



Revista Mexicana de Agronegocios

ISSN: 1405-9282

salomon@santana.uson.mx

Sociedad Mexicana de Administración

Agropecuaria A.C.

México

Martínez Castro, César Julio; Cotería Rivera, Julián; Arceo Merales, Osiris Lizzeth;
Damien Forsythe, Eric; Kido Cruz, Ma. Teresa
AGENTES Y MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN DEL GANADO BOVINO PARA
ABASTO EN LOMA BONITA, OAXACA

Revista Mexicana de Agronegocios, vol. 36, enero-junio, 2015, pp. 1188-1198

Sociedad Mexicana de Administración Agropecuaria A.C.

Torreón, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14132408005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

AGENTES Y MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN DEL GANADO BOVINO PARA ABASTO EN LOMA BONITA, OAXACA

César Julio Martínez Castro¹, Julián Cotera Rivera¹, Osiris Lizzeth Arceo Merales¹,
Eric Damien Forsythe¹, Ma. Teresa Kido Cruz¹

Agents and Marketing Margins of Cattle Slaughter in Loma Bonita, Oaxaca

ABSTRACT

This work had two objectives: 1) identify and characterize the participating agents in the marketing process of cattle destined for slaughter in the city of Loma Bonita, Oaxaca, and determine the Gross Marketing Margin (GMM) and the Direct Participation of the Producer (DPP) in said process. We identified three direct agents (producer, butcher, and consumer) and an indirect agent (municipal abattoir). We designed a questionnaire for each agent and administered them to 120 producers, 18 butchers, 270 consumers, and one to the manager of the municipal abattoir. The results show that the Direct Participation of the Producer (DPP) is only 23.6% and the Gross Marketing Margin (GMM) obtained by the butchers is 76.4%. We concluded that economic and cultural factors play an important role in the existence of a market that demands beef from culled cattle since the consumer in Loma Bonita, Oaxaca prefers fresh meat over the frozen meat which is sold by local supermarkets.

Keywords: Dual-purpose cattle, culled cattle, marketing agents, gross marketing margin, direct participation of the producer.

RESUMEN

Este trabajo tuvo dos objetivos: 1) identificar y caracterizar a los agentes participantes en el proceso comercial del ganado bovino destinado al abasto en la ciudad de Loma Bonita, Oaxaca, y 2) determinar el Margen Bruto de Comercialización (MBC) y la Participación Directa del Productor (PDP) en dicho proceso. Se identificaron tres agentes directos (productor, carnicero y consumidor) y un agente indirecto (rastrero municipal). Se elaboró un cuestionario para cada agente, aplicándose 120 a productores, 18 a carniceros, 270 a consumidores y uno al encargado del rastrero municipal. Los resultados muestran que la Participación Directa del Productor (PDP) del precio final pagado por el consumidor, es de sólo el 23.6% y el Margen Bruto de Comercialización (MBC) obtenido por los carniceros es de 76.4%. Se concluye que los factores culturales y económicos juegan un papel muy importante para la existencia de un mercado que demanda carne de ganado de desecho, ya que el consumidor en Loma Bonita, Oaxaca se inclina por la carne fresca del día, por encima de la congelada que se oferta en tiendas de autoservicio de la localidad.

Palabras clave: Ganadería bovina de doble propósito, ganado de desecho, agentes de comercialización, margen bruto de comercialización, participación directa del productor.

INTRODUCCIÓN

En México se han clasificado cuatro regiones ecológicas-ganaderas: 1) árida y semiárida, 2) templada, 3) trópico seco y, 4) trópico húmedo (ASERCA, 1995; FIRA, 1999), de las cuales las regiones tropicales se distinguen por aportar el 46% de la carne de ganado bovino que se consume en el país (Fundación Produce Oaxaca, 2007) y concentrar el 45% del inventario bovino nacional (Chalate et al., 2010).

¹ Universidad del Papaloapan Campus Loma Bonita. Av. Ferrocarril s/n. Col. Cd. Universitaria. Loma Bonita, Oaxaca. C.P. 68400. Tel/Fax. (281)87 2 92 30 Ext. 220, e-mail: c_julios4@hotmail.com; juliancotera@hotmail.com; liz_mar_510@hotmail.com; eric_forsythe@hotmail.com; terekido@hotmail.com

En la región tropical del Papaloapan del estado de Oaxaca destaca el municipio de Loma Bonita, con un inventario de 27,868 cabezas de ganado bovino, ubicándose como el sexto municipio más productivo de la entidad (INEGI, 2007). En este lugar, la ganadería de doble propósito juega un papel importante como abastecedora de leche para la agroindustria láctea y del comercio de toretes en pie para engorda y ganado para abasto de carne.

Sin embargo, a pesar de la importancia de la ganadería bovina en localidades como Loma Bonita, Oaxaca, han sido pocos los estudios en regiones tropicales que han abordado aspectos relacionados con la producción y venta de bovinos, a pesar de que estos permiten tener un panorama de las características distintivas de los diferentes agentes comerciales que participan en el proceso de compra-venta, de los beneficios que se apropian, de la forma de realizar sus actividades, entre otros aspectos que se consideran relevantes para mejorar la competitividad de los involucrados y eficientar el sistema de comercialización de productos y subproductos bovinos en su conjunto (Vilaboa et al., 2009a).

Considerando lo anterior, se hace necesario realizar mayores esfuerzos y estudios para entender el proceso comercial de la ganadería bovina de doble propósito y de los productos que se derivan de ella (Martínez et al., 2012), por lo que los objetivos planteados en este trabajo fueron: 1) identificar y caracterizar a los agentes participantes en el proceso comercial del ganado bovino destinado al abasto en el municipio de Loma Bonita, Oaxaca, y 2) determinar el Margen Bruto de Comercialización (MBC) y la Participación Directa del Productor (PDP).

METODOLOGÍA

La investigación se llevó a cabo durante el periodo de agosto del 2011 a enero del 2012, en la cabecera municipal de Loma Bonita, Oaxaca. Se inició dando un seguimiento al ganado bovino desde que sale de la explotación pecuaria hasta que llega al consumidor final (González et al., 2009). En este proceso se identificaron tres agentes directos de comercialización (productor, carnicero, consumidor) y uno indirecto (rastros municipal) (Vilaboa et al., 2010 y 2009a). Para cada agente identificado se diseñó y aplicó un cuestionario. El tamaño de la muestra para productores y consumidores se determinó por medio de la ecuación utilizada por Vilaboa et al. (2009c):

$$n = \frac{(p)(q)(N)(4)}{E^2(N-1) + 4(p)(q)}$$

Donde: N = número de elementos del universo; n = número de elementos de la muestra; p = % estimado; q = 100 – p (probabilidad de fracaso); E = error permitido (6%).

En el caso de los ganaderos pecuarios, el número de elementos del universo lo conformaron los 212 integrantes de la Asociación Ganadera Local de Loma Bonita, Oaxaca, mientras que para los consumidores el total de viviendas habitadas (8,985) en la cabecera municipal (INEGI, 2010). De esta forma y sustituyendo valores, los tamaños de las muestras calculadas para productores y consumidores respectivamente fueron:

$$n = \frac{(0.5)(0.5)(212)(4)}{(0.06)^2(211) + 4(0.5)(0.5)} < \frac{212}{1.7596} < 120 \text{ encuestas a productores}$$

$$n = \frac{(0.5)(0.5)(8,985)(4)}{(0.06)^2(8,984) + 4(0.5)(0.5)} < \frac{8,985}{33.3424} < 270 \text{ encuestas a consumidores}$$

Los datos obtenidos se analizaron por medio de estadística descriptiva, para caracterizar a los agentes participantes, utilizando el Paquete Estadístico para la Ciencias Sociales (SPSS por sus siglas en inglés, versión 17.0), que incluyó el cálculo de promedios y porcentajes. En el caso del MBC conceptualizado como la diferencia entre el precio que paga el consumidor final por un kilogramo de carne y el precio recibido por el productor por el mismo producto, determinándose de la siguiente forma (Espinosa et al., 2002):

$$\text{MBC} = \frac{\text{PC-PP}}{\text{PC}} \times 100$$

Donde: MBC = Margen Bruto de Comercialización; PC = Precio pagado por el Consumidor por un kilogramo de carne; PP = Precio al Productor por un kilogramo de carne.

La Participación Directa del Productor (PDP) definida como el porcentaje promedio que se apropia el productor pecuario por cada peso pagado por el consumidor final por un kilogramo de carne, se determinó de la siguiente manera (Espinosa et al., 2008; Espinosa et al., 2002):

$$\text{PDP} = \frac{33}{\text{PC}} \times 100$$

Donde: PDP = Participación Directa del Productor; PP = Precio al Productor por un kilogramo de carne; PC = Precio pagado por el Consumidor por un kilogramo de carne.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la distribución de ganado bovino destinado al abasto en Loma Bonita, Oaxaca intervienen tres agentes directos (productor, carnicero y consumidor) y uno indirecto (rastros municipales) (Vilaboa et al., 2010 y 2009a). Se trata de un canal de comercialización tradicional, al no estar integrado a rastros Tipo Inspección Federal (TIF) (Vilaboa et al., 2010 y 2009a; ASERCA, 2002; García et al., 2001). Las principales características de los agentes participantes se describen a continuación:

Características de los productores

Entre las principales características personales de los 120 encuestados y agremiados de la Asociación Ganadera Local de Loma Bonita, Oaxaca destaca que el 87.5% pertenece al género masculino y el resto al femenino, con un promedio de edad de 53 años. La escolaridad media se ubicó en los cinco años, datos similares son reportados por Vilaboa et al. (2009a y 2009b) y Vilaboa y Díaz (2009) en municipios tropicales del estado de Veracruz y por Chalate et al. (2010) en el Estado de Morelos. La experiencia práctica de los ganaderos medida por los años que tienen de dedicarse a la actividad fue de 20 años, representando la ganadería la principal fuente de ingresos para el 67.5% de los productores, mientras que para el resto es la agricultura.

En las unidades de producción predominan parcelas con superficies de 11 a 30 ha, seguidas de las que cuentan con 31 a 50 ha, con más de 50 ha y de 1 a 10 con porcentajes correspondientes al 38.3%, 24.4%, 20.0% y 17.3% respectivamente. La propiedad ejidal es la más común en el 68.3% de los casos y el resto corresponde a la pequeña propiedad. El sistema de producción prevaleciente es el doble propósito, donde el 72.5% de los ganaderos se enfocan más a la producción de leche y el resto a la carne, indicativo de que la venta de leche genera fondos para la operación diaria de los ranchos, y la venta del becerro la utilidad monetaria del sistema, para que el productor resuelva necesidades de la economía familiar o capitalice la unidad de producción como lo mencionan Suárez et al. (2012), además, señala la flexibilidad del

sistema para orientar la actividad pecuaria a la producción de leche o carne (Ruiz et al., 2008), según lo que tenga mejor precio y que convenga al productor de acuerdo con Castro et al. (2001).

El número promedio de cabezas bovinas que poseen los socios ganaderos es de 60, superior a las 45 cabezas que reportan los sistemas bovinos de doble propósito en el estado de Morelos (Chalate et al., 2010). Del total de los productores, el 64.4% reporta tener en sus hatos cruza de ganado cebuino con Pardo Suizo, que de manera general, es la craza que predomina en las regiones tropicales de México (Ruiz et al., 2008). Los ranchos en un amplio porcentaje (65.8%) son considerados como semitecnificados, mientras que 34.2% señalan contar con unidades rústicas. Las instalaciones constan básicamente de sala de ordeño, corral de manejo, manga y embarcadero. La media de carga animal en los potreros se ubica en las tres Unidades Animal por hectárea por año (UA/ha/año).

Referente al manejo reproductivo, el 92.5% de productores realizan el empadre por medio de la monta natural, porcentaje similar al reportado por Cisneros et al., (2008) en el municipio de Pinotepa Nacional, Oaxaca. Los toros sementales se seleccionan de acuerdo a su fenotipo (aparición física), el 70.8% no llevan registros productivos ni económicos del hato, mientras que el porcentaje restante no lleva ningún tipo de registro.

El manejo alimenticio predominante es el pastoreo (73.3%), el resto se distribuye entre pastoreo más suplemento y semiestabulado. El tipo de pastoreo es rotacional principalmente (51.7%), aunque también se realiza en un amplio porcentaje el continuo y en menor proporción el alterno. Las praderas están establecidas con pastos introducidos en su mayoría (62.5%), seguidas de las que cuentan con combinaciones y nativos (Figura 1).

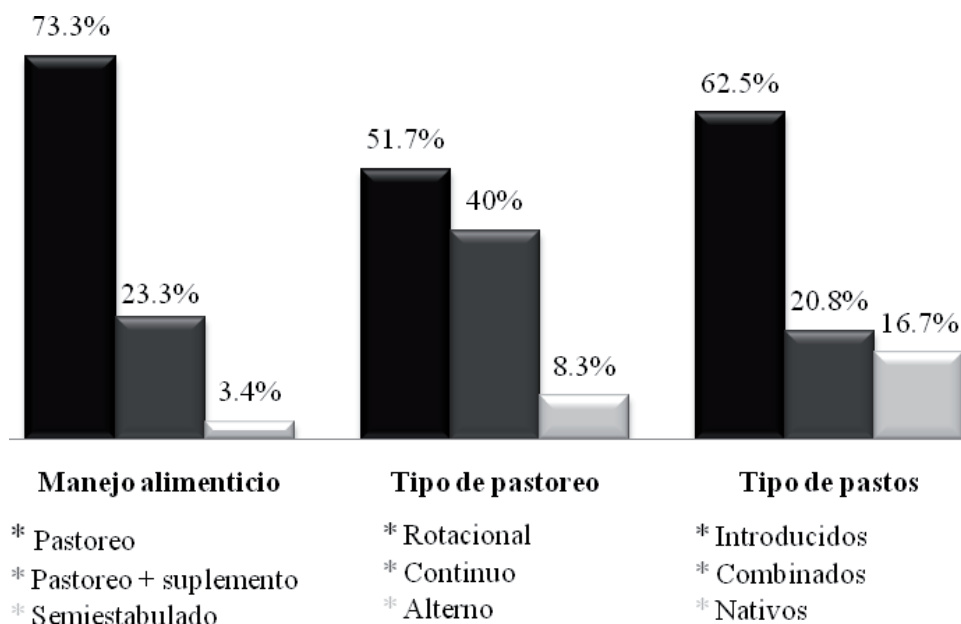


Figura 1. Manejo alimenticio, tipo de pastoreo y tipo de pasto en explotaciones bovinas de Loma Bonita, Oaxaca.

En lo que a sanidad se refiere, los ganaderos participan en campañas sanitarias gubernamentales para el control de brucelosis, derrengue y tuberculosis, realizan baños garrapaticidas, vacunan y desparasitan a sus hatos. En promedio bañan contra ectoparásitos cada 15 días y desparasitan y vacunan cada seis meses. Destaca que sólo el 37.5% ganaderos reciben asistencia técnica de manera periódica para realizar las actividades de su unidad productiva y el 62.5% no la reciben.

Para identificar a sus animales, los productores utilizan marcas de fierro caliente sobre la piel manejando números o letras. También se usan como medio de control los aretes otorgados por el Sistema Nacional de Identificación Individual de Ganado (SINIIGA). Esto protege al productor en caso de robo o bien para garantizar la propiedad del ganado al momento de la venta. La venta de ganado destinado al abasto en Loma Bonita, Oaxaca, está constituida básicamente por animales de desecho, improductivos. Esto se debe a que los machos destetados se venden y posteriormente son destinados a la engorda en corrales, mientras que las hembras son utilizadas como reemplazos en el rancho. Siendo la causa de desecho animal la disminución de la producción láctea, pérdida de la condición corporal, temperamento, problemas de manejo alimenticio y reproductivo.

Características de los carniceros

Este eslabón lo componen 18 personas organizadas en una Asociación de Carniceros de Ganado Bovino. Algunas ventajas que tiene la sociedad en beneficio de sus agremiados son garantizar la competencia leal, por medio del control de precios de venta, además de protegerlos de la entrada de nuevos competidores al mercado.

Los datos obtenidos indican que el 94.4% pertenece al género masculino y sólo el 5.6% al femenino, con una edad media de 39 años. El promedio de escolaridad es de ocho años. Lo cual refleja una menor edad y un mayor nivel de escolaridad con respecto los productores primarios. El tiempo de dedicarse a esta actividad comercial es de 16 años. La mayoría de los carniceros (83.3%), aprendió el negocio trabajando en otras carnicerías y 16.7% lo hizo por enseñanza de sus padres. El 55.6% tiene su local dentro del mercado municipal Vicente Guerrero, ubicado en el centro de Loma Bonita, y el resto se localiza en colonias periféricas de la ciudad (Figura 2).

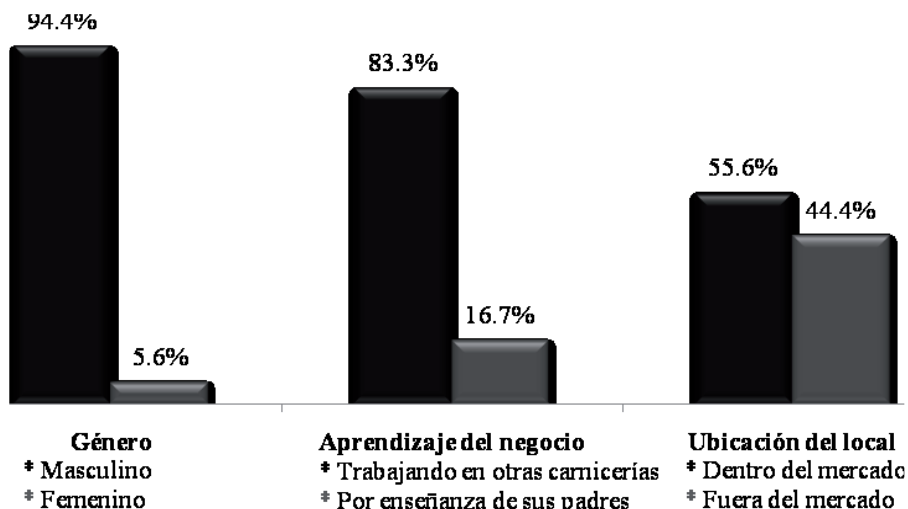


Figura 2. Género, aprendizaje del negocio y ubicación de locales de carniceros en Loma Bonita, Oaxaca.

Referente a la forma de abastecerse de ganado, todos lo adquieren en pie y lo sacrifican en el rastro municipal. El 50% de los carniceros manifestó sacrificar vacas de desecho y el otro 50% señaló matar novillonas. Sin embargo, al analizar la información proporcionada por el administrador del rastro municipal, la cantidad y porcentaje de acuerdo al tipo de bovino sacrificado durante el año 2011, difirió con lo manifestado por los carniceros, correspondiendo el 86.4% a vacas de desecho y solo un 10.4% a novillonas. Mientras que el porcentaje restante fueron toros y novillos. La cifra de ganado bovino para el abasto local es similar con las reportadas por Vilaboa et al. (2010 y 2009a) en municipios del estado de Veracruz en los que más del 90% del ganado sacrificado corresponde a vacas de desecho. En este sentido, ASERCA (1995), señala que la vaca de desecho es el tipo de ganado que se comercializa para abastecer a pequeñas y medianas ciudades como Loma Bonita, Oaxaca.

De acuerdo al tipo de ganado comercializado, los precios de venta varían según la edad y condición corporal del animal. Así, las novillonas se pagan mejor que las vacas de desecho. El 50% de los carniceros mencionó pagar al productor el kilogramo de ganado en pie a 13 pesos, 44.4% señaló hacerlo a 12 pesos y 5.6% a 11 pesos, obteniéndose un promedio en general de compra de 12 pesos por kilogramo, superior al precio de 10.1 pesos por kilogramo reportado por Vilaboa et al. (2010).

Con respecto a la venta de carne de ganado bovino, es importante señalar que los 18 carniceros realizan sus ventas en la localidad de Loma Bonita, Oaxaca y sólo uno de ellos tiene la capacidad para vender los cortes y productos cárnicos en las localidades de El Santuario y San Benito, cercanas al municipio de Loma Bonita.

Para poder realizar las ventas, todos los carniceros mencionaron contar con más de 20 clientes asiduos a sus locales, siendo las amas de casa la principal clientela para el 77.8% y para el porcentaje restante los expendios de tacos de bovino de la localidad. La carne se vende en forma fresca y fría, sin embargo, de acuerdo a la percepción de los carniceros el comprador se inclina más por la carne fresca. El 33.3% mencionó que el cliente prefiere el bistec, el 22.2% la chuleta, el 16.7% costilla, 11.1% el chamberete, y el 5.6% espinazo, hígado y vísceras. Estos cortes pertenecen al tipo español, que es preferido principalmente en el centro y sur del país (ASERCA, 1995).

Características del rastro municipal

Este rastro inició operaciones en el año de 1972, construyéndose originalmente a las afueras de Loma Bonita, Oaxaca, sin embargo, con el paso del tiempo y el crecimiento demográfico, actualmente se localiza casi en el centro de la localidad, ocupando un área de 10,000 m². El rastro municipal no es propiamente un agente de comercialización (Vilaboa et al., 2010), sin embargo, juega un papel importante en el proceso de matanza bovina y otras especies domésticas por lo que su análisis es importante al ser el único lugar en Loma Bonita autorizado para realizar el sacrificio de ganado con fines comerciales.

La cuota que pagan los carniceros por el uso de las instalaciones del rastro es de 50 pesos, inferior a los 70 pesos reportados por Vilaboa et al. (2009a). La matanza se realiza de lunes a sábado, en horario corrido 6 a 11 a.m., con excepción del sábado que inicia a las 5 a.m. Generalmente los carniceros procuran aliñar a la misma hora para así estar en igualdad de surtir las carnicerías al mismo tiempo. En promedio se reportan sacrificios de 9 animales por día, levantando un registro del tipo de ganado (vacas, novillonas, toros o novillos), así como la cruz de que se trate, siendo la Cebú con Pardo Suizo la que predomina en la matanza, con promedio de edad de 7 años y peso de 500 kg según lo mencionado por los carniceros.

Para dar principio a la matanza diaria, es necesario que estén presentes el responsable del rastro Médico Veterinario Zootecnista (MVZ) nombrado por las autoridades municipales y un supervisor de la Secretaría Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). Éste último verifica que los carniceros cumplan con las medidas sanitarias establecidas por el sector salud durante el proceso de matanza y aliñado para garantizar la higiene e inocuidad de la carne y los productos que se comercializarán.

Al igual que en el trabajo de Vilaboa et al. (2010 y 2009a), los principales problemas identificados en el rastro municipal son de infraestructura, sanitarios y operativos. En lo que respecta a infraestructura, en sus orígenes hace 40 años el rastro estaba habilitado para realizar la matanza de forma más higiénica y eficiente, al incluir el uso de cadenas winchers, ganchos y guías para el colgado de las reses con lo que se evitaba alinear a ras de piso. Aunque hoy en día las instalaciones aun existen, los utensilios muestran serio deterioro producto de la oxidación. En el aspecto sanitario actualmente el sacrificio se lleva a cabo en una sala abierta a ras de piso, con lo que la carne queda expuesta al polvo que es arrastrado por el viento. Asimismo, aunque se cuenta con bombas de agua para facilitar la limpieza del lugar, esto no garantiza la eliminación total de gérmenes, bacterias y virus que pueden contaminar la carne, incumpléndose el objetivo de la NOM-008-ZOO-1994, que establece las características que deben cumplir los establecimientos que se dedican al sacrificio de animales de abasto en cuanto a ubicación, construcción y equipo.

También destaca que las personas (de dos a tres) que participan en la matanza y aliñado de la canal, no cuentan con equipo ni vestimenta adecuada y limpia, utilizando únicamente botas de hule y guantes, por lo que no se cumple con la norma NOM-009-ZOO-1994, que establece el proceso sanitario de la carne. Finalmente, desde el punto de vista operativo, el sacrificio de los animales es inhumano, incumpliendo con la norma NOM-033-ZOO-1995, que señala que la muerte del ganado debe ser humanitaria, rápida, sin sufrimiento ni dolor, para evitar estrés y hematomas.

Características de los consumidores

Considerando que en Loma Bonita, Oaxaca las mujeres son quienes por lo regular se encargan de adquirir los alimentos para abastecer el hogar y quienes generalmente toman las decisiones de compra (Téllez et al., 2012), las 270 encuestas de la muestra se aplicaron a personas del sexo femenino al finalizar la adquisición de la carne de bovino en los diferentes establecimientos. Las características distintivas señalan una edad promedio de 41 años, con 4.5 años de estudio. Los ingresos mensuales que reportan el 60% de las encuestadas van de los \$1,000 a \$3,000, un 21.9% indica ingresos menores a \$1,000, otro 13% obtiene de \$3,000 a \$6,000, mientras que el resto el 5.1% perciben de \$6,000 a \$9,000.

La carne que más se consume es la de pollo, mencionándolo el 76.3% de las encuestadas, un 17.1% prefiere la de bovino, 3.8% porcino y sólo 2.8% la de pescado. Esto se debe principalmente a que el pollo es más barato que el resto de las carnes, ya que en México es el sistema de mayor integración y modernización tecnológica, lo que le permite mantener unos costos de producción bajos y ofrecer un producto de menor precio (ASERCA, 2002). Los porcentajes de adquisición de carne de res son principalmente: una vez (52.2%), dos veces (29.8%) y tres veces (12.5%) a la semana. Sólo el 5.5% lo hace una vez al mes. Las cantidades compradas en el orden señalado son: medio kilogramo (43.3%), un kilogramo (33.7%) y entre uno y dos kilogramos (23%) (Figura 3). Los porcentajes de frecuencia y cantidad adquirida de carne de ganado bovino en Loma Bonita, Oaxaca difieren a los de otras partes de la república mexicana principalmente por los factores económicos y culturales, en este sentido, Núñez et al. (2010) reportan que el 56.7% y 89.3% respectivamente, en las ciudades de Cuauhtémoc y Delicias, Chihuahua consumen entre uno y dos kilogramos por semana. Mientras que Vilaboa et al. (2010 y 2009a), mencionan que los habitantes en municipios de la cuenca del Papaloapan del estado de Veracruz, consumen carne bovina dos (39.0%), una (32.0%) y tres (20.0%) veces a la semana, siendo las principales cantidades adquiridas tres, uno y dos kilos con 35%, 34% y 19% respectivamente.

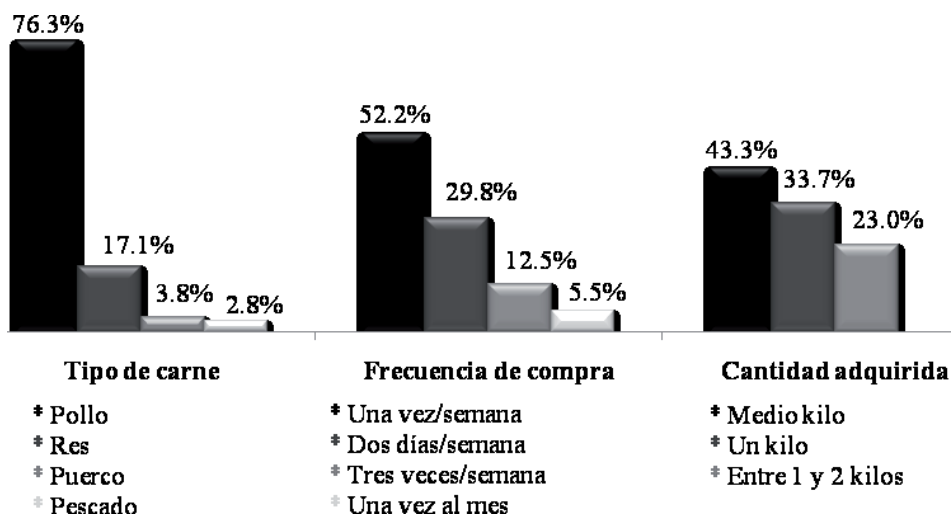


Figura 3. Tipo de carne, frecuencia de compra y cantidad adquirida de carne de bovino por consumidores de Loma Bonita, Oaxaca.

De acuerdo al factor cultural, el 90.4% de las encuestas levantadas muestran que la cuaresma es la época en la que disminuye el consumo de la carne de bovino, el resto 9.6% indican que es el periodo vacacional de verano. Para el 40.4% de los consumidores, los gustos y la costumbre son los principales aspectos que influyen para adquirir este tipo de carne, 27.8% lo hace por la variedad de platillos que se pueden preparar, 16.3% por el valor nutricional y por ser considerada más saludable que otras carnes y el porcentaje restante para variar la dieta.

En otro orden de ideas, el 56.7% de los consumidores compra la carne de res dentro del mercado municipal, el 43.3% lo hace fuera del mismo y en supermercados de la localidad, porcentajes diferentes a los reportados por Vilaboa et al. (2010 y 2009a). Los principales motivos de realizar la compra en algunos de los establecimientos son el precio y calidad, manifestando esto 42.9% de las personas entrevistadas, 30.8% señala la calidad de la carne, 15.4% el precio y el resto 10.9% el trato que recibe. Respecto a la calidad de la carne adquirida, el 72.1% la considera buena, 16.3% regular y solo un 11.7% muy buena.

Margen Bruto de Comercialización (MBC) y Participación Directa del Productor (PDP)
 Para calcular el MBC y la PDP se utilizó el precio promedio de compra de los diferentes cortes cárnicos, precios de los productos pagados por el consumidor y el precio pagado al productor por el bovino en pie, obteniéndose los resultados mostrados en el Cuadro 1.

Cuadro 1. Margen bruto de comercialización y participación directa del productor de carne bovina en Loma Bonita, Oaxaca.

PPC ₁	PPP ₂	MBC ₃	PDP	Total
\$50.8/kg	\$12/kg	76.4%	23.6%	100%

PPC1: Precio Promedio al Consumidor.
 PPP2: Precio Promedio al Productor.
 MBC3: Margen Bruto de Comercialización.
 PDP4: Participación Directa del Productor.

Los resultados del Cuadro 1 señalan que el MBC del canal para la carne de bovino destinada al abasto en Loma Bonita, es de 76.4%, lo que indica que por cada peso en moneda nacional pagado por el consumidor en la compra de productos cárnicos la intermediación, representada por los carniceros, se apropia de 76.4 centavos, mientras el 23.6% de PDP, revela que el productor sólo se queda con 23.6 centavos del precio pagado por el consumidor. Para el mismo canal de comercialización Vilaboa et al. (2010) determinaron un MBC y una PDP similares del 78.2% y 21.8% respectivamente, en la región de la cuenca del Papaloapan, Veracruz. Sin embargo, contrastan con el MBC y la PDP el sur del Estado de México calculado por Hernández et al. (2011) donde el carnicero frecuentemente desempeña el papel de acopiador y obtiene un MBC de 41.0%, mientras que la PDP es de 59.0%, lo cual se debe a la diferencia entre el precio promedio al productor y el precio promedio al consumidor que para esta región son de 38.09 y 64.58 pesos por kilogramo y en Loma Bonita de 12.0 y 50.8 pesos por kilogramo en promedio respectivamente.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La realización de este trabajo, permitió identificar las principales problemáticas de los eslabones participantes en el proceso comercial de ganado bovino destinado al abasto en Loma Bonita, Oaxaca. En este sentido, los productores enfrentan problemas de manejo reproductivo, alimenticio, sanitario, comercial, financieros, entre otros. Carecen de registros y recursos para invertir y manejar de forma más eficiente sus unidades de producción. Sin embargo, la ganadería de doble propósito en este lugar le permite orientar su producción hacia el producto (carne o leche) que mejor precio tenga en el mercado, lo cual puede explicar el por qué este tipo de ganadería se ha mantenido a través de los años. Los principales problemas identificados de los carniceros son de tipo estructural, sanitario y operativo, sin embargo, cumplen con la función de enlazar al productor con el consumidor final, al adquirir el ganado en la unidad de producción, trasladarla al rastro municipal, realizar el sacrificio, transportar las canales a su carnicería y ofrecer cortes de tipo español en los lugares que el consumidor los demanda, lo cual requiere inversión de tiempo, esfuerzo y recursos económicos, por lo que se hace difícil que de manera individual los productores pudieran realizar estas funciones y disfrutar del amplio MBC que obtienen los carniceros, explicando también la poca PDP en el precio final pagado por el consumidor y el por qué dejan en manos de este eslabón las funciones mencionadas.

Una de las recomendaciones que se derivan de este trabajo, es que los productores por medio de la Asociación Ganadera Local, pueden realizar las gestiones necesarias para la obtención de recursos que les permita crear una empaedora y comercializadora de carne, para darle valor agregado a sus productos por medio de nuevos cortes, empaque, registro de marca, refrigeración, que les permita llegar a otros mercados, buscando mejorar sus ingresos, lo cual también promovería la reactivación de las áreas sin uso del rastro municipal, haciendo el proceso de matanza más higiénico e inocuo, en beneficio del consumidor.

BIBLIOGRAFÍA

1. ASERCA. Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria. 2002. Situación actual de la producción de carne de bovino en México. Revista Claridades Agropecuarias. 109:3-32.
2. ASERCA. Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria. 1995. Ganado vacuno en México. Revista Claridades Agropecuarias. 23:4-19.
3. Castro, C., Sánchez, R., Iruegas, L., y Saucedo, G. 2001. Tendencias y Oportunidades de desarrollo de la red de leche en México. FIRA Boletín Informativo. XXXIII(317):1-137.

4. Chalate, M. H., Gallardo, L. F., Pérez, H. P., Lang, O. F. P., Ortega, J. E., Vilaboa, A. J. 2010. Características del sistema de producción bovinos de doble propósito en el Estado de Morelos, México. *Zootecnia Tropical*. 28(3):329-339.
5. Cisneros, P., Saltijeral, J., Sabás, V., Ramírez, O., y Santés, A.F. 2008. Factores que condicionan el desarrollo sustentable del sistema de producción bovinos de doble propósito en el municipio de Pinotepa Nacional, Oaxaca. *Revista Alternativa*. 5(16):13-18.
6. Espinosa, O. V., López, D. C., García, B. G., Gómez, G. L., Velásquez, P. P., y Rivera, H. G. 2002. Márgenes de comercialización de la leche cruda producida en sistema familiar. *Revista Científica. XII-Suplementario(2):650-654*.
7. Espinosa, O. V. E., Rivera, H. G., y García, H. L. A. 2008. Los canales y márgenes de comercialización de la leche cruda producida en sistema familiar (estudio de caso). *Veterinaria México*. 39(1):1-16.
8. FIRA. Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura. 1999. Oportunidades de desarrollo de la industria de la carne de bovino en México. Una estrategia de reconversión. *Boletín Informativo*. México, D.F. 86 p.
9. Fundación Produce Oaxaca. 2007. Información general sobre la ganadería en el Estado de Oaxaca. *Agroproduce*. Octubre:1-36.
10. García, M. R., García, D. G., López, L. E., y Bravo P. F. J. 2001. Márgenes de comercialización de la carne de res proveniente de la cuenca del Papaloapan, en el mercado de la ciudad de México. *Agrociencia*. 36(2):255-266.
11. González, R. F. J., Rojo, R. R., Ramírez, A. O., Omaña, S. J., Matus, G. J. A., Rebollar, R. S. 2009. Comercialización de productos derivados del limón mexicano (*citrus aurantifolia swingle*). *Revista Mexicana de Agronegocios*. XIII(24):808-822.
12. Hernández, M. J., Rebollar, R. S., González, R. F., Guzmán, S. E., Albarrán, P. B., y García, M. A. 2011. La cadena productiva del ganado bovino en el Sur del estado de México. *Revista Mexicana de Agronegocios*. XV(29):672-680.
13. INEGI. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. 2010. Censo de Población y Vivienda, 2010. Principales resultados por localidad (ITER). http://www.inegi.org.mx/sistemas/consulta_resultados/iter2010.aspx?c=27329&s=est. Consultado en octubre de 2011.
14. INEGI. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. 2007. Censo Agrícola, Ganadero y Forestal, 2007. Tabulados por entidad y municipio. <http://www.inegi.org.mx/sistemas/TabuladosBasicos/Default.aspx?c=17177&s=est>. Consultado en agosto de 2011.
15. Martínez, C. C. J., Cotera, R. J., y Abad, Z. J. 2012. Características de la producción y comercialización de leche bovina en sistemas de doble propósito en Dobladero, Veracruz. *Revista Mexicana de Agronegocios*. XVI(30):816-824.
16. Núñez, L. J. J., Ortega, G. J. A., Soto, Z. M., y Rodríguez, A. M. L. 2010. Factores socioeconómicos que determinan el consumo de carne de bovino en dos ciudades en Chihuahua, México. *Tecnociencia Chihuahua*. IV(3):142-153.

17. Ruíz, G. C., Ávila, B. C. H., García, H. L. A., Brunett, P. L. 2008. Sustentabilidad financiera: el caso de una empresa ganadera de bovino de doble propósito. *Revista Mexicana de Agronegocios*. XII(22):503-515.
18. Suárez, H., Aranda, G., y Palma, J. M. 2012. Propuesta para la adopción de tecnología en el sistema bovino de doble propósito. *Avances en Investigación Agropecuaria*. 16(3):83-91.
19. Téllez, D. R. Mora, F. J. S., Martínez, D. M. A. García, M. R., y García, S. J. A. 2012. Caracterización del consumidor de carne bovina en la zona metropolitana del valle de México. *Agrociencia*. 46(1):75-86.
20. Vilaboa, A. J., Díaz, R. P. 2009. Caracterización socioeconómica y tecnológica de los sistemas ganaderos en siete municipios del estado de Veracruz, México. *Zootecnia Tropical*. 27(4):427-436.
21. Vilaboa, A. J., Díaz, R. P., Platas, R. D. E., Ruíz, R. O., González, M. S. S, y Juárez, L. F. 2010. Fallas de mercado y márgenes de comercialización en bovinos destinados al abasto de carne en la región del Papaloapan, Veracruz. *Economía, Sociedad y Territorio*. X(34):813-833.
22. Vilaboa, A. J., Díaz, R. P., Platas, R. D. E., Ruiz, R. O., González, M. S. S., y Juárez, L. F. 2009a. Estructura de comercialización de bovinos destinados al abasto de carne en la región del Papaloapan, Veracruz, México. *Economía, Sociedad y Territorio*. IX(31):831-854.
23. Vilaboa, A. J., Díaz, R. P., Ruiz, R. O., Platas, R. D. E., González, M. S. S., y Juárez, L. F. 2009b. Caracterización socioeconómica y tecnológica de los agroecosistemas con bovinos de doble propósito de la región del Papaloapan, Veracruz, México. *Tropical and subtropical Agroecosystems*. 10:53-62.
24. Vilaboa, A. J., Díaz, R. P., Ruiz, R. O., Platas, R. D. E., González, M. S. S., y Juárez, L. F. 2009c. Patrones de consumo de carne bovina en la región del Papaloapan, Veracruz, México. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*. 6(2):145-159.

***(Artículo recibido el día 24 de marzo del 2013 y aceptado para su publicación el día 15 de septiembre de 2014)**