

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA



EFFECTOS DE LA COMERCIALIZACION DE LA CARNE
DE CERDO SOBRE EL PRODUCTOR HASTA EL
CONSUMIDOR EN EL AREA METROPOLITANA
DE GUADALAJARA

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

MEDICO VETERINARIO ZOOTECNISTA

P R E S E N T A

ALEJANDRO AURELIO HERNANDEZ RODRIGUEZ

GUADALAJARA, JALISCO. 1984

A mi cuñado:

De quién he recibido apoyo
y ayuda.

Ing. Sergio Gómez Arrezola

A mi Maestro Asesor:

M.V.Z. Ricardo Díaz Villalobos

Por su desinteresada colaboración

A una persona querida:

Por su amor y confianza demostrada

A mi facultad:

Por los conocimientos y experiencias que me
brindó

En la memoria del hombre, que con
su ejemplo de honradez y trabajo
formó lo que ahora soy.

 Mi padre
Aurelio Hernández Aguilar

A mi Madre:

 Mi mayor agradecimiento por su
 amor, apoyo y sacrificios.
Carolina Rodríguez de Hernández

A mi hermana:

 Por su comprensión y ayuda
 que siempre me brindó.
Dolores Hernández de Gómez

I N D I C E

	Pág.
INTRODUCCION	1
MATERIAL Y METODO	8
RESULTADOS	12
DISCUSION	19
CONCLUSIONES	22
SUMARIO	23
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	24

INTRODUCCION

En México, país con un gran consumo de carne de cerdo, donde se tiene una producción anual de 14 millones de cerdos, con un peso promedio de 100 Kg de peso vivo. Esto representa 1.4 millones de toneladas de carne al año.

De modo tecnificado se obtiene el producto de más o menos 500 mil vientres, en instalaciones de todo el país; a razón de 2 partos/año, el monto es de 8 millones de cerdos y, los 6 millones restantes, se crían en zahurdas de traspatio, en zonas suburbanas e inclusive urbanas, así como en corrales o llanos del medio rural. (7).

Pero desde hace tiempo, se ha observado que la oferta de cerdo de calidad y peso adecuado, ha venido disminuyendo, lo que ha producido una escasez del producto en el mercado; todo esto por la crisis que atraviesan los productores.

Las causas de crisis han sido varias, teniendo:

a) Falta de estímulos al productor y escasez por aumento de precios en la materia prima.

En el año de 1983, tuvo la ganadería de Jalisco una participación de 33 millones de pesos en general, pero de todo este dinero, tuvo prioridad la industria bovina. La utilización de este dinero es para abrir nuevas tierras de pastizales, importación de ganado mejorado, mejoramiento genético, etc., dejando a la industria porcícola en segundo plano. A pesar de esto se debe tomar en cuenta que la carne mayormente ingerida es la de cerdo, ya que se calcula un consumo de 19 Kg de carne de cerdo/habitante/año, por solamente 5 Kg de carne de res/habitante/año. (13).

La escasez de insumos para la alimentación de los cerdos, limita la elaboración de los alimentos balanceados; como son: -- pasta de soya, metionina, lisina, etc. Esto plantea un problema difícil de resolver; aunandose a esto que uno de los elementos más importantes en la ración de los cerdos como es el sorgo se encuentra actualmente escaso, frenando el crecimiento porcícola y

para este grano no hay opción en las fórmulas; teniéndose que utilizar el maíz y el trigo, pero ambos cereales están fuera de consideración para nutrición animal. (7).

Dentro de otras problemáticas debemos tomar en cuenta el sistema actual de distribución, que es burocrático, poco práctico y perjudicial a la ganadería; ya que si las cantidades exceden las 100 toneladas, hay que recurrir a la Cd. de México, en algunas ocasiones a fin de cumplir con los requisitos establecidos y además se tiene que adelantar el pago y esperar hasta meses para poder recibir el producto o la remesa. Pero el problema no para ahí; lo más normal, es que sobre el pedido original existan faltantes que hay que reclamar en la Cd. de México y tardarán entre 6 meses y un año en reponerlos.

Por otra parte, el dinero que reciba la dependencia oficial encargada de distribuir los alimentos, se acumula hasta 2 ó 3 meses antes de que se reciba la mercancía, lo cual es inaceptable en el comercio ágil, dinámico y cabal. (5).

Además ha aumentado la competencia de los animales con el hombre por el consumo de los cereales y esto será más agudo en los próximos años. Tan sólo a mediados de la década de los años 70 en los países desarrollados se consumió como pienso, el 60% del total producido, en tanto que en las naciones subdesarrolladas esta cifra llegó al 12%.

Según la FAO, alrededor de 500 millones de toneladas de cereales, más de 1/3 de la producción mundial se emplea para alimentar a los animales y esta producción irá en aumento. Señala además, que en el año 2000, los países desarrollados utilizarán 600 millones de toneladas de granos (65%) como piensos, mientras que las naciones subdesarrolladas, dependiendo del crecimiento de su economía, utilizarán 144 millones de toneladas de granos (18%), por lo menos. (6).

b) Alto costo de producción con intermediarismo injustifica

do, además del choteo en el precio del cerdo y la mano de obra más cara, ocasionando todo esto un desbalance entre costos y precios de venta.

El alto costo de producción ha frenado en forma significativa la producción de cerdos, ya que los porcicultores reportan un costo de producción que va desde 86 - 95 pesos/Kg de peso vivo, vendiéndose a razón de \$92.00 por Kg en pie. Por su parte el obrador comercializa a un promedio de 160 - 170 pesos el Kg a carnicerías y a 175 pesos a empacadoras. El tablajero se encarga de vender la carne hasta a 320 pesos el Kg. Como se puede apreciar en algunas transacciones tienen pérdidas los porcicultores. (Estos datos fueron recabados en Febrero a Julio de 1983. (15).

Este costo de producción se ha incrementado en forma por demás estrepitosa, pues los alimentos han subido constantemente en una curva ascendente difícil de determinar hasta cuando se regularice y, aún más, la mano de obra se ha vuelto escaza y la poca que hay se encuentra demasiado cara.

Uno de los factores importantes que se propician a determinado nivel y en determinadas áreas de influencia; es el que inicia la cadena del choteo en los precios del cerdo. Se observa en la etapa en que el cerdo se vende, hasta que es comprado por el tablajero esto, después de haber pasado por varios intermedios, que puede ser solamente uno pero con diferentes gentes a su servicio. (14).

En esta área se puede observar 2 casos en los que el cerdo no es pagado en la granja al precio justo y estos son:

El micro-productor (campesino o ejidatario) y el criador de traspatio que vé, en esos pocos cerdos que vende una alcancía y que no sabe cuanto le costo realmente producirlos y le son comprados generalmente por pieza y no por Kg en lo que se nombra al "parar"; y éste acepta prácticamente sin refutar el precio al que le pagan, que viene siendo mucho muy inferior al realmente -

establecido. La única ventaja, es que el comisionista les recoge su producción, ya que ellos carecen de medios para llevarla a -- los centros de consumo. Pero ahora se han incrementado las ma-- tanzas clandestinas, llevándose a cabo desde hace varios años pe-- ro en menor escala, sin contar con el debido control sanitario, mucho menos con los permisos correspondientes. Esto es peligroso, ya que son vendidas canales de animales enfermos y son un pe-- ligro para la salud pública y además constituyen fugas de dine-- ro. (2).

El otro caso es el del productor "nylon" que no vive del ne-- gocio o que lo tiene como hobby (políticos, profesionistas, --- etc.). Este productor por ignorar generalmente su costo de produ-- ción, vende a un precio lo suficientemente bajo para hacerlo rá-- pido, pero que desquicia el precio establecido, ya no por un or-- ganismo regulador, sino el de la simple ley de la oferta y la de-- manda. (14).

Esta situación anterior favorece la especulación, forzando-- al verdadero porcicultor a vender a precios más bajos de lo que en justicia podría este vender; favoreciendo de sobremanera al -- intermediario, por lo cual él mismo provoca esta especulación de precios enmascarando la demanda para aumentar la oferta y así -- comprar mucho más barato, ya que sólo un 2% global escasamente -- asciende el nivel de integración vertical de la porcicultura na-- cional y el 98% de la producción es controlada por los interme-- diarios. (8).

Para todo esto, se planea instituir la clasificación de car-- nes y subproductos pecuarios, para cortar de cuajo los abusos, -- hacer que el alimento se venda en precio al público y para que -- el criador obtenga un margen justo por su actividad.

De acuerdo al mencionado anteproyecto se estableceran los -- patrones oficiales de clasificación de carnes; según su raza, e-- dad, sexo y conformación. Ya que cuando se practiquen las inspe--

cciones, se encuentren carnes que debieran haber sido clasificadas y no hayan sido sometidas a tal procedimiento, el inspector dispondrá de inmediato su inmovilización, asegurará su conservación, maracará los productos para su identificación y prohibición de venta. (4).

En toda la mecánica del mercadeo existen una serie de situaciones anormales externas e internas, las cuales han sido producto de intereses económicos muy poderosos y muchas otras establecidas oficial o extraoficialmente de una manera arbitraria pero todas ellas afectan directamente la economía del productor del cerdo y la estabilidad del mercado. (9).

La ineptitud de los dirigentes de la porcicultura, tanto a nivel regional como estatal para resolver los problemas trascendentales de sus agremiados; incluyendo en el término ineptitud, tanto a los dirigentes cuya capacidad intelectual, educacional y de liderazgo es limitada, como a los que teniendo la capacidad suficiente no la han canalizado debidamente y son movidos por intereses políticos, económicos o de otra índole, pero todos ellos estrictamente personales. Así pues se queda la solución de estos problemas en promesas de campaña política, que se traducen en largas esperas y nuevas promesas, para el final de cuentas dejar todo igual. (11).

Y al final el que sale perjudicado es el poricultor, quién es en realidad el que soporta todo el peso del riesgo en la producción, teniendo que conformarse con salir a mano o ganar una cantidad ínfima; desde luego no actualmente, en que la mayor parte esta perdiendo dinero, a excepción hecha de los que se han integrado bien en la distribución y venta de su producción y/o bien en la elaboración de alimentos. (12).

Y por otra parte que el consumidor pagué el precio adecuado de lo que compra y no reduzca su poder adquisitivo, mermado tanto ya, con los precios disparados de la carne. Ya que actualmen-

te existen 19 millones de habitantes que no tienen acceso regular a los alimentos básicos y padecen de subconsumo calórico y -
próteico. (10).

OBJETIVOS

Conocer a fondo el sistema de comercialización, así como - las ventajas y desventajas del intermediario en este renglón y - los efectos que tiene en el productor hasta el consumidor.

Hacer evaluación de pérdidas o ganancias de c/uno de los integrantes del sistema de comercialización de la carne de cerdo, - como son: PRODUCTOR, COMISIONISTA y TABLAJERO.

Evaluar de que manera repercute en el costo del producto, - dicho sistema de comercialización, como también establecer las - deficiencias de éste sistema y proponer posibles soluciones a estás.

MATERIAL Y METODO

MATERIAL:

Papelería

METODO:

El presente estudio fué realizado en los rastros de Guadalajara, Zapopan y Tlaquepaque, por considerarse los más importantes en el Estado. El método utilizado para realizar el presentetrabajo fué el siguiente:

Se elaboraron formas para encuestas, para aplicarse a los productores, comisionistas y tablajeros (se anexan en la siguiente página), una vez recabada la información, se realizó el vaciado de datos, a fin de analizarlos y poder con ello obtener los resultados.

El análisis se hizo independiente y posteriormenete se hizo un análisis comparativo y obtener un resultado global, de los 3 grupos encuestados.

Así mismo se realizó una investigación del sistema de comercialización de la carne de cerdo, para tratar de conocer los efectos de dicho sistema y las funciones que realizan los gruposencuestados, así como las ventajas y desventajas de la participación de estos.

PRODUCTOR

Localización de la granja _____

Venta mensual 10-20 ___ 20-30 ___ 30-40 ___ 40-50 ___ 50-100 ___

Observaciones _____

Edad de la venta 6 meses ___ 6 1/2 ___ 7 mes ___ 8 mes ___ 1 año ___

Observaciones _____

Peso a la venta 90Kg ___ 100Kg ___ 110Kg ___ 120Kg ___ Más ___

Costo X Kg ___ X cerdo ___

Lugar de venta Rastro de Guad. ___ Zapopan ___ Tlaquepaque ___

Directamente si ___ Intermediario ___

Condición Contrato ___ Comp. verbal ___ Mejor postor ___

Lugar de entrega Puesto en granja ___ Puesto en rastro ___

Precio de compra _____

GASTOS:

Guía sanitaria ___ Guía de tránsito ___ Impuestos ___

Facturación ___ Manejo ___ Combustible ___

Ventajas de la existencia del intermediario:

- Evita pérdidas de tiempo y dinero _____

- Pocos conocimientos de comercialización _____

- Falta de tiempo _____

- Es mejor venderles a ellos, porque compran todo _____

Desventajas:

- Pagan a como quieren _____

- Existen monopolios _____

- Ellos fijan los precios de compra _____

Si hubiera oportunidad de comercializar directamente lo haría?

si ___ no ___ Por qué _____

COMISIONISTA

Es productor si _____ no _____

Base de compra

Raza _____ Peso _____ Edad _____

Número de animales comprados al mes _____

Precio en pie _____

Trámites y pagos por concepto de sacrificio

Impuestos municipal _____ Piso _____

Impuesto estatal _____ Cargada _____

Impuesto federal _____ Trabajo de matanza _____

OTROS: (propinas, regalos, etc.) _____

Rendimiento en canal _____

Precio en canal _____

Vende a: OBRADOR _____ TABLAJERO _____

ESQUILMOS VENDE _____ COMERCIALIZA DIRECT. _____

TABLAJERO

Es propia la carnicería si _____ no _____

Concesionada _____

Bajo que condiciones _____

Sacrificio propio de animales _____

Comprados a un comisionista _____

Número de cerdos comprados diarios _____ Mensual _____

RENDIMIENTO Y PRECIO DE LA CARNE POR Kg

Rendimiento	Precio	Rendimiento	Precio
_____ Lomo	_____	_____ Chamorro	_____
_____ Pierna	_____	_____ Carne/freír	_____
_____ Espinazo	_____	_____ Espalda/hueso	_____

RENDIMIENTO Y PRECIO DE LOS ESQUILMOS EN Kg

Rendimiento	Precio	Rendimiento	Precio
_____ Lonja	_____	_____ Patas	_____
_____ Cuero	_____	_____ Cabeza	_____
_____ Viscéras	_____		

GASTOS:

Licencia municipal (anual) _____

Impuesto Hacienda (bimestral) _____

S S A _____

Sueldos _____

OTROS (Luz, teléfono, etc.) _____

RESULTADOS

El presente estudio fué realizado entre los meses de Febrero y Julio de 1983. Teniendo 30 productores, 46 comisionistas y 30 tablajeros encuestados.

El sistema de comercialización que se lleva a cabo en la zona metropolitana de Guadalajara, es el siguiente:

Como se puede apreciar en el cuadro No. 1 el proceso empieza según el tipo de productor que sea, empezando con el microproductor, que le compran sus animales al "parar", es decir, por pieza y no por Kg, como no tiene ni la menor idea de cuanto le costo producirlo, lo que le paguen es bueno.

En lo que se refiere al pequeño, mediano y gran productor, el problema es a la hora de pesarlos, ya que la mayoría de las veces no asisten o no los dejan "asistir" a la pesada de sus animales, conformandose con el peso que les digan. Además los comisionistas se concretan a comprar los animales que a ellos les gustan y si quieren que le compre todo el lote, estos tendrán un precio más barato.

Existen 2 tipos de comisionistas, de camioneta y de camión. Los de camioneta, son aquellos que le compran a los microproductores y ocasionalmente a pequeños productores, pudiendo venderles a los comisionistas de camión o llevarlos directamente al rastro y los de camión que compran al pequeño, mediano y gran productor.

Todos estos animales son llevados al rastro, donde se descargan con lujo de violencia (puntapiés, garrotazos, etc.) para llevarlos a los corrales, donde anteriormente se clasificaban y que ahora se trata de volver a implantar. Son sacrificados y las canales son entregadas generalmente a los obradores (que la mayoría de los casos, son empleados de algún comisionista). Este generalmente es el que surte a carnicerías, restaurants y empaquetadoras, aunque algunas veces vende a un pequeño obrador, quién a su

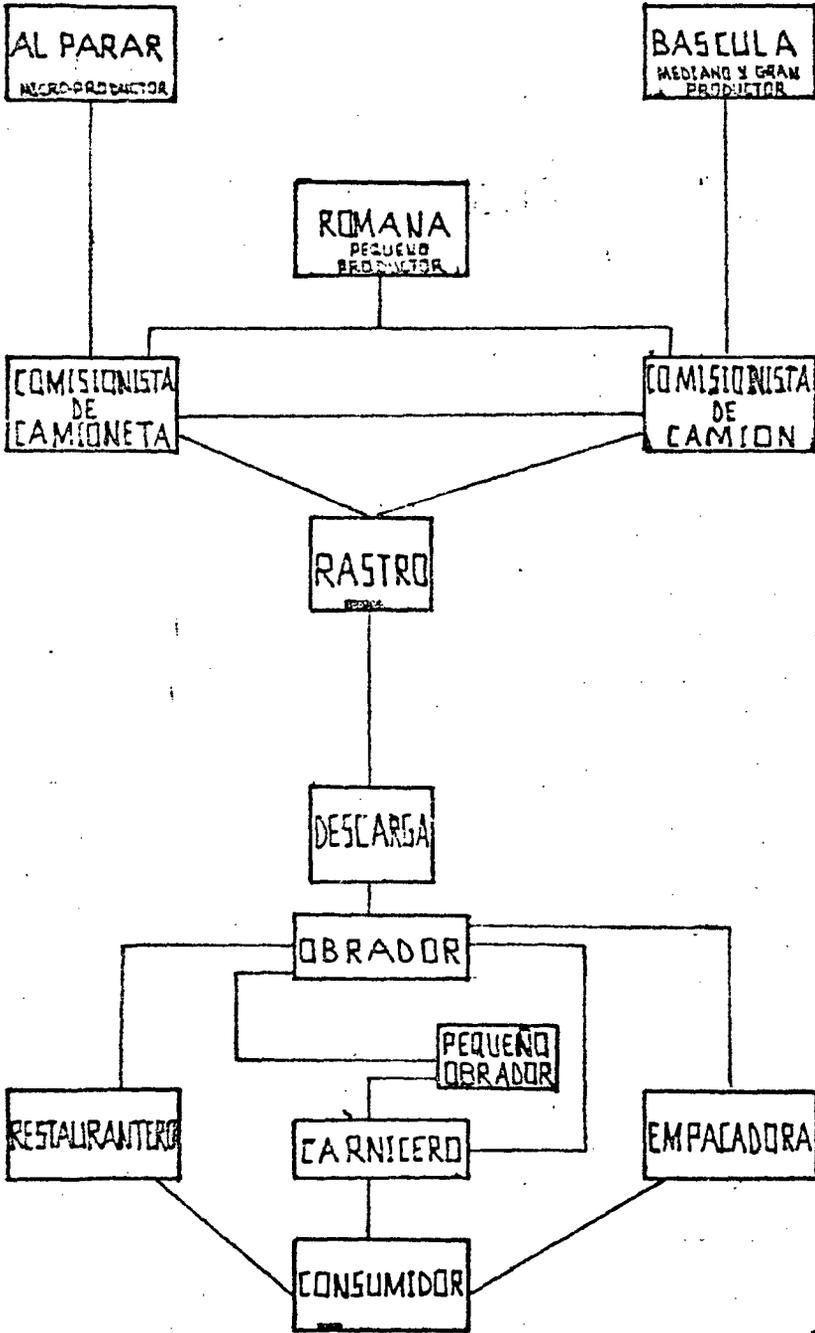
vez surtirá a las carnicerías.

El obrador entrega al carnicero, propiamente la pura canal que será, sin cabeza, patas, cuero, lonja, y viscéras que es como se lo entrega a él, ya que por lo general, existe otro comisionista que soló se encarga de los esquilmos. Pero será más que todo de acuerdo al arreglo que hayan tenido entre ellos, es decir entre comisionista y obrador, y esté a su vez con el tablajero. Ya que muchas de las veces es entregada la canal, con viscéras y/o la cabeza, aunque regularmente será solamente la canal y todos los esquilmos anteriores tienen precio aparte.

El tablajero se encarga de separar los cortes de la canal y venderlas al precio al público que mejor le parezca.

Todo este manejo, como es de suponerse, cada vez que pasa de una mano hacia otra, tiene un precio diferente, que al final de cuentas quién lo paga será el consumidor.

Debe considerarse sin embargo, que por el hecho de existir muchas y complicadas variantes, así como una serie de situaciones anormales, como clandestinaje, engaños, gratificaciones, etc., tanto a nivel de los rastros como del sacrificio y las diversas operaciones de compra-venta, es difícil en tales circunstancias determinar las cifras y porcentajes exactos de utilidades mal distribuídas, en el desglose monetario del proceso de comercialización del cerdo.



PRODUCTOR

La venta mensual de cerdos que hace que el productor, fluctúa desde 20 hasta 100 cerdos, encontrándose que la mayoría tiene una venta de 50 cerdos mensuales, esto va a depender de la magnitud de la empresa, así como de otros factores que implican manejo.

En el peso alcanzado a la venta, tienen predominancia los cerdos de 110 Kg, enseguida los de 100 Kg y por último cerdos de 90, 120 y 130 Kg respectivamente.

La edad para la venta, oscila entre 6 y 7 meses para alcanzar los 100, 110 Kg de peso, para cerdos más pesados lógicamente este tiempo aumenta y viceversa para los más livianos.

El Kg de cerdo producido tiene costo variable de acuerdo al peso alcanzado a la venta. En la tabla No. 2 apreciamos que el 43% tiene un costo de \$89 a \$92/Kg, ajustándose a ese precio la mayoría de los porcicultores, esto va a depender de la edad a la venta, ya que a mayor edad más gastos de alimentación y manejo y viceversa a una menor edad.

El lugar de venta son los 3 principales rastros de la zona metropolitana, acudiendo en un 26.7% a los rastros de Guadalajara y Zapopan a vender su producción, un 40% lo hace en el rastro de Tlaquepaque y el restante 6.6% lo hace directamente en su granja.

Para vender su producción, los porcicultores dependen del intermediario en un 76.7% y solamente el 23.3% lo hace directamente, pero esto es relativo ya que por lo general la persona que les compra viene siendo también comisionista, la única diferencia es que esta persona acude a la granja para comprar los animales, evitando al productor buscar al posible comprador.

La condición para vender sus animales son 3 principalmente: la de mejor postor, compromiso verbal y contrato. Siendo la primera la que predomina sobre las otras dos.

Para entregar su producción al comprador, el 80% lo hace - por L.A.B. (libre a bordo) y tan sólo el 20% tiene que llevar su producción hasta el rastro. Esto claro será en principio al acuerdo que lleven a cabo con el comprador, ya que habrá casos en que les recogen sus animales en la granja, pero el productor paga los trámites para transportarlos y estos son: guía sanitaria, guía de tránsito y la facturación.

El precio de compra es muy variable de acuerdo a la transacción entre productor y comprador y oscila entre \$88 hasta \$95 , encontrándose que el precio de \$92/Kg en pie fué el más predominante de la lista.

Los gastos realizados por el productor oscilan entre \$30.⁰⁰ hasta \$267.⁰⁰/cerdo, esto incluye el pago de guía sanitaria, -- guía de tránsito, facturación, impuestos, manejo y en algunos casos de transportación.

De los productores encuestados el 63.3% percibe utilidades que flúctuan entre 73.⁰⁰ hasta \$1,523.⁰⁰ por cerdo, esto de acuerdo a varios factores como son: la magnitud del negocio, que le permita una mayor o menor producción, a la disponibilidad del alimento y a la integración para la venta y el 36.7% presento pérdidas que oscilan entre \$22.⁰⁰ hasta \$2,800.⁰⁰/cerdo, ocasionado por la deficiencia de los anteriores factores.

PRODUCTOR

VENTA MENSUAL	EDAD DE VENTA	PESO	COSTO POR Kg	LUGAR DE VENTA	DIRECTAMENTE	CONDICION	LUGAR DE ENTREGA	PRECIO DE COMPRA	GASTOS
15.3%	20 CERDOS	56.6%	25.4% 80-87% ¹⁰⁰ /LEON	GUADALAJARA	INTERMEDIOS	MEJOR POSTOR	L.A.B.	3.3%-88%	6.6% 30-37% ¹⁰⁰ /LEON
6.7%	30 CERDOS	OSCILA	45.3% 89-92% ¹⁰⁰ /LEON	ZAPOPAN	76.7%	83.3%	80%	15.3%-89%	26.7% 40-47% ¹⁰⁰ /LEON
20%	40 CERDOS	ENTRE	33.4% 13.3% 95-96% ¹⁰⁰ /LEON		DIRECTO	COMPROMISO	RASTRO	6.7%-90%	56.4% 50% ¹⁰⁰ /LEON
37.7%	50 CERDOS	6-7	20% 100-110% ¹⁰⁰ /LEON	TLAQUEPAQUE	25.3%	VERBAL	20%	6.7%-91%	10% 100-117% ¹⁰⁰ /LEON
5.4%	70 CERDOS	MESES	3.3% 90kg			15.3%		50%-92%	
17%	100 CERDOS		3.3% 120kg			CONTRATO		10%-93%	
			3.3% 130kg			3.3%		10%-95%	

UTILIDAD DE LOS PRODUCTORES

65.5% UTILIDAD

6.7%	75 ⁰⁰	-	75 ⁰⁰	/ CERDO
15.9%	110 ⁰⁰	-	170 ⁰⁰	/ CERDO
15.3%	260 ⁰⁰	-	285 ⁰⁰	/ CERDO
6.7%	350 ⁰⁰	-	390 ⁰⁰	/ CERDO
3.5%	570 ⁰⁰	/		CERDO
3.3%	650 ⁰⁰	/		CERDO
3.3%	895 ⁰⁰	/		CERDO
3.5%	1515 ⁰⁰	/		CERDO

36.7% PERDIDAS

6%	22 ⁰⁰	-	90 ⁰⁰	/ CERDO
1.1%	350 ⁰⁰	/		CERDO
4.1%	580 ⁰⁰	/		CERDO
6%	644 ⁰⁰	-	650 ⁰⁰	/ CERDO
6%	850 ⁰⁰	-	870 ⁰⁰	/ CERDO
6%	1040 ⁰⁰	-	1980 ⁰⁰	/ CERDO
4.1%	1600 ⁰⁰	/		CERDO

COMISIONISTA

De los comisionistas entrevistados, tan solo son productores el 13% y el 87% restante se dedican solamente a la actividad de comisionista.

En la base de compra el 60% manifestó que las características de peso y raza influyen para la compra de los cerdos y el 40% solamente influye en el peso.

El número de animales que ellos manejan es variable, de acuerdo a la producción existente, el rastro que se trate, la época del año, etc., y oscila entre 8 a 600 cerdos mensuales, existiendo una mayoría de 52.2% que maneja de 100 a 300 cerdos mensuales.

El precio de compra varía de acuerdo a la demanda existente y a la transacción entre productor y comprador, apreciándose que en su mayoría, es decir un 39.2% compran a \$90.⁰⁰ y de ahí se desprenden precios más altos y bajos respectivamente.

Los gastos que se ejercen son por concepto de impuestos para la introducción del animal al rastro, por matanza y por sueldos para empleados, presentándose que el 69.6% tiene gastos que fluctúan entre \$240.⁰⁰ a \$392.⁰⁰/cerdo y el 30.4% de \$412.⁰⁰ a \$626.⁰⁰/cerdo, todo esto de acuerdo al rastro que se mencione.

El rendimiento en canal presentó una fluctuación de 45% a 47% en cerdo de 100Kg, encontrándose que un 89.9% tuvo un rendimiento de 46%, esto fluctúa de acuerdo a la calidad del animal, a la alimentación, raza, etc.

Los precios de venta registrados fueron los siguientes: el 4.3% vendió a \$160.⁰⁰, el 32.6% a \$165.⁰⁰, el 43.4% a \$170.⁰⁰ y finalmente el 19.5% a \$175.⁰⁰, teniendo una media de \$167.⁰⁰. Estas variaciones de precio serán de acuerdo al rastro donde se vendan las canales, a la calidad de la misma que repercute en el rendimiento y a la transacción entre vendedor y comprador.

Por la venta de esquilmos las cantidades son variables de acuerdo al rastro que se refiera, teniendo que el 50% tiene una venta que flúctua entre \$1,905.⁰⁰ a \$1,960.⁰⁰ y el 50% restante su venta oscila entre \$2,209.⁰⁰ a \$2,270.⁰⁰.

En sus utilidades se presentaron cantidades muy variables ya que es diferente el precio de compra, sus gastos y su precio de venta, así como también la venta de los esquilmos, teniendo las siguientes utilidades:

6.5%	con una utilidad de	\$117. ⁰⁰	-	\$195. ⁰⁰
6.5%	" " " " "	\$253. ⁰⁰	-	\$260. ⁰⁰
10.8%	" " " " "	\$395. ⁰⁰	-	\$398. ⁰⁰
19.5%	" " " " "	\$440. ⁰⁰	-	\$497. ⁰⁰
17.3%	" " " " "	\$507. ⁰⁰	-	\$570. ⁰⁰
23%	" " " " "	\$607. ⁰⁰	-	\$698. ⁰⁰
10.8%	" " " " "	\$700. ⁰⁰	-	\$780. ⁰⁰
4.3%	" " " " "	\$820. ⁰⁰		
2.1%	" " " " "	\$945. ⁰⁰		

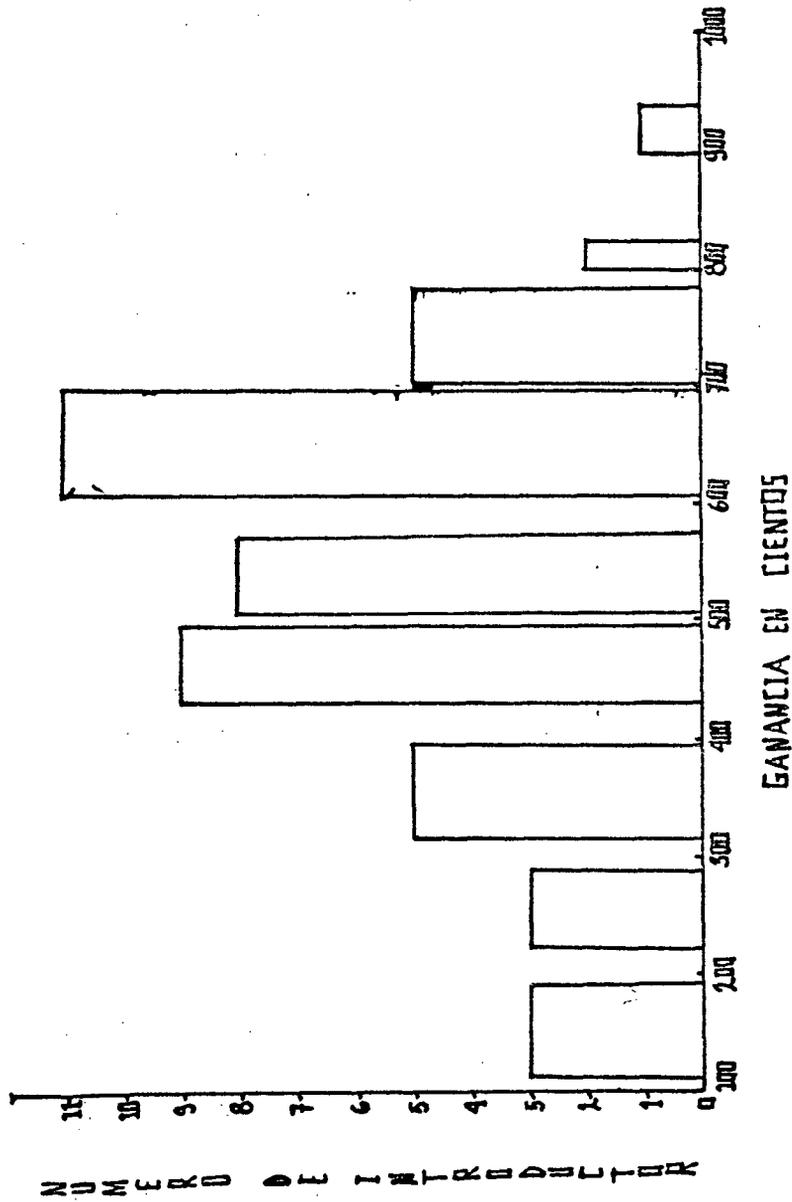
Todas estas utilidades son por cerdo, así que aún falta multiplicarla por el número de cerdos mensuales.

COMISIONISTA

PRODUCTOR	BASE DE COMPRA	# ANIMALES POR MES	PRECIO DE COMPRA	GASTOS	RENDIMIENTO EN CANAL	PRECIO DE VENTA	VENTA TOTAL DE ESQUILMOS
PRODUCTOR	PESO Y RAZA	2.6% 8-60 CERDOS	1.2% 85 ⁰⁰ /CERDO	69.6%	8.6% 45Kg	4.3% 160 ⁰⁰ Kg	50%
13%	60%	52.2% 100-300 CERDOS	1.6% 88 ⁰⁰ /CERDO	240 ⁰⁰ - 392 ⁰⁰	86.9% 46Kg	32.6% 165 ⁰⁰ Kg	1905 ⁰⁰ - 1960 ⁰⁰
COMISIONISTA	PESO	11.8% 400-600 CERDOS	13% 89 ⁰⁰ /CERDO	50.4%	4.4% 47Kg	43.4% 170 ⁰⁰ Kg	50%
87%	40%		29.2% 90 ⁰⁰ /CERDO	411 ⁰⁰ - 626 ⁰⁰		19.5% 175 ⁰⁰ Kg	2209 ⁰⁰ - 2270 ⁰⁰
			8.7% 91 ⁰⁰ /CERDO				
			10.9% 92 ⁰⁰ /CERDO				
			EN PIE			EN CANAL	

Tabla # 4

GRAFICA DE UTILIDADES DE LOS INTRODUCORES



TABLAJERO

El 100% de los tabajeros encuestados manifestaron ser dueños de sus negocios.

Para la obtención de las canales para la venta al público se encontró que un 46.7% compran sus canales a un comisionista y el 53.3% sacrifica sus animales directamente, esto demuestra que es cada vez mayor la integración vertical para la comercialización del cerdo, aunque esto puede ser una falsa imagen ya que puede ser un monopolio es decir el mismo tabajero puede ser comisionista, pero no nada más de sus propios animales, si no de muchos más.

En el número de cerdos vendidos mensualmente se encontró que el 63.3% vende de 8 hasta 48 cerdos y el 36.6% vende de 60 a 240 cerdos mensuales, esto de acuerdo a la magnitud del negocio y la ubicación del mismo, a la época del año y además de que existen carnicerías que surten a otras más pequeñas, vendiéndoles piezas o hasta canales completas.

Respecto al precio de compra de la canal, se observó que el 6.6% compra a \$160.⁰⁰/Kg, el 33.4% a \$165.⁰⁰/Kg y el 60% a \$170.

En lo que se refiere a gastos, serán de acuerdo al tamaño del negocio, ya que esto influye en el pago de impuestos y, al número de gente empleada, teniendo que oscilan entre \$85.90 y \$4,412.⁰⁰/cerdo. Estos incluyen: licencia municipal, impuesto a hacienda, SSA, sueldo de empleados, luz y en ocasiones teléfono.

Por la venta total de carne y esquilmos se obtienen ingresos que oscilan entre \$10,515.⁰⁰ hasta \$16,122.⁰⁰/cerdo, esto influenciado por la zona donde se ubique el negocio ya que esto influye en la mayor o menor venta de carne y esquilmos.

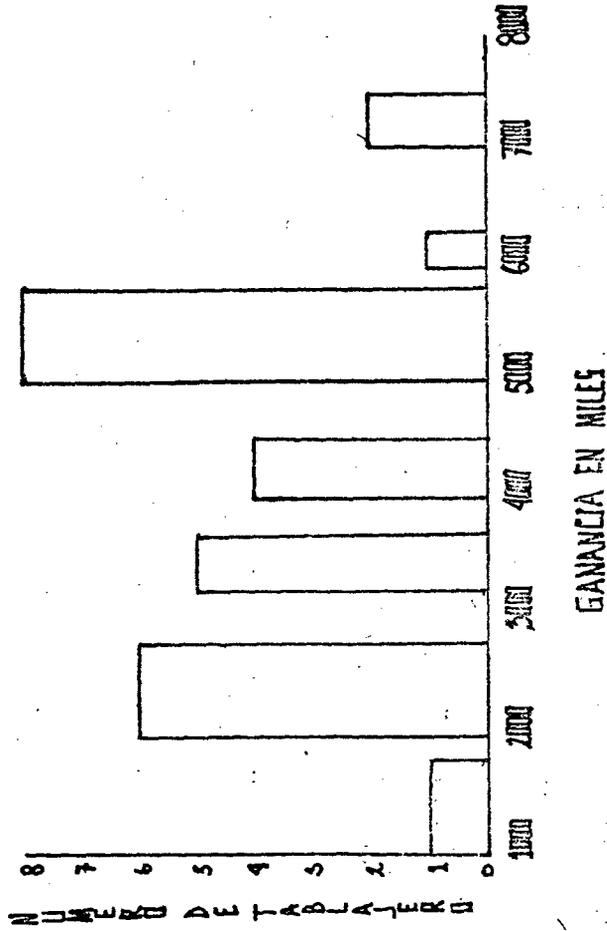
La utilidad obtenida después de sumar el costo de la canal y los gastos, restada a la venta de carne y esquilmos, se aprecia una utilidad que varía de \$1,551.⁰⁰ hasta \$7,443.⁰⁰ /cerdo.

TABLA JERO

PROPIETARIO	OBTENCION DE LA CANAL	№ DE CERDOS MENSUALES	PRECIO EN CANAL	RENDIMIENTO EN CANAL	VALOR DE LA CANAL	GASTOS X CERDO	VENTA TOTAL DE CARNE Y ESQUELETOS
100%	COMPRADOS A UN COMISIONISTA	63.3% 8-10 cerdos	6.6% 160 ^{kg} Kg	46%	60% \$7820 ⁰⁰	3.4% \$85.90	33.4% 10515 ⁰⁰ -11460 ⁰⁰
	46.7%	33.4% 165 ^{kg} Kg	53.4% \$7590 ⁰⁰		16.7% \$740 ⁰⁰ -790 ⁰⁰	16.6% 12055 ⁰⁰ -14267 ⁰⁰	
	SACRIFICA DIRECTAMENTE	36.6% 60-240 cerdos	60% 170 ^{kg} Kg		6.6% \$7360 ⁰⁰	16.6% \$1002 ⁰⁰ -1999 ⁰⁰	33.4% 15002 ⁰⁰ -16112 ⁰⁰
	53.3%				20% \$2237 ⁰⁰ -42761 ⁰⁰	6.6% DESCONOZCAN SUS CANTIDADES	
					6.6% \$3420 ⁰⁰ -4112 ⁰⁰		
					6.6% ASOCIACION LES PAGA IMPUESTOS		

Tabla # 6

GRAFICA DE UTILIDADES DE LOS TABLAJEROS



D I S C U S S I O N

En el análisis anterior pudimos darnos cuenta de la desproporcionada distribución de utilidades en la comercialización del cerdo, partiendo desde el precio irracional al que compran al -- productor, hasta el precio que paga el público por kilogramo de carne.

Este precio limita el consumo de carne de una parte importante de la población, que no logra aún satisfacer los requerimientos nutricionales que para su sano desarrollo necesita, bien por que no ha podido alcanzar la meta de convertir sus necesidades - en demandas reales.

Y podemos detectar que todo este mal estriba en la existencia de personas que alteran el proceso económico de comercialización del cerdo, empezando con el comisionista que con unas cuantas horas de "trabajo" logra utilidades que superan a las del - porcicultor que tiene que esperar 6 meses o más, para lograr una cantidad ínfima como utilidad ó simplemente perder dinero y, el tablajero que vende la carne al precio que el juzgue conveniente , logrando utilidades que superan a las de los comisionistas pero en mayor tiempo y con un número menor de cerdos. Y los únicos que salen perdiendo en este proceso son: el productor que tiene que soportar todo el peso de los riesgos que implican la crianza de los cerdos y el consumidor que tiene que pagar un precio que no esta al alcance de su economía.

Considero que si a través de un sistema de integración no - necesariamente muy radical, se logrará eliminar una serie de participantes infiltrados en la comercialización del cerdo, los que no tienen razón de existir y a través del mismo sistema se logrará cortar las utilidades mayoritarias de los tablajeros se podría alcanzar una razonable concialiación de intereses y una adecuada distribución de utilidades entre los que lógicamente deben de participar en este negocio, por que no es posible seguir con

el sistema actual de comercialización que beneficia a un número reducido de personas y perjudica a una gran mayoría.

Por último y habiendo cuando menos esbozado sin profundizar los aspectos más sobresalientes en el mercadeo y comercialización del cerdo, intentando despertar conciencia de la necesidad de una integración paulatina y organizada de la porcicultura que le permita subsistir como una industria moderadamente productiva; considero que podría haber dentro de las muy particulares -- condiciones socio-económico-político del país, 3 posibles formas de agrupación y se podrían denominar de la siguiente manera:

--Agrupación Socialista

--Agrupación Capitalista

--Agrupación de Asociación Capitalista

Para los 3 casos se señalará solamente lo que podrían ser las bases de su estructuración ya que un análisis profundo requeriría tanto de abundantes y calificadas fuentes de información como tiempo para estudiarlas en detalle cada una de ellas.

AGRUPACION SOCIALISTA

Integración gremial de los productores en núcleos comerciales regionales, regidos por un organismo federal a cargo de proporcionar los elementos básicos para la producción, como serían: alimentos, medicamentos, asistencia médica, financiamiento, etc. Organismo que regularía los conductos de comercialización y mercadeo del cerdo a nivel local, regional, interestatal, etc.

AGRUPACION CAPITALISTA

Estaría manejada por los fuertes capitales y grandes productores en el mercadeo natural de oferta y demanda, sin la interferencia de organismos reguladores, ni la participación del gobierno como empresario, en ninguna de las fases de comercialización y/o mercadeo.

AGRUPACION DE ASOCIACION CAPITALISTA

O sea una integración de poricultores en sociedades comer-

ciales de "consumo, producción y venta", enlazadas entre sí por el interés económico de compras y ventas de volumen, que pueden en el caso de producción, abaratar los costos y en el caso de -- venta, participar con mejores perspectivas en el sistema natural de oferta y demanda y eventualmente presentar un frente sólido - ante posibles pretensiones especulativas externas. Todo esto lleva un solo fin, satisfacer la creciente demanda que se presentará en el futuro, eliminar elementos no necesarios en la comercialización y bajar los precios al público.

Ya que hasta hace 5 años, la tecnología porcícola se formaba de genética, manejo, nutrición y sanidad; con esta base la - porcicultura prosperó, pero tuvo caídas estrepitosas por defi--- ciencias de comercialización. Fué necesario buscar la integra--- ción especialmente en la fabricación de alimentos balanceados, - ahora la tendencia es depender menos del intermediario y vender directamente al tablajero. Inclusive instalar rastros y comercializar en canal o hasta en embutidos.

Esto implica modificar sustancialmente los índices de pro-- ductividad actuales, incrementar las tasas de procreación de animales de abasto, acelerar el índice de reposición y disminuir el período de engorda. Para hacer frente a está situación es necesaria que la estrategia alimentaria involucre la integración económica de producción, comercialización, industrialización y distribución, así como la integración regional de las actividades de - cada área productiva.

CONCLUSIONS

I.- El sistema actual de comercialización de la carne de cerdo, esta regido por la participación obligada del comisionista, que con su actividad en este proceso encarece el precio de la carne, afectando de manera importante la comercialización vertical del cerdo.

II.- Aunando a esto se encuentra el tablajero que contribuye a la inflación en el precio de la carne, fijando arbitrariamente los precios de la misma, logrando así reductibles utilidades.

III.- Todo esto ha provocado pérdidas por parte del productor, que trae como consecuencia que se retiren cada vez más porcuicultores del negocio, ya que esta actividad es poco reductible y además por el sinúmero de problemas que enfrentan para la crianza de los cerdos.

IV.- Repercutiendo esto en el público consumidor, que paulatinamente ha dejado de adquirir carne, agravando más la situación imperante, ya que esta falta de consumo perjudica a la demanda y lógicamente afecta al productor.

V.- Por lo tanto es necesario cambiar el proceso de comercialización del cerdo, dependiendo cada vez menos del comisionista y regulando mediante la controlación de precios de la carne las utilidades del tablajero, para así poder obtenerla a un precio justo.

SUMARIO



El estudio anterior fué realizado en los meses de Febrero a Julio de 1983, abarcando los 3 principales rastros de la zona metropolitana, como son: Guadalajara, Zapopan y Tlaquepaque.

Se encuestaron a 30 productores, 46 comisionistas y 30 tablajeros, una vez que se recabó la información se encontró que:

El sistema de comercialización del cerdo sigue dominado por la participación del comisionista que acabara toda la producción ya sea del micro, pequeño, mediano y gran productor, logrando -- con esto excelentes utilidades que varían de \$117.⁰⁰ a \$945.⁰⁰ -- por cerdo, pero aún falta multiplicar estas cantidades por el número de cerdos mensuales y todo esto en unas cuantas horas de -- trabajo. Y el tablajero que logra aún más utilidad que el comisionista pero en mayor tiempo y en menor número de cerdos, esto es posible ya que vende la carne al precio que el requiere, no -- existiendo una efectiva regulación en los precios de la misma. -- Sus utilidades varían de \$1,551.⁰⁰ hasta \$7,443.⁰⁰/cerdo.

El productor que no logra la utilidad que sería de justicia por su producción, conformandose con una utilidad que oscila de \$73.⁰⁰ hasta \$1,523.⁰⁰/cerdo y otros que operan con pérdidas que van de \$22.⁰⁰ hasta \$2,800.⁰⁰, no teniendo en cuenta que es él , quién soporta los riesgos de la crianza de los cerdos y el que -- mayores problemas enfrenta para vender su producción y al final el consumidor que difícilmente y una minoría tiene acceso al consumo de carne, ya que representa en la actualidad un artículo de lujo, privando a una mayoría de poder adquirirla y con esto padeciendo subconsumo proteico.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1.- El Occidental Diario
 "Ataque frontal al Monopolio que hay en el Rastro"
 15 de Enero 1983 Pag. 1 - 3
- 2.- El Occidental Diario
 "Enérgicas medidas contra las matanzas clandestinas"
 7 de Marzo 1983 Pag. 2- 12
- 3.- El Occidental Diario
 "JGVP: De raíz serán eliminadas las anomalías que haya
 en el rastro"
 2 de Febrero 1983 Pag. 3 - 11
- 4.- El Occidental Diario
 "Serán cortados de cuajo los abusos en el mercado de -
 la carne este año"
 31 de Agosto Pag. 1- 9
- 5.- El Occidental Diario
 "5 mil por cada cerdo gana el intermediario en 48 horas
 de "Labor"
 30 de Marzo 1983 Pag. 1- 9
- 6.- El Sol del Campo Publicación quincenal
 "Es urgente alimentar a 19 millones de compatriotas"
 31 de Octubre 1982 Pag. 19
- 7.- El Sol del Campo Publicación quincenal
 "La industria porcina no resistirá una nueva crisis"
 31 de Octubre 1982 Pag. 16 - 18
- 8.- El Sol del Campo Publicación quincenal
 "Una mafia controla el mercado del cerdo"
 31 de Octubre 1982 Pag. 18
- 9.- Fuentes Ambriz Angel
 "El intermediarismo en la explotación del ganado"
 Diario El Informador
 21 de Noviembre 1982 Pag. 2c

