

## **Análisis de la distribución de carne roja bovina por las carnicerías del área urbana de Maracaibo.**

### **Analysis of the distribution of red meat by the butcheries in the urban area of Maracaibo.**

E. Segovia López<sup>1</sup>, D. Contreras Peña, D. Marcano Pivoto y R. Pirela Hernández.

<sup>1</sup>Universidad del Zulia. Facultad de Agronomía. Venezuela.

### **Resumen**

Con el objeto de analizar la distribución de carne roja bovina realizada por las carnicerías en el municipio Maracaibo, estado Zulia, e identificar los problemas y proponer acciones estratégicas, se realizó el presente estudio descriptivo no experimental. Se consideró una población de 554 carnicerías, distribuidas en las 18 parroquias, y se tomó una muestra del 20% (110 carnicerías) seleccionada aleatoriamente al azar, y estratificada por parroquias. Como instrumento de recolección de datos se utilizó la encuesta, y los datos se analizaron con estadísticas descriptivas no paramétrica: análisis de frecuencias y pruebas de independencia; utilizando el programa SAS. Este comercio responde a la caracterización del comercio detallista tradicional del municipio, realizado por personas venezolanas, con bajo nivel tecnológico. Entre los principales problemas identificados, destacan: bajo nivel educativo, deficiente capacidad de negociación, falta de organización, falta de promoción e información, venta desproporcionada de los distintos cortes, distribución desproporcionada de las carnicerías por parroquias; caracterizando como "deficiente la distribución urbana de carnes rojas bovina realizada por las carnicerías". Las acciones estratégicas para mejorar esta etapa del proceso se fundamentan en: organización de los comerciantes, capacitación del recurso humano, integración de la cadena comercializadora, aplicación de la normativa existente.

**Palabras clave:** Estrategias de organización, mercados, distribución urbana, carne roja, carnicerías.

## Introducción

La distribución urbana de alimentos es la última etapa del proceso de mercadeo, donde se relacionan una serie de estructuras, prácticas e instituciones que permiten que el producto pueda ser adquirido por el consumidor (8).

Esta etapa del proceso es compleja y es considerada uno de los eslabones más sensibles del sistema alimentario (8), ya que se encarga de satisfacer la demanda de los consumidores, y en forma general, presenta problemas que repercuten en la calidad, distribución y precio del producto. Aunado a la crisis económica del país, afecta negativamente el consumo de carnes rojas por la población (13), reflejándose en la disminución tanto en la frecuencia como en la cantidad de kilogramos de carne por persona-año (9).

Evaluar el sistema de mercadeo de la carne, se justifica si se considera la importancia de este producto en la dieta del venezolano, en especial para la población zuliana, que por tradición y costumbre la identifica como un componente básico de la dieta, pero

que en los últimos años tiende a disminuir e incluso a desaparecer del plato del venezolano (5).

La presencia de la carne en la dieta asegura la absorción de ciertas vitaminas y minerales poco accesibles en otros alimentos, es decir una pequeña cantidad de carne provee una cantidad significativa de nutrientes en forma directa e indirecta, que quizás pasa desapercibido para los estratos de mayores recursos económicos. No obstante para los sectores empobrecidos que representan el 70% de la población venezolana, cuya salud e ingesta de alimento está seriamente afectada, ha provocado cambios en el consumo hacia productos con un alto contenido de carbohidratos y escasa proteína (5).

En este sentido, la presente investigación tiene como objetivo principal, analizar la distribución urbana de carne roja bovina realizada específicamente por el comercio detallista especializado (carnicerías), responsables de la distribución del 80% de estas carnes en el municipio, y la identificación de los principales problemas para diseñar estrategias que conlleven a mejorar esta actividad.

## Materiales y métodos

Se realizó una investigación no experimental descriptiva (11), donde se identifican y describen las características estructurales y funcionales que inciden en el proceso de distribución de carne roja bovina a nivel detallista tradicional en el municipio. En virtud de su carácter

descriptivo, el diseño utilizado fue el transversal o transeccional descriptivo (12), a objeto de indagar la incidencia y los valores en los que se manifiesta una o más variables, medidas en una sola oportunidad (4).

El estudio se ubicó en el área nor-occidental del estado Zulia

comprendida por las dieciocho parroquias del municipio Maracaibo del estado Zulia (cuadro 1), con una población total de 1.289.610 habitantes (1), siendo sus límites: al Norte el municipio Mara, al Este el Lago de Maracaibo, al Sur el municipio San Francisco y al Oeste el municipio Jesús Enrique Losada.

La población considerada en este estudio fue de 554 carnicerías, representada por la base de datos de la Energía Eléctrica de Venezuela (3) distribuida proporcionalmente en las parroquias que conforman el municipio. La muestra del estudio se seleccionó mediante un muestreo aleatorio simple estratificado con

afijación proporcional (cuadro 1). Esta técnica se aplicó para que la muestra esté conformada en la misma proporción en que sus elementos se encuentran en la población; es decir, mantener la proporcionalidad en la distribución de las carnicerías por parroquia. El tamaño de la muestra se determinó en 20% del total de la población (110 carnicerías), aplicando la ecuación propuesta por Martínez (7), con error muestral del 8%.

Como variables del estudio se consideraron: la identificación y caracterización socio-económica del comerciante detallista, descripción del local, definición de la relación funcional proveedor-comerciante y comerciante-

**Cuadro 1. Distribución de habitantes, carnicerías y muestra por parroquias. municipio Maracaibo, estado Zulia.**

Parroquia	No. Habitantes <sup>1</sup>	No. Carnicerías <sup>2</sup>	Muestra
Antonio Borjas R.	58182	6	1
Bolívar	20408	18	4
Cacique Mara	71086	16	3
Caracciolo Parra P.	53804	45	9
Cecilio Acosta	70381	13	3
Chiquinquirá	57234	230	46
Coquivacoa	80019	8	2
Cristo de Aranza	105995	12	2
Francisco Bustamante	134780	22	4
Idelfonso Vazquez	88366	4	1
Juana de Avila	78952	54	9
Luis Hurtado H.	76804	12	2
Manuel Dagnino	93060	10	2
Olegario Villalobos	97981	33	7
Raúl Leoni	61598	28	6
Santa Lucia	39104	13	3
Venancio Pulgar	101856	30	6
Total	1289610	554	110

Fuente: <sup>1</sup> Alcaldía del Municipio Maracaibo 1998; <sup>2</sup> ENELVEN. 1999

cliente, así como los respectivos indicadores de las mismas.

La recolección de la información de campo se realizó a través de la técnica de la entrevista estructurada y como instrumento de recolección de datos se utilizó un cuestionario, que contempla las variables complejas anteriormente descritas. Este instrumento previamente fue sometido a un proceso de evaluación para la identificación de su validez por parte de cinco expertos, quienes revisaron la concordancia y coherencia de las preguntas con las variables, dimensiones e indicadores, cuyas opiniones y sugerencias fueron consideradas para la aplicación de la versión final, para posteriormente ser aplicadas directamente en cada una de las unidades de análisis (carnicerías).

El análisis de los datos se realizó a través de estadísticas descriptivas, específicamente la aplicación del análisis de frecuencias y pruebas de independencia ( $\chi^2$ ) (4). Se utilizaron tablas de doble entrada para realizar el análisis y discusión de las

tendencias en las respuestas. Se realizó una categorización de las carnicerías del municipio según lo indicado en el Decreto 2.527 publicado el 26 de Marzo de 1993 (2, 6) donde se pone en vigencia la decisión 197 de la comisión del Acuerdo de Cartagena, en la cual las carnicerías son clasificadas en tres Clases (A, B, C), con base en la condición y disponibilidad de equipos e instalaciones. Considerando esta clasificación se realizó una adaptación según las características observadas en este estudio, como se describe en el cuadro 2.

Los problemas manifestados por los comerciantes durante la aplicación de la encuesta y los identificados por el investigador, se consideraron como las debilidades que afectan la distribución urbana y representan la situación actual y con la aplicación de la planificación estratégica situacional se diseñaron estrategias para mejorar el proceso, y lograr el cambio hacia una mayor eficiencia en la distribución de carne roja bovina en el área urbana. (10, 13)

## **Cuadro 2. Criterios de categorización de las carnicerías en el municipio Maracaibo, estado Zulia.**

Clase A	Clase B	Clase C
Cava cuarto	Cava cuarto	Peso de aguja o reloj
Sierra eléctrica	Sierra eléctrica	
Balanza	Balanza	
Moledora eléctrica	Moledora eléctrica	
Vitrina refrigerada		
Caja de pagos		

La presencia de equipos en malas condiciones físicas y mecánicas no se consideraron para la clasificación.

## Resultados y discusión

### **Distribución porcentual de las carnicerías por categoría en el municipio Maracaibo**

El 38% de las carnicerías en el municipio se clasificaron clase A, considerándose que en estos locales se realiza un manejo y conservación adecuada de la carne y que reúne el equipo mínimo requerido para realizar esta actividad. Contrastando con el 40% de las carnicerías clasificadas clase C, es decir, sin los equipos mínimos necesarios para realizar de forma eficiente esta actividad, además hay que resaltar el 22% clasificadas clase B, son las que carecen de caja de pagos separadas del mostrador de atención y de vitrinas refrigeradas para la conservación y exposición de los cortes (cuadro 2).

Estos resultados definen la distribución urbana de carne roja bovina deficiente y la realización de esta actividad en locales que no reúnen las condiciones adecuadas para manipular y expendir un producto altamente perecedero, sobre todo en lo relacionado con la refrigeración.

### **Distribución de las carnicerías por clases en las parroquias del municipio**

La distribución de las carnicerías por parroquia no responde a un patrón determinado, ni por la ubicación física tampoco al nivel socioeconómico de los habitantes de la zona. De allí que en las parroquias Cristo de Aranza, Luis H. Higuera, Raúl Leoni, Idelfonso Vazquez, Cacique Mara y Bolivar, con el 16% de las carnicerías predominan las de

clase A-B, que supone la distribución de la carne en locales adecuados. Asimismo se observa el predominio de carnicerías clase C en las parroquias Antonio Borjas R., Coquivacoa, Chiquinquirá, Francisco E. Bustamante, Manuel Dagnino, que representan el 50% de las carnicerías, además son entre las parroquias mas populares y con menor número de carnicerías lo que afecta la accesibilidad del abastecimiento y la calidad de la carne que se consume en estas zonas (cuadro 3).

### **Caracterización de los comerciantes y local comercial**

**A) Descripción de los comerciantes:** Los resultados del estudio permiten describir a los comerciantes como tradicionales, el 61% tienen mas de 11 años en la actividad, venezolanos el 97%, de sexo masculino (92%), con edad comprendida entre 20-40 años (55%), y el 51% ha cursado estudios de bachillerato. Considerando que estos resultados son muy favorables cuando se requiera proponer cambios en el proceso. Sin embargo, es de resaltar la falta de preparación del 73% de los comerciantes en el área comercial a través de cursos. Además también indican la deficiente especialización en la actividad, por lo que coinciden con los resultados obtenidos por Rincón *et al.* (10) y Segovia y Martínez (13), en el estudio del comercio detallista tradicional y especializado realizado en el municipio en el año 1998.

### **B) Descripción de los locales**

**Cuadro 3. Distribución porcentual de las carnicerías por clase parroquia<sup>1</sup>.**

Parroquia	Clase de carnicería (%)		
	A	B	C
Antonio Borjas R.	0,0	0,0	100,0
Bolívar	100,0	0,0	0,0
Cacique Mara	67,0	33,0	0,0
Caracciolo Parra P.	56,0	33,0	11,0
Cecilio Acosta	33,3	33,3	33,3
Chiquinquirá	18,0	15,0	67,0
Coquivacoa	0,0	0,0	100,0
Cristo de Aranza	50,0	50,0	0,0
Francisco Bustamante	25,0	25,0	50,0
Idelfonso Vazques	0,0	100,0	0,0
Juana de Avila	67,0	11,0	22,0
Luis Hurtado H.	50,0	50,0	0,0
Manuel Dagnino	50,0	0,0	50,0
Olegario Villalobos	57,0	29,0	14,0
Raúl Leoni	83,0	17,0	0,0
Santa lucia	33,3	33,3	33,3
Venancio pulgar	33,0	50,0	17,0

**comerciales:** En términos generales las carnicerías en el municipio se caracterizan por que el 53% están en locales alquilados, y el 91% no están asociadas u organizadas, las cuales trabajan todos los días (63%), con mas de ocho horas de atención al cliente, el 73% atiende a través del mostrador, es decir, no utilizan el autoservicio. Además el 71% de las carnicerías utilizan como criterio de compra de la carne el establecido en la clasificación del matadero, y para el 100% la unidad de compra es la canal. En el cuadro 4 se indican por clase de carnicería otros elementos que caracterizan a los locales comerciales, donde se incluyen algunos aspectos

socioeconómicos. Se observa que en las carnicerías Clase A, con menor tiempo de establecido, es donde se han incorporado mayores innovaciones para hacer esta actividad más eficiente, pero éstas apenas representan el 38% de las carnicerías del municipio, el resto 62%, esta determinada por carnicerías con grandes deficiencias en cuanto a equipamiento y disposición de espacio físico. Estos resultados caracterizan el comercio urbano detallista de carne roja bovina como deficiente en lo que respecta a características físicas y equipamiento para realizar la distribución de este producto altamente perecedero en la ciudad.

**Cuadro 4. Caracterización de las carnicerías por clase. Municipio Maracaibo**

Cualidad	Clase A	Clase B	Clase C
Tiempo establecido	74% menos de 10 años	38% mas de 20 años	70% mas de 20 años
Volumen de venta	52% mas de 300.000 Bs	63% menos 300.000 Bs	87% menos 300.000 Bs
Capacidad de empleo	46% mas de 4 personas	73% mas de 2 personas	41% una persona
Tipo de proveedor	60% matadero-cavero	42% de caveros	64% de caveros
Frecuencia de provisión	60% c/dos dias	63% c/dos dias	57% diario
Volumen de compra	33% de 7-8 reses/sem.	42% de 3-4 reses/sem.	43% menos de 4 res/sem.
Determinación de precio	50% clasif. matadero	42% proveedor	64% proveedor
Empaque utilizado	64% bolsa plástica	88% bolsa plástica	98% bolsa plástica
Precios promedios	6% mayor que la clase C	2% mayor que la clase C	Los mayores precios

### Principales problemas identificados en la distribución urbana de carne roja bovina realizada por las carnicerías

La identificación de la situación actual de la distribución de carne roja bovina por las carnicerías, permitió identificar y definir las relaciones causales que generan los principales problemas estratégicos, producto de la comparación entre el "debe ser" y el "puede ser". Además, producto de la respuesta de los comerciantes a la pregunta de identificar los principales problemas que afecta el comercio al detal de la carne.

### Principales problemas identificados

1. Bajo nivel de preparación de los detallistas en el área comercial y manipulación de alimentos. Evidenciado por el grado de instrucción, el cual es bachiller (51%) y primaria (29%), además el 73% de los comerciantes no han realizado cursos en las áreas administrativas y manejo de alimentos. Esto determina que el conocimiento en el manejo del negocio sea producto de la experiencia, lo que se traduce en baja aplicación de tecnología y capacidad gerencial. Además esta situación también se refleja en la mano de obra que se contrata en estos locales, donde solo se les exige experiencia, ya que no existe o es muy poco frecuente la oferta de cursos especializados para carniceros.

2. Falta de organización, donde el 91% no están asociados. Esta situación es causada por la poca información sobre la existencia de organizaciones, funciones y beneficios,

que se evidencian por el nivel educativo, y la experiencia negativa que se tiene de estas organizaciones, que conlleva a rechazos y no aprovechar los beneficios, como las economías de escalas para mayor poder de negociación.

3. Deficiente capacidad de negociación. Este problema es un efecto causal del problema anterior, es decir, individualismo e incapacidad de buscar soluciones colectivas, lo que provoca el manejo de pequeños capitales y bajos volúmenes de compraventa. El 64% de los detallistas vende 6 o menos reses a la semana, con ingresos menores de 300.000 Bs/d para el 66% de los mismos, lo cual degenera en una dependencia de los proveedores, limitando la capacidad de negociación, así como la oportunidad de evaluar otros agentes para abastecerse.

Además, la dependencia del proveedor, es debido a la deficiente capacidad de enfriamiento, limitada o no existente en las carnicerías clase "C", que representa el 40% de la muestra, llevándolos a tener que abastecerse de un proveedor que garantice el bajo volumen y/o alta frecuencia (78% se abastecen a diario o cada dos días y de 1 a 2 reses por compra). Este proveedor esta representado por el cavero, que abastece el 46% de las carnicerías, los cuales limitan la elección de las canales, incrementos en el precio, los gastos y disminución de las ganancias de los comerciantes.

4. Falta de promoción e información generada por los detallistas hacia los consumidores.

Relacionado este problema con el tipo de carne que venden, lo cual es una exigencia de la ley, la correcta preparación de los distintos cortes y de las cualidades y bondades de la carne de res, lo que provoca poco conocimiento del consumidor y disminución del interés por este tipo de producto.

5. Venta desproporcionada de los distintos cortes. Sólo el 32% de los cortes de la "Canal" son de primera y mas del 50% de los consumidores prefieren dichos cortes por la facilidad y tiempo de preparación, lo que provoca una disminución en la demanda de los cortes de segunda y tercera. Esto también se debe a la falta de aplicación de tecnologías que agregue valor a las carnes, de manera que disminuyan los tiempos de preparación de los cortes de mayor dureza y así aumentar la demanda.

6. Distribución desproporcionada de las carnicerías en las parroquias. Esto provoca que muchas personas tengan que recorrer largas distancias para poder comprar carne en las carnicerías. Así se tienen relaciones de 249 hab/carnicerías (parroquia Chiquinquirá) y 22.092 hab/carnicerías (parroquia Idelfonso Vazques) y una relación para el municipio de 2.328 hab/carnicerías, lo que implica que una carnicería abastece a un promedio de 465 hogares (de 5 miembros) aproximadamente en el municipio Maracaibo. Y según el cuadro 5, existen parroquias donde esta relación determina deficiencias, lo que hace suponer desabastecimiento, y son precisamente las parroquias más populares y las mas

**Cuadro 5. Distribución de las carnicerías habitantes<sup>1</sup> parroquias<sup>1</sup> en el municipio Maracaibo.**

Parroquia	Habitantes	Habitantes carnicería	Número de carnicerías
Antonio Borjas R.	58.182	9.697	6
Bolivar	20.408	1.134	18
Cacique Mara	71.086	4.443	16
Caracciolo Parra P.	53.804	1.196	45
Cecilio Acosta	70.381	5.414	13
Chiquinquirá	57.234	249	230
Coquivacoa	80.019	10.002	8
Cristo de Aranza	105.995	8.833	12
Francisco Bustamante	134.780	6.126	22
Idelfonso Vazques	88.366	22.092	4
Juana de Avila	78.952	1.462	54
Luis Hurtado H.	76.804	6.400	12
Manuel Dagnino	93.060	9.306	10
Olegario Villalobos	97.981	2.969	33
Raúl Leoni	61.598	2.200	28
Santa Lucia	39.104	3.008	13
Venancio Pulgar	101.856	3.395	30
Total	1.289.610	2.328	554

distantes del casco urbano, en las que la relación hab/carnicerías es mayor.

Además es de considerar que este estudio solo comprende la distribución urbana realizada por las carnicerías, ya que son las responsables de abastecer el 80% de la carne que se distribuye en la ciudad, el resto 20%, es realizado por el comercio organizado, como los supermercados, hipermercados, otros comercios que también ofertan carnes (ENNE, Centro 99), así como los no permitidos, clandestinos o espontáneos. Sin embargo es de considerar que estos locales están distribuidos en el casco urbano, donde la mayoría de la población no tiene

acceso ya sea por la distancia o por su situación económica.

#### **Propuestas estratégicas**

De acuerdo a la realidad detectada para la comercialización de carnes en el municipio Maracaibo se proponen acciones estratégicas, basadas en el enfoque metodológico de la planificación estratégica situacional, que permitan establecer un sistema de ventas competitivo y productivo para así poder recuperar los niveles de consumo.

- El planteamiento de las propuestas estratégicas busca los siguientes objetivos:

- Lograr la organización de los comerciantes con el objeto de

incrementar su nivel de participación dentro del sistema.

- Mejorar el proceso de distribución mediante el desarrollo de una logística de distribución eficiente (servicio a domicilio, autoservicio, compras a través de Internet) logrando la presencia del producto oportuna y de forma continua.

- Mejorar la calidad del producto mediante las acciones de investigación y desarrollo que proporcionen valor agregado al producto.

- Elevar la capacidad gerencial de los comerciantes con el objeto de lograr una eficiente administración del proceso y el fortalecimiento de los conocimientos gerenciales.

- Fortalecer la capacidad financiera con el objeto de incrementar las inversiones.

- Promover la implementación de servicios de apoyo a la comercialización y la atención al cliente.

- Promover la adopción adecuada de prácticas físicas en el proceso de comercialización con el fin de mejorar la competitividad.

- Impulsar la aplicación de técnicas a la carne con el fin facilitar su preparación.

Las siguientes propuestas estratégicas, son el resultado del análisis que conforman la red sistémico-causal de los principales problemas identificados con anterioridad, definidos como los nudos críticos, cuyos cambios originan alteración significativa de la situación actual para el logro de los objetivos propuestos. Por lo que estas acciones

estratégicas se fundamentan en: la organización de los comerciantes, la capacitación de los comerciantes y la aplicación de la normativa legal existente.

**Organización de los comerciantes.** Con la promoción de la organización de los comercios detallistas, se puede lograr cooperación productiva y efectiva en la actividad para así poder enfrentar las deficiencias y obstáculos que se presentan dentro de la cadena de comercialización de carne de res, estas organizaciones pueden ser: cadena de detallista y/o cadena de cooperativas o uniones de compras.

Estas organizaciones pueden estar dirigidas a prestar distintos servicios como: compra de volúmenes de productos, transporte, almacenamiento, procesamiento de carne, donde cada uno de los comerciantes mantiene su autonomía económica operativa.

Con esta estrategia se pretende que los comerciantes desarrollen formas directas de comercialización, promoviendo la economía de escala, evitando la intermediación innecesaria y facilitar la realización de actividades de compra de volúmenes, almacenamiento para mantener la oferta en épocas críticas, distribución de los productos, ofrecer mejores precios, capacitar a sus asociados, captar recursos financieros para fortalecer la capacidad de inversión y representarlos ante las diferentes instancias gubernamentales, legales y comerciales, lo que se traduce en obtención de mayores beneficios, y mayor competitividad.

Dicha organización de detallista debe ser promovida por organismos nacionales y regionales que estén involucrados directa e indirectamente con el comercio detallista de carnes, entre estos podemos mencionar: Alcaldía de Maracaibo, Ministerio de Producción y Comercio, Ministerio de Agricultura y Tierras, Cámara de Comercio, CORPOZULIA, FEDENAGA entre otros.

Capacitación de los comerciantes y del recurso humano: La implementación de programas de capacitación y adiestramiento tanto del comerciante como del recurso humano que trabaja en los comercios, estará en función de lograr que el proceso de comercialización sea eficiente y efectivo, mejorando la capacidad competitiva del negocio. Esta capacitación debe comprender conocimientos en el área de mercadeo, tecnología e industria de las carnes, administración y servicios al cliente. Igualmente la capacitación con base a tecnologías que permitan mejorar los procesos de aprovisionamiento, almacenamiento, procesamiento y despacho del producto, esto se puede lograr a través de talleres, folletos, charlas y cursos.

Aplicación de la normativa

existente: La aplicación de la normativa existente según el Decreto 2.527 mediante el cual se pone en vigencia la decisión 197 de la comisión del Acuerdo de Cartagena y su respectivo anexo, en el cual se establece los requisitos técnicos de higiene y sanidad para el comercio de ganado, su beneficio y comercio de carne bovina y en el capítulo 4, punto 4.5 sobre el comercio mayorista y minorista de la carne bovina. Donde se resaltan los siguientes artículos: 4.5.2, 4.5.3, 4.5.4, 4.5.5, 4.5.13, 4.5.14.

Integración de la cadena de comercialización: Promover la integración del circuito cárnico desde el productor hasta el detallista, con la finalidad de disminuir los costos ya que de esta manera se logra una participación más eficiente de cada uno de los actores del proceso de mercadeo, se puede prestar más y mejores servicios a los clientes. Con la integración se logra una mejor transferencia de la información desde el consumidor a los detallistas con respecto a sus exigencias y necesidades, llegando estos a cada uno de los participantes de la integración los cuales tomaran las medidas necesarias para darle una respuesta positiva al consumidor.

## Conclusiones

Al caracterizar el proceso de distribución de carne roja realizado por los detallistas del municipio Maracaibo, hay que resaltar que: son personas entre 20 y 40 años de edad, del sexo masculino, venezolanos, con más de 11 años en la actividad y un

grado de instrucción medio de bachiller, desorganizado, las carnicerías clase A tienen mayor volumen de venta; los propietarios en forma general tienen la misión de obtener beneficios económicos y la visión de quedarse y crecer en el

negocio; el cavero es el proveedor común excepto en las carnicerías clase A donde también predomina el abastecimiento directo de los mataderos; la frecuencia de aprovisionamiento es cada dos días con facilidades de pago; para la compra se toma como criterio la clasificación del matadero; las carnicerías atienden a sus clientes de Lunes a Domingo, aproximadamente 8 horas al día; a través del mostrador y la principal forma de empaque es la bolsa; los precios de los cortes son mayores en las carnicerías clase A alrededor de un 5%, entre otros aspectos. Estos resultados son coincidentes con los de anteriores estudios realizados en el área urbana para el comercio detallista tradicional, además nos permiten concluir que también estos locales expendedores de carne roja bovina, presentan grandes deficiencias para realizar el abastecimiento urbano de alimentos para la población, sobre todo para la de escasos recursos, donde se expenden las carnes a mayores precios, de menor calidad y con menores servicios de mercadeo.

En lo que respecta a la distribución de las carnicerías en el municipio, se determinó una desigualdad entre las diferentes parroquias, sobre todo las parroquias donde existen menos carnicerías por habitantes, y son precisamente las

más alejadas del casco urbano, donde no existe otro punto de venta de alimentos (supermercados, hipermercados, entre otros), por lo que es de suponer que el consumo de carne roja bovina es menor, afectado además por la calidad y el precio.

Los problemas identificados en el proceso y que afectan la eficiencia de la distribución urbana de la carne son: bajo nivel de preparación de los detallistas en el área comercial y manipulación de alimentos, falta de organización, deficiente capacidad de negociación, falta de promoción e información, venta desproporcionada de los distintos tipos de cortes y distribución desproporcionada de las carnicerías en las parroquias. Los síntomas de estos problemas se definen como: bajos volúmenes de venta, deterioro en el margen de ingreso, menor consumo de carne, mayores precios, expendios de productos de menor calidad, prácticas desleales al consumidor, pocos servicios de mercadeo.

Las propuestas estratégicas para lograr el cambio de la situación actual, y lograr los objetivos planteados, están dirigidas hacia la aplicación de las siguientes acciones: organizar a los comerciantes, capacitación de los comerciantes y recurso humano, la aplicación de la normativa existente y promover la integración de la cadena.

## **Agradecimiento**

Los autores desean expresar su agradecimiento al concejo de Desarrollo Científico y Humanístico

de La Universidad del Zulia. (CONDES-LUZ No. CC-0145-00).

## Literatura citada

1. Alcaldía del municipio Maracaibo 1998. Registro poblacional por parroquias municipio Maracaibo. Departamento de Instrumentación. Maracaibo-Zulia.
2. Decreto presidencial No. 2527. 1993. Gaceta oficial de la Republica de Venezuela N° 4549 (extraordinario). Caracas, Venezuela.
3. Energía Eléctrica de Venezuela (ENELVEN). 1999. Base de datos del departamento de facturación de los establecimientos expendedores de carnes.
4. Hernández, R., C. Fernández y P. Baptista. 1998. Metodologías de la investigación. 2° edición. Editorial McGraw Hill. México. 501 p.
5. Huerta-Leidenz, N. 1998. Mitos y Perjuicios del Consumo de Carnes Rojas. Memorias Ier Encuentro Intersectorial de Circuitos de Carnes Rojas. 12 y 13 de junio pp. 26-31.
6. Junta Nacional del Acuerdo de Cartagena: Decisión 197 de la JUNAC. Acuerdo de Cartagena. 1983. Normas y programas subregional sobre tecnología, higiene inspección sanitaria del comercio de ganado bovino. Matadero y comercio de la carne bovina. Cuadragésimo periodo de sesiones extraordinarias de la comisión. Lima. Perú. 33 pp.
7. Martínez, C. 1999. Estadísticas y Muestreo. Eco Ediciones. Santa Fé de Bogota, Colombia. 886 p.
8. Mendoza, G. 2002. Diagnóstico del mercadeo agrícola y agroindustrial en Colombia: Una estrategia para la reactivación de la agricultura. Segunda reimpresión. Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Santa Fé de Bogota, Colombia. 208 p.
9. Ministerio de Producción y Comercio. 2001. Dirección general de desarrollo de cadenas agroproductivas. Unidad Técnica nacional de la carne. Resumen mensual de clasificación de la carne en canal. 24 p.
10. Rincón N., F. Urdaneta, E. Martínez y M. Rojas. 1999. Características del sistema del comercio detallista para el abastecimiento de alimentos en la ciudad de Maracaibo, Venezuela. Rev. Fac. Agron. (LUZ), 16 Supl. 1:273-278.
11. Salkind, N. 1999. Métodos de Investigación. 3° edición. Prentice Hall. México. 400 p.
12. Sampieri, R 1998. Metodología de la investigación 2da Edición. Mc Graw-Hill. Colombia. 501 p.
13. Segovia L. Emma y L. E. Martínez. 1998. Caracterización del comercio detallista tradicional, polivalente de alimentos del Municipio Maracaibo, estado Zulia, Venezuela. Rev. Fac. Agron. (LUZ). 15:368-385.