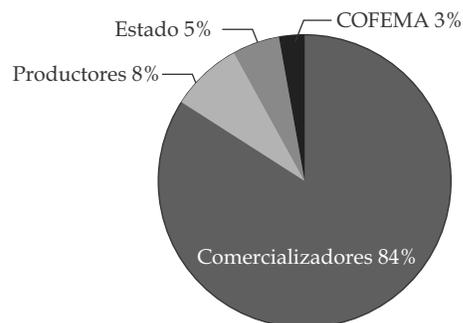


Figura 4. Establecimiento del precio por kilo de ganado en pie. Fuente: esta investigación

Frente al establecimiento de los precios ofertados por los comercializadores, los productores primarios encuestados, manifestaron que ellos prefieren llevar al comprador de ganado a su finca, en lugar de comercializarlo directamente en torno a las instalaciones de COFEMA, en razón a que el mercado que se regula allí es de acuerdo a la oferta y la demanda que haya en ese momento. Todo esto obedece según los productores, a que no les son reconocidos todos los costos que ellos deben asumir, en especial el de mano de obra que es el más oneroso. De igual manera estos identifican varias dificultades para la realización de su actividad ganadera, la cual está relacionada especialmente con el clima variante de la región, los altos costos de producción y en ocasiones el transporte de los animales, aunado a esto también se cuenta con la falta de una regulación de precios de mercado, lo que genera pérdidas para el sector primario. Así mismo los productores primarios, consideran necesario mejorar los servicios que presta el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), en lo relacionado con el transporte, donde se debe realizar la solicitud de guía sanitaria de movilización interna y la demás tramitología que requieren a la hora de vender los semovientes.

Cabe agregar que el 30% de los comercializadores entrevistados, reveló que a la hora de movilizar o trasladar los bovinos, se presentan problemas con los trámites ante las autoridades sanitarias, considerando que esto se debe en parte a la tramitología, otro dificultad que identificaron es la relacionado con los costos de transporte, donde no se tiene conocimiento como se establecen los precios por kilómetro y consideran que son elevados debido a la topografía que presenta el departamento y las vías en mal estado que deben recorrer para entregar la carga en el departamento del Valle del Cauca. Anudado a esto, también se tiene otro agravante y es el tener que transportar este ganado en vías poco transitadas lo cual presenta en algunas oportunidades problemas de hurto, acarreado pérdidas directas al comercializador.

En cuanto a razas, no hay el manejo de razas puras en razón a los altos costos de producción y a la poca demanda que se tiene, ya que los comercializadores exigen ganado económico y no se cuenta con la infraestructura que esto requiere, es así como los comercializadores identificaron que las razas más solicitadas son las cruzadas y las mestizas, el promedio de peso de los bovinos adquiridos oscila entre los 380 y 450 kilos.

Con respecto a la fijación de precio por kilo de bovino en pie, el presidente de Comité de Ganaderos de Caquetá, (organización que agremia a los productores primarios) manifestó que este no se encuentra regulado, en razón a que los precios establecidos por los comercializadores se negocian ligados a la libre oferta y demanda, lo cual hace que esté presente volatilidad. Esta situación hace que muchos de los productores primarios no recuperen la inversión y mucho menos permitan un margen de utilidad, en algunos casos se cubre el punto de equilibrio, en razón a que el precio de comercialización no ha evolucionado al ritmo que evolucionan los costos de producción.

En esta actividad los comercializadores fijan algunos elementos o reglas de juego para efectuar su función, por un lado establecen la cuarentena, para asegurarse que el rumen del bovino este lo suficientemente vacío (en promedio esto puede pesar 40 kilos) y el comprador debe asegurarse que compra más carne que desecho. Si por algún motivo esto no se da, el comercializador descuenta aproximadamente el 5% del valor total del peso del animal. Una vez se determina el peso del animal se pautan los plazos de pago o en algunas ocasiones se gira cheque posfechado. Esta actividad de pesaje es importante para los comercializadores, por lo cual el 90% de los entrevistados manifestó que si estos bovinos no son pesados o no se cumpla con lo pactado con sus clientes en cuanto a calidad y rendimiento del animal de acuerdo a los parámetros establecidos mediante una planilla, estos descuentan los porcentajes de no rendimiento del animal, disminuyendo estos valores del pago adeudado. Es por esto que si se equivocan, estos valores son descontados automáticamente de su pago; lo cual se constituye para ellos en una pérdida directa, en razón a que estos clientes en su gran mayoría son comercializadores de carne que abastecen grandes mercados.

Para no tener que asumir estas pérdidas, El 90% de la compra-venta del ganado es realizado mediante la pesa en báscula, en el centro de acopio, que para este caso se paga este servicio a COFEMA y el coto lo asume el vendedor, el 10 de comercializadores manifestó que por las características del animal, el peso se realiza a ojo mediante un cálculo aproximado.

La comercialización del ganado bovino en pie, utiliza diferentes métodos que determinan el precio por cabeza de animal, de una manera que

no está regulada y que nada tiene que ver con los costos que debe incurrir un productor, de igual manera se evidencio que en su gran mayoría los comerciantes utilizan un servicio que ofrece COFEMA llamado bascula, por ser una herramienta exacta para determinar peso y precio al bovino, sin embargo otra forma comúnmente utilizada es el método conocido como al ojo, es decir con conocimiento empírico del negocio de la compra y venta del ganado, *“si bien en las negociaciones se tienen en cuenta algunos parámetros y características propias del ganado, como es el peso y la procedencia de los animales, la definición de precios de venta y compra también se efectúa por criterios subjetivos o mejor conocido transacciones al ojo (“ojímetro”). Una modalidad corriente de comercialización es mediante la definición previa entre mayoristas y/o ganaderos-comerciantes con los colocadores sobre los parámetros y condiciones de entrega del ganado. En el caso que estos requisitos no se ajustan, los últimos establecen castigos en el precio, que debe ser aceptado por el proveedor con el ánimo de conservar los nexos comerciales”* (Buitrago y Castillo, 2007, p. 49).

Frente a esa forma de establecer la calidad del animal, el Gerente del Comité de Ganaderos, mostró su desacuerdo con esta práctica porque la considera subjetiva, en razón a que la calidad no se da por el color del pelo, su tamaño sino por la calidad de su carne y esto se cualifica en canal, por lo que considera que afecta la productividad del sector primario, haciendo que por esta vía la comercialización es injusta. Esta es una práctica que se realiza constantemente *“La subjetividad en los procesos de compra de ganado cebado se manifiesta en los criterios que utilizan los compradores: raza, color, edad, peso y conformación de la estructura ósea, a la cual se corresponden cualidades como sabor, terneza y el rendimiento. Los intermediarios califican como ganado de primera aquel ganado Cebú entre 2,5 y tres años con un color blanco aperlado además de otras características. Aunque las propuestas de clasificación de canales no establecen asociación alguna con el color de la res”*. (Vargas & otros, 1999, p. 142)

Por su parte los comercializadores, manifestaron que en el desarrollo de su labor, ellos deben asumir varios riesgos, una vez adquieren el bovino en pie, entre estos ellos identificaron los siguientes: los hurtos de ganado, pérdida ganado y muerte, riesgos laborales, transporte y animales enfermos, golpe de algún animal y manejo de los altos índices de cartera, consideran que esta actividad comercial se puede mejorar, teniendo en cuenta lo relacionado con el pago, cabe decir que por ser a

crédito muchos de ellos han tenido que asumir perdidas de su propio pecunio. Frente a todas estas situaciones identificadas, estos creen que para mejorar su trabajo y de los productores primarios, se debe fortalecer el sector ganadero a través del mejoramiento y adecuación de las vías terciarias, generar políticas públicas para la estabilidad de precios en los insumos y los precios de transporte, de igual manera se requiere de la obtención de seguros contra todo riesgo y el mejoramiento de las razas bovinas.

En referencia al tema de los costos, los comercializadores de ganado bovino en pie, manifestaron que los costos de pesaje, transporte desde la finca a las instalaciones de COFEMA y la guía sanitaria de movilización interna (GSMI) expedida por el ICA, son asumidos por los productores primarios, ya cuando el ganado es recibido por ellos, los costos de transporte a otros departamentos, son reconocidos por el receptor con quien se negocia el ganado, sin embargo frente a esto los comercializadores revelaron que si bien no asumen costos directos, si deben apropiarse de las perdidas totales, en caso de que el ganado embarcado se pierda o presente inconvenientes antes de ser recibido, así mismo como es un negocio a ojo, en lo que se refiere a calidad, si no se cumplen las expectativas exigidas por el cliente en lo concerniente al rendimiento de la res, las perdidas generadas son descontadas directamente del pago, debido en gran parte a que este se realiza en un lapso de 20 o 30 días posterior a su recibido. Esto quiere decir que ellos como comercializadores compran a crédito pero también venden a crédito, frente a esto es de resaltar que los clientes en su gran mayoría son abastecedores de carnicerías, hipermercados y almacenes de cadena y el principal receptor en este caso es el departamento del Valle del Cauca.

Por otra parte estos comercializadores enfatizaron que al no ser un comercio organizado, no se exigen garantías, en muchas de estas ventas, lo cual en ocasiones ha generado perdidas porque el comprador giro un cheque sin fondos, o por que este se declaro en quiebra etc, frente a este panorama no se cuenta con ningún respaldo haciendo que esta labor sea una labor de alto riesgo. En el estudio realizado por Roman, 2012, se dice que *“La comercialización de la carne es un negocio de alto riesgo, por la falta de instrumentos legales y el pago posterior a la facturación del producto, situación que legalmente imposibilita al vendedor para poder hacer una acción legal al respecto”* frente a esto,

es claro que la red de distribución de carne sujeta a unos precios no regulados, hace que los recursos de intermediación entre productor primario y consumidor final, se quede en manos de terceras personas.

Para los comercializadores que llevan ejerciendo esta actividad, consideran que el ingreso por kilogramo alcanzado es importante por el volumen de bovinos que operan y el periodo de tiempo, según ellos, concretar un negocio pueden tomar entre 4, 8 o 24 horas, para realizar sus operaciones, igualmente ellos manifiestan que si bien comercializan por kilo, estos precios distan mucho de los montos por libra de carne que llega a manos del consumidor final, ante esta situación afirmaron que desconocen los procesos y costos que involucran los grandes hipermercados, los almacenes de cadena y los expendedores de carne para establecer los precios de venta, en razón a que es un mercado poco conocido.

Conclusiones

Es claro que para la comercialización del ganado bovino en pie, se utilizan diferentes métodos que determinan el precio por cabeza de animal, de una manera que no está regulada y que nada tienen que ver con los costos que debe incurrir un productor, de igual manera se evidenció que en su gran mayoría los comerciantes utilizan un servicio que ofrece COFEMA llamado bascula, por ser una herramienta exacta para determinar peso y precio al bovino, sin embargo otra forma comúnmente utilizada es el método conocido como al ojo, es decir con conocimiento empírico del negocio de la compra y venta del ganado en pie.

Se hace necesario que el gobierno nacional motive la construcción de políticas públicas, que permitan incrementos en la comercialización de bovinos en pie y también regule los precios de comercialización que interfieren para llegar al consumidor final, en razón a que otros sectores que no hacen parte de la fase de producción generan las mayores utilidades, establecen un precio alto y fijan sus expectativas a corto plazo, mientras el productor primario presenta un significativo margen de rezago por el tiempo y los recursos que debe invertir para sacar un bovino al mercado, donde la mayoría de las veces no se reconoce el costo de la inversión.

Es preciso conocer la estructura establecida por los grandes hipermercados, los almacenes de cadena y expendedores de carne, para el establecimiento

de precios al consumidor final, ya que estos varían dependiendo el sitio de venta, es perentorio entender cómo funciona este otro comercio que está generando limitaciones, para que un grueso de la población no pueda acceder a su consumo de un producto de importancia para el ser humano.

Tanto productores primarios, como comercializadores y el Gerente del Comité de Ganaderos del Caquetá, coincidieron que es preciso fomentar una mejor productividad y competitividad del sector ganadero, que apunte al mejoramiento de razas de ganado bovino, de igual manera se requiere también de una buena infraestructura vial para el departamento, ya que los costos de transporte tanto de insumos como de ganado en pie son onerosos, haciendo que estos se vean reflejados en los precios del producto final.

Frente al tema de la calidad, es necesario establecer otros sistemas de comercialización que no sean los de ganado en pie, si no en canal, frente a esto se requiere de una mejor infraestructura de la empresa dedicada al sacrificio, en razón a que varios productores primarios manifestaban que cuando se hacía esta labor por parte de COFEMA, esta empresa si les pagaba de acuerdo al rendimiento y calidad de la carne del animal, teniendo en cuenta unos parámetros y esto les garantizaba un buen pago.

En los comercializadores que se ubican en torno a COFEMA, se pudieron identificar dos tipos de intermediarios, unos locales (en menor cantidad) y otros no locales. Los primeros se enfocan en la compra de animales como vacas de menor calidad para suplir las necesidades del mercado de las famas de Florencia y los segundos son colocadores por encargo de unos mayoristas a los cuales les deben cumplir con unas características específicas de calidad, donde el peso y edad son determinantes para abastecer las exigencias de mercados nacionales especializados.

Literatura citada

Ángel, J. 2011 Modelo Práctico para la investigación social. Una metodología para el estudio de fenómenos políticos, jurídicos y culturales. Universidad Libre. Bogotá D.C.

Buitrago, W. y Castillo, J. 2007. Comercializadora de ganado bovino en pie proveniente de San José del Guaviare y Monterrey Casanare hacia el centro del país con distribución en canal a almacenes de cadena ubicados en Bogotá. Tesis de grado, Facultad de Administración de

- Empresas Universidad de la Salle. Bogotá D.C.
Caldentey, A., De Haro, T. (2004).
Comercialización de Productos Agrarios. Quinta Edición. Editorial Agrícola Española. España. 347 p.
- COFEMA, (2014). Página Web. Recuperado en:
<http://www.cofemacaqueta.com.co/v2/index.php?op=sec&view=12&sid=90caeebeada53b29c927a0adb811a9b9>
- Guarín, A. 2008. Carne de cuarta para consumidores de cuarta. Revista de Estudios Sociales No. 29. Disponible en: www.die-gdi.de/uploads/media/Guarin_Carne_de_cuarta.pdf.
- Informe FONAVI 2014, disponible en http://www.fenavi.org/index.php?option=com_content&view=article&id=2160&Itemid=556
- Mahecha, L., Gallego, L., Peláez F., 2002 Junio). Situación actual de la ganadería de carne en Colombia y alternativas para impulsar su competitividad y sostenibilidad. Revista colombiana de ciencias pecuarias. Recuperado en :
<http://rccp.udea.edu.co/index.php/ojs/article/viewFile/89/88>
- Orantes, M., Vilaboa, J. Ortega, E. y Córdova, V. 2010. Comportamiento de los comercializadores de ganado bovino en la región Centro del estado de Chiapas. Revista Quehacer Científico en Chiapas. Pág. 51-56. México.
- Román, H. Aguilera, R. Patraca, A. 2012. Producción y Comercialización de Ganado y Carne de Bovino en el Estado de Veracruz. Comité Nacional del Sistema Producto Bovinos Carne. México.
- Superintendencia de Industria y Comercio. Estudio sectorial carne bovina en Colombia 2009 - 2011. Disponible en :
<http://www.sic.gov.co/drupal/masive/datos/estudios%20economicos/Documentos%20%20elaborados%20por%20la%20Delegatura%20de%20Protecci%C3%B3n%20de%20la%20Competencia/2011/Carne2012.pdf>. Fecha de consulta, marzo de 2015.
- Vargas, J., Restrepo, E., y Leal, A. 1999. "La Estructura de Comercialización y Sacrificio del Ganado Gordo en Colombia". CEGA-FEDEGAN.