

Mercado de la zábila (*Aloe vera* L.) en el estado Falcón

Aloe's (Aloe vera L.) market in Falcon state

H. Piña-Zambrano y L. Chirino

¹Departamento de desarrollo y producción agrícola, Universidad Francisco de Miranda. Apartado postal 7524. Coro 4101, estado Falcón. Venezuela.

Resumen

Dada la importancia del circuito zábila (*Aloe vera* L.) para el estado Falcón, se realizó una investigación descriptiva-explicativa para analizar la estructura y funcionamiento del mercado de este rubro, considerando sus componentes principales: oferta, demanda, precio y distribución. La metodología empleada consistió en una estrategia de mercado construido sobre dos aspectos fundamentales: mercado y territorio. Se concluye que no existe un producto que identifique el circuito zábila en el estado Falcón; las procesadoras que están por instalarse en el estado se orientan en su totalidad a bienes intermedios, aunque algunos específicos como la aloína, pero que en definitiva son intermedios; los bienes intermedios (pasta) o finales (jabones, por ejemplo) no cumplen los estándares requeridos por la mayoría de los consumidores y por ende, para su entrada en nichos importantes de mercado; los actores del circuito (a excepción de algunos privados) desconocen el funcionamiento del mercado en todos sus segmentos y en su comportamiento, lo cual constituye la principal limitante para su eficiente abordaje.

Palabras clave: mercado, Falcón, zábila, estrategia, territorio.

Abstract

Given to the importance of the aloe (*Aloe vera* L.) circuit for the state Falcon, a descriptive - explanatory investigation was made to analyze the structure and operation of the market of this heading, being considered its main components: supply, demands, price and distribution. The used methodology consisted of a market strategy constructed on two basic aspects: market and territory. It is concludes that does not exist a product which identifies

Recibido el 22-2-2007 • Aceptado el 15-11-2007

Autor de correspondencia e-mail: henripina@unefm.edu.ve; henripina@yahoo.com; mena31lc@hotmail.com

the circuit aloe in the Falcon state; the processors that are supposed to be settled in state in their totality to intermediate goods, although some specific ones like aloine, but that really are intermediate; the intermediate goods (paste) or end (soaps, for example) do not fulfill the standards required by most of the consumers and therefore, for their entrance in important niches of market; the actors of the circuit (with the exception of some privates), do not know the operation of the market in all their segments and their behavior, which constitutes the main limiting for its efficient boarding.

Key words: market, Falcon, aloe, strategy, territory.

Introducción

La zábila se cultiva en el estado Falcón desde la llegada de los españoles a América, 400 años atrás, en virtud del conocimiento que desde esa época se tenía de sus muchas propiedades. Fue introducida al estado desde Curaçao a donde llegó desde Barbados, producto del comercio marítimo que mantenían los pobladores de estas localidades. Las primeras plantaciones comerciales de importancia datan de 1870 y, en mayor escala a partir de 1920 (González, 1999). Desde ese tiempo la zábila ha sido explotada de manera artesanal en plantaciones de pequeña escala y siguiendo un posterior procesamiento agroindustrial rudimentario de donde se extrae fundamentalmente la pasta como principal bien comercializable, la cual corresponde al acíbar (exudado de la hoja) deshidratado mediante técnicas de cocción hasta alcanzar un sólido de color negruzco con 4% de humedad. Este subproducto es comercializado en empaques de madera de 70 kg (Piña, 2005a; Piña, 2005b; Piña *et al.*, 2005).

La pasta tuvo un importante auge entre la década de los 70 y 80, cuando Falcón llegó a exportar hasta

Introduction

Aloe is cultivated in Falcon state from the Spaniards arrival to America, 400 years ago, because the knowledge existent in that time about its many properties. It was introduced to state from Curaçao where come from Barbados, product of sea commerce maintained by people from this locations. The first commercial plantations of importance come from 1.870 and, in a high scale from 1.920 (González, 1999). From that time, aloe has been explored in a craft way in little scale plantations and following a posterior rudimentary agro industrial processing from which paste is basically extracted like principal marketable good, which corresponds to acibar (leave exudate) dehydrate through co techniques until reaching a solid of blackish color of 4% moisture. This by product is market by using wood packages of 70 kg (Piña, 2005a; Piña, 2005b; Piña *et al.*, 2005).

Paste had an important peak between the decade of 70 and 80, when Falcon exported until 13% of world market, estimated around US \$ 2 millions (Bisceglia, 1999; Sistema de Inteligencia de Comercio Exterior,

13% del mercado mundial, estimado en cerca de US \$ 2 millones (Bisceglia, 1999; Sistema de Inteligencia de Comercio Exterior, 1997). Sin embargo en la actualidad Falcón ha sido desplazado por importantes plantaciones tecnificadas que se han establecido en Costa Rica, República Dominicana y México, en donde se utilizan modernas técnicas de cultivo y se han orientado esas plantaciones hacia la obtención de gel (cuerpo mucilaginoso resultante de la eliminación de la epidermis de la hoja, filtrado y estabilizado) en diferentes presentaciones (gel 1X hasta gel liofilizado) en virtud de su amplias aplicaciones en las industrias cosméticas, médicas, farmacéuticas y agroalimentarias.

Este mercado ha evolucionado significativamente los últimos años y mantiene una proyección de crecimiento del 15% interanual (Fundación Tamayo, 2001; United States Department Agriculture, 2002), estimándose un mercado global de US \$ 150 millones en productos primarios: hojas, gel y plántulas bebé y, más de US \$ 200 millones en bienes finales: champú, cremas, lociones, bebidas, medicamentos y fármacos. En contraste, el desarrollo y crecimiento del cultivo en el estado Falcón, si bien ha aumentado significativamente su superficie en los últimos 10 años, contabilizando cerca de 4.200 ha, estas son explotadas en su mayoría siguiendo los ancestrales parámetros establecidos cuando el cultivo llegó al estado y, sin contar con un elemento guía central para orientar al circuito hacia una estrategia de desarrollo rural sustentable dirigida a elevar el nivel de vida de la población de las zonas

1997). However, nowadays Falcon have been displaced by important technician plantations established in Costa Rica, Dominican Republic and Mexico, in where modern techniques of cultivation are used and these plantations have been guided to the gel obtaining (mucilaginous body as a result of epidermal eliminating, filtered and stabilized of leave) in different presentations (gel 1X until lyophilized gel) because its wide applying in the cosmetic, medical, pharmaceutical and agro alimentary industries.

This market has evolution in a significant way during the last years and keeps growth projections of 15% inter annual (Fundación Tamayo, 2001; United States Department Agriculture, 2002), by being estimating a global market of US \$ 150 millions in primary products: leaves, gel and baby plantlets and more of US \$ 200 millions in final goods: shampoo, creams, lotions, beverages, medications and medicines. In contrast, development and growth of crop in Falcon state, its surface have increase in a significant way the last 10 years, counting around 4.200 ha, these are exploited by following the ancient parameters established when crop arrived to state and, without counting with a central guide element to guide the circuit until a sustainable rural development strategy guided to increase the life level of population in Falcon in where this crop is cultivated. Complementarily, there is an important work made by a significant group of entities related to the aloe sector in the state (mayor's

de Falcón donde se cultiva este rubro. Complementariamente, existe un importante trabajo realizado por un significativo grupo de entes afines al sector zábila en el estado (alcaldías, universidades, ejecutivo, ONGs y gremios; entre otros), quienes han establecido unos primeros lineamientos de orientación enfocados hacia la modernización del circuito, tales como establecer iniciativas empresariales de procesamiento destinadas a darle valor agregado a la producción de Falcón (Grupo de Trabajo Permanente de Zábila, 2002).

A partir de los planteamientos anteriores se condujo una investigación orientada a construir el perfil del mercado de la zábila en el estado Falcón, en términos de sus componentes principales: oferta, demanda, precio y distribución; a los fines de obtener información de primer orden, la cual permita por un lado la acertada toma de decisiones por parte de los agentes responsables de política en el estado, así como conocer el real comportamiento y desempeño de este circuito, como estrategia para su orientación y desarrollo.

En este sentido, en su función de proveer información y análisis acerca de las expectativas de los clientes y de las oportunidades de negocio existentes en el entorno, el sistema de mercadeo adecúa la producción primaria al consumo, contribuye a añadirle valor y genera utilidad al ofrecer la posibilidad de identificar potenciales nichos de consumidores para colocar esa producción primaria y (o) los bienes finales requeridos por los consumidores (Piña, 2005a). De esta manera, cuando un bien

office, universities, executive, ONGs and associations; among others), who have established the first guiding lines focused to the circuit modernization, such as to establish enterprise initiatives of processing guided to give a aggregate value to the production in Falcon (Grupo de Trabajo Permanente de Zábila, 2002).

From previous statements, a research was carried out with the purpose of constructing the aloe market profile in Falcon state, in terms of its principal components: offer, demand, price and distribution; for obtaining information of first order, which permits the acute taking decisions by the politician agents in state, likewise, to know the real behavior and performance of these circuit, like strategy for its orientations and development.

In this sense, in its function of giving information and analysis about customer expectative about the business opportunities existent in the environment, the market system adapted the primary production to consumption, contributes to gives value and generates utility when offering the possibility of identify potential consumer niches for placing this primary production and (or) the final goods required by consumers (Piña, 2005a). In this way, when agro alimentary goods satisfy the consumer requirement, a value is generated in those goods and as a consequence, their utility. This economical concept, of a subjective type, makes reference to the capacity of an individual for choosing among those goods and (or) services with a

agroalimentario satisface la necesidad de un consumidor, se genera un valor en ese bien y en consecuencia su utilidad. Éste concepto económico, de tipo subjetivo, hace referencia a la capacidad de un individuo de elegir entre aquellos bienes y (o) servicios con mayor valor para él, en otras palabras, aquellos bienes y (o) servicios con la propiedad de reportarle mayor utilidad o satisfacción. Este concepto de valor es el elemento básico sobre el cual se sustenta la aparición y crecimiento de un mercado (Piña, 2005a). Bajo esta premisa económica un consumidor seleccionará aquel bien para obtener el mayor grado de satisfacción para cubrir una necesidad en particular, la cual estará en función del valor que este consumidor le otorgue a ese bien. Este concepto (valor) es igualmente de tipo económico y subjetivo. El valor de un bien sólo puede medirse en términos relativos de un consumidor con respecto a otro, quien le otorgará mayor o menor valor en la medida en que éste sea capaz de satisfacer su necesidad. En este sentido, lo altamente útil para una persona, podrá no tener el más mínimo valor para otra en una situación idéntica, en un lapso de tiempo determinado y siempre y cuando el resto de los factores determinantes del mercado, permanecen invariables (*ceteris paribus*)

En el ámbito del mercadeo este valor se materializa en términos del precio monetario que un consumidor esta dispuesto a pagar por adquirir el bien y satisfacer su necesidad. En esta situación, el precio está midiendo la importancia relativa que los consumidores le atribuyen en un determina-

higher value for him, in other words, those goods and (or) services with the property of report a higher utility or satisfaction. This concept of basic element on which the appearance and growth of a market is based (Piña, 2005a). Under this economical premise a consumer will select those goods for obtaining the higher satisfaction degree for covering a requirement in particular, which will be in function of value that this consumer gives to those goods. This concept (value) is equally of economical and subjective type. The goods value only can be measured by relative terms of a consumer in relation to other, who will give major or minor value when this be able of satisfying its requirement. In this sense, the highly useful for one person, could not have the minimum value for other one in an identical situation, in a determined period and when the rest of determinant factors of market, remain invariables (*ceteris paribus*).

In the market environment this value is materialized in terms of monetary cost that a consumer is disposed to pay for acquiring good and satisfying its requirement. In this situation, price is measuring the relative importance that consumers give in a determined time or particular type of goods.

By the other side, the utility or value of a goods is established in subjective by part of consumer for satisfying a necessity in function of a values scale and proper principles. That order assigned a group of alternatives of goods to be consumed; it will be in attention to its tastes and

do momento a un tipo particular de bienes.

Por otro lado, la utilidad o valor de un bien es establecido en forma subjetiva por parte del consumidor para satisfacer una necesidad en función de su escala de valores y principios propios. Ese orden asignado a un conjunto de alternativas de bienes a consumir, estará en atención a sus gustos y nivel de ingreso (entre otros factores). Precisamente es este comportamiento del consumidor, el determinante de la dinámica de un mercado en un momento dado, respondiendo al costo de oportunidad que está dispuesto a pagar para satisfacer su necesidad.

En este marco, el concepto de costo de oportunidad hace referencia a la cantidad de bienes o servicios a los que el consumidor estará dispuesto a renunciar para adquirir y disfrutar de otros bienes. El concepto tiene su sustento en el principio económico de escasez.

Bajo estas premisas, un mercado tiene lugar cuando dentro de una infraestructura (física, geográfica o virtual) llegan a un acuerdo de compra-venta el consumidor (necesidad insatisfecha) y el vendedor (bien útil), bajo determinadas condiciones de precio (valor del bien) y distribución (entrega) del bien negociado dentro de un entorno específico (social, económico o legal) que regula y norma el funcionamiento y desempeño de ese mercado en particular y, que puede ser totalmente distinto a otro mercado, a otros bienes, a otras necesidades y a otras condiciones de precio y distribución, del bien en otro momento.

La definición anterior determi-

income level (among other factors). Precisely, this consumer behavior, determinant of dynamic in a market, by giving answer to the opportunity cost that is disposed to pay for satisfying its requirement.

In this frame, the opportunity cost concept makes reference to the goods or services quantity to which consumer will be disposed to quit for acquiring and enjoy other goods. The concept has its sustenance in the economical principle of shortage.

By following these premises, a market have place when inside of an infra structure (physical, geographical or virtual) gets to a buy-sale agreement to the consumer (unsatisfied necessity) and the salesmen (useful goods), under determined conditions of price (good value) and distribution (delivery) of the negotiated good inside of an specific environment (social, economical or legal) that regulates and norm the functioning and performance of that market in particular and, that could be totally different to another market, to other goods, to other necessities and to other conditions of price and distribution, of good in other moment.

Previous definition determines the existence of a market in the confluence of three basic elements: support infra structure, consumer (necessity), salesmen (product or goods), price (value and utility), distribution and one environment (Piña, 2005a). This is the modern concept of market: this does not exist if there is a failure or it is absent any of enumerated elements; under this perspective, the existence of a market

na la existencia de un mercado en la confluencia de seis elementos fundamentales: infraestructura de soporte, consumidor (necesidad), vendedor (producto o bien), precio (valor y utilidad), distribución y un entorno (Piña, 2005a). Tal es precisamente el concepto moderno de mercado: éste no existe si falla o está ausente alguno de los elementos enumerados. Bajo esta perspectiva, la existencia de un mercado implica: la existencia de una necesidad insatisfecha. Si no hay necesidad a satisfacer, no hay mercado; la disponibilidad monetaria (nivel de ingresos) y la disposición a gastar. El consumidor debe percibir en el bien el suficiente valor (utilidad) para decidir su adquisición. En este sentido un primer componente del mercado es la demanda, la cual es entendida como la cantidad de bienes que los consumidores efectivamente adquieren a precios de mercado para satisfacer una necesidad en particular cuando el precio de otros bienes, el ingreso, los gustos y preferencias de estos consumidores permanecen constantes (Piña, 2005a). Se habla de la efectiva adquisición de un bien, porque hasta tanto no se materialice el proceso de compra-venta, no existe demanda; el oferente continuará exhibiendo su bien y el consumidor continuará deseando satisfacer su necesidad, pero no hay intercambio de un bien por el valor monetario del mismo, por lo tanto no hay transacción económica y no hay proceso productivo.

El otro componente corresponde a la oferta, esta es entendida como aquellos bienes que los oferentes (en este caso, agroempresarios) están dispuestos a ofrecer a los consumidores

implies: the existence of an unsatisfied necessity. If there is no necessity to be satisfied, there is no market; the monetary availability (incomes level) and the disposition to expend. Consumer has to perceive in goods the sufficient value (utility) for deciding its acquisition. In this sense, a first market component is demand, which is understood like the goods quantity that consumers effectively acquires to market prices for satisfying a necessity in particular when price of another goods, the income, tastes and preferences of these consumers remain constants (Piña, 2005a). It is talks about the effective acquisition of a good, because until the buy-sales process dos not materialize, there is no demand; people who offers will continue exhibiting its good and the consumer will continue wishing to satisfy its requirements, but there is no exchange of goods by the monetary value of the same, therefore, there is no economical transaction and there is no productive process.

The other component corresponds to the offer, which is understood like those goods that offer people (in this case, agro enterprise people) are disposed to offer to the consumers under determined conditions of price and distribution. Only is considered like an offer that part of production effectively placed on market, to the different prices existent. At the time of analyzing offer, it have to be into account the nature of the primary agricultural and husbandry production, which shows a series of characteristic elements that conform its proper identity.

bajo determinadas condiciones de precio y distribución. En función de esto sólo se considera oferta aquella porción de la producción efectivamente colocada en el mercado, a los distintos precios existentes. Al momento de analizar la oferta, debe tomarse en cuenta la naturaleza misma de la producción primaria agropecuaria, la cual presenta una serie de elementos característicos que conforman su identidad propia.

El tercer componente del mercado es el precio, el cual es entendido como el valor en unidades monetarias de curso legal que estarían dispuestos a pagar los consumidores para adquirir un bien en particular, para cubrir una necesidad, bajo determinadas condiciones de distribución. Este concepto de precio hace referencia al elemento fundamental sobre el cual se sustenta la existencia de un mercado: el valor (utilidad) y la satisfacción de necesidades, dado que a través del precio el consumidor está materializando la percepción subjetiva (valor) que ese bien le reporta para satisfacer una necesidad.

Finalmente el último componente del mercado es la distribución, esta hace referencia al traslado de los bienes producidos en la finca del agroempresario hasta la mesa del consumidor final. Esta cadena que se inicia con el productor y termina con el consumidor final incluye al resto de los agentes económicos que participan en el traslado de estos bienes, lo que en definitiva corresponde a la generación de utilidad sobre la producción agroalimentaria. El establecimiento de una red de distribución por parte del agroempresario es de importancia

Third component of market is the price, which is understood like the value in monetary units of legal course that consumers would be disposed to pay for acquiring a good in particular, for covering a necessity, by following determined distributions conditions. This concept of price makes reference to the fundamental element on which is based the existence of a market: the value (utility) and necessities satisfaction, because through price, consumer is materializing the subjective perception (value) that those good offer for satisfying a necessity.

Finally, the last component of market is distribution; this makes reference to moving of goods produced in the farm of the agro enterprise man until table of final consumer. This chain that begin with producer and ends with final consumer, includes the rest of economical agents that participates in moving of these goods, that definitively corresponds to generation of utility on the agro alimentary production. The establishment of a distribution network by the ago enterprise man is of high importance inside the strategy of positioning and penetration of market, having an incidence of direct way in the prices politics to be assumed by this. Between the agricultural products delivery to a local intermediary and to the goods sale differenced in a market specific niche there is a difference in prices that could represent the key element about the next sowing decision.

By following these premises of economical theory and of market fundamentals, research was carried out

capital dentro de la estrategia de posicionamiento y penetración de mercado, incidiendo de manera directa en la política de precios a asumir por éste. Es así como entre la simple entrega de productos agrícolas a un intermediario local y la venta de bienes diferenciados en un nicho específico de mercado existe un diferencial de precios que pudiera representar el elemento clave acerca de la decisión de una próxima siembra.

Bajo estas premisas de teoría económica y de fundamentos de mercadeo, se condujo la investigación para construir el perfil del mercado de la zábila en el estado Falcón, atendiendo básicamente como principales productos a analizar la pasta de zábila y los bienes finales de consumo (champú, jabones cremas y lociones) que son elaborados de manera artesanal por distintos agroempresarios que explotan este cultivo. Asimismo la investigación se circunscribe a la descripción de los componentes del mercado de la zábila en el estado Falcón, ya mencionados anteriormente, descartando la exhaustiva cuantificación de la demanda y la oferta de este rubro en un escenario geográfico distinto al estado Falcón.

Materiales y métodos

El diseño metodológico empleado correspondió a un estudio de campo descriptivo-explicativo a través de la cual se definió la estructura y funcionalidad del mercado del cultivo zábila en el estado Falcón, en términos de sus componentes principales: oferta, demanda, precio y distribución, a los fines de conocer los elementos que

for constructing the profile of aloe market in Falcon state, basically attending like principal products to analyze the aloe paste and the final consumer goods (shampoo, soaps, creams and lotions) that are made in a craft way by different agro enterprise man that exploit this crop. Likewise, research is managed on the components description of aloe market in Falcon state, previously named, by ruling out the exhaustive quantification of demand and offer of this crop in an geographical scenery different to Falcon state.

Materials and methods

The methodological design used corresponded to a field study descriptive-explicatory through which the structure and functionality of aloe crop market in Falcon state, in terms of its principal components: offer, demand, price and distribution, with the purpose of knowing the elements that conform it for after to propose the market strategies needed, for guided them to superior levels of efficiency and competitiveness, by having like analysis fundamental tool, the market research. The research unit corresponded to the aloe circuit in Falcon state, understood this like the coherent grouping and operational of individual or individual groups (actors) distributed in the different phases of productive process who have in common, to increase the aggregate value of a good (or goods grouping) agro alimentary. This is a concept that implies description and analysis of covering of an agro alimentary goods from its primary production until its

le conforman para luego proponer las estrategias de mercadeo a que hubiere lugar, para potencialmente orientarlo a superiores niveles de eficiencia y competitividad, teniendo como herramienta fundamental de análisis, la investigación de mercados. La unidad de investigación correspondió al circuito zábila en el estado Falcón, entendido este como el agrupamiento coherente y operacional de individuos o grupos de individuos (actores) distribuidos en las diferentes fases del proceso productivo quienes tienen en común, aumentar el valor agregado de un bien (o grupo de bienes) agroalimentarios. Este es un concepto que implica la descripción y análisis del recorrido de un bien agroalimentario desde su producción primaria hasta su utilización por el consumidor final, incluyendo los diversos agentes (transformación, distribución o servicios) así como los mecanismos de ajuste que regulan este itinerario dentro de un marco rector externo (Martín *et al.*, 1999). Se consideraron como sujetos de investigación, todos los agentes claves dentro del circuito zábila (productores, intermediarios, procesadores artesanales, cosechadores, agroindustriales, centros de investigación y desarrollo, universidades y ejecutivo regional) identificados como tales (Piña, 2006; Piña y Robillard, 2005; Piña, 2005b; Piña *et al.*, 2005), cuales son reconocidos como de significativa importancia o peso específico dentro del circuito. La recolección de información se realizó a través de encuentros de trabajo semiestructurados, mediante la aplicación de un instrumento tipo cuestionario.

use by the final consumer, including the different agents (transformation, distribution or services) like adjust mechanisms that regulates this itinerary inside of a external rector frame (Martín *et al.*, 1999). Like research subjects were considered all the key agents inside the aloe circuit (producers, intermediary, craft processors, agro industrial harvesters, research centers and development, universities and regional executive) identified like that (Piña, 2006; Piña y Robillard, 2005; Piña, 2005b; Piña *et al.*, 2005), are recognized of significant importance or specific weight inside the circuit. The information collection was made through semi structured work meetings, by the applying of an instrument type questionnaire.

Results and discussion

A. Market profile of aloe (*Aloe vera* L.) crop in Falcon state 1. Offer

The Falcon state counts for the year 2007, an aloe sowed surface closed to 4.200 hectares, in its principal municipal producers: Miranda, Carirubana, Sucre, Falcon, Colina, Zamora, Democracia, Buchivacoa, Urumaco and Federacion. From the total of surface, approximately 50 hectares are dedicated to the leaves production for the gel obtaining and the rest of surface is dedicated to the acibar obtaining; with the potentiality of incorporating 200 additional hectares for the leaves obtaining, whereas for the acibar case, the surface that could be added exceed (in

Resultados y discusión

A. Perfil del mercado del rubro zábila (*Aloe vera* L.) en el estado Falcón

1. Oferta

El estado Falcón contabiliza para el año 2007, una superficie sembrada de zábila cercana a las 4.200 hectáreas, en sus principales municipios productores: Miranda, Carirubana, Sucre, Falcón, Colina, Zamora, Democracia, Buchivacoa, Urumaco y Federación. De este total de superficie, aproximadamente 50 hectáreas están dedicadas a la producción de hojas para la obtención de gel y el resto de la superficie es dedicada a la obtención de acíbar; con la potencialidad de incorporar 200 hectáreas adicionales para la obtención de hojas, mientras que para el caso del acíbar, la superficie que pudiera incorporarse supera significativamente (en una proporción 5:1) la que actualmente se encuentra sembrada, vistas las favorables condiciones edafoclimáticas que presenta el estado para el desarrollo de este cultivo. De esta manera se evidencian las amplias posibilidades del rubro zábila en Falcón.

En función de la situación descrita, la potencialidad de producción primaria de este cultivo supera los 2 millones de litros de acíbar (aproximadamente 600 L ha^{-1}), equivalentes a 500.000 kg de pasta. Asimismo se podrían alcanzar los 5 millones de kilogramos de hojas. Estas cifras están referidas a un ciclo de un año y a una sola cosecha. A pesar de las significativas cifras anteriores, puede afirmarse que la oferta primaria de zábila en Falcón se limita fundamentalmente a

a proporción 5:1) which is actually sowed, by the favorable edapho climatic conditions that present state for development of this crop. In this way, the wide possibilities of aloe crop are evidenced in Falcon.

As a function of the situation described, the potentiality of primary production of this crop exceed 2 millions of acíbar liters (approximately 600 L ha^{-1}), equivalent to 500.000 kg of paste. Likewise, 5 millions of kilograms could be reached. These numbers are referred to a cycle of a year and to an only harvest. Despite the significant numbers mentioned before, it could be affirmed that the primary offer of aloe in Falcon is basically limited to an acíbar and in a little scale, paste and leaves. In the particular case of concentrated acíbar this intermediate good have been substituting to the paste, because the better manipulations and moving conditions, due to this, nowadays producers are dedicated in its majority the sale of this liquid in farm. In case of final goods, the offer of Falcon state is concentrated in some cosmetics and medicines of free sale made in a craft way, without the support of a commercial mark that identify them and of which numbers are not known production volumes, because the sector spraying, derivate from work scheme under this products are obtained.

As evidenced, inside of circuit there is no a final product that could be qualified as formal (systematic and organized), but on the contrary, these corresponds to the home-made production of goods according to the

acíbar y en menor escala, pasta y hojas. En el caso particular del acíbar concentrado, este bien intermedio ha venido paulatinamente sustituyendo a la pasta, debido a su mejores condiciones de manipulación y traslado, por lo que los productores hoy día se dedican en su mayoría a la venta de este líquido en finca. Para el caso de los bienes finales, la oferta del estado Falcón se concentra en algunos cosméticos y fármacos de venta libre elaborados de manera artesanal, sin el respaldo de una marca comercial que los identifique y de los cuales no se conocen cifras de volúmenes de producción, debido a la atomización del sector, derivada del esquema de trabajo bajo el cual son obtenidos estos productos.

Como se evidencia, dentro del circuito no existe un producto final que pudiera calificarse de formal (sistemático y organizado), sino que por el contrario estos corresponden a la producción casera de bienes de acuerdo con una tradición y costumbre, cuyo conocimiento ha venido pasando de generación en generación. Sin embargo, también es cierto que estos bienes finales cuentan con un importante mercado de tipo cautivo, cuya demanda es más por recomendación y creencia en las bondades de la zábila, que por la implementación de una estrategia de posicionamiento. Tal situación conlleva a que la oferta de estos productos presente una importante limitante en términos de penetración y ampliación de estos mercados, básicamente como consecuencia del real desconocimiento de este y a los estándares y exigencias que se hacen a estos productos.

tradition and habit, with a knowledge have been passing from one generation to another one. However, it is always true that this final goods have an important market of caution type, whose demand comes from recommendation and belief in aloe goodness, than by implementing of a positioning strategy. This situation takes to the offer of this products shows an important limitation of these products present an important limitation in terms of penetration and extension of these markets, basically as a consequence of the real unknowing of them and the standards and exigencies that are made to these products.

In this sense, it is important to detach the erratic that the offer of aloe have becomes in the state along the time, because the absence of a formal market and consolidated for the exchange of produced goods, likewise the same conditions of informality in which the actual system of the chain market operates. This important market have been ruled by the strong price market swinging, like important peaks in paste, acíbar and leaves demand, that after a short period of time, falls in an abrupt way, for after having a slow recovery, and not necessarily in better conditions for producers. This situation can also be partially explained because inside the chain, a crop strategy guided to a systematic and continuous supply of these goods to intermediaries and agro industry was not observed, due to the absence of a formal market, likewise in real terms, the offer (in case of "acíbar") exceed in a significant way the demand of processors

En este sentido, es importante destacar lo errático que ha sido la oferta de zábila en el estado a lo largo del tiempo, debido entre otros factores, a la ausencia de un mercado formal y consolidado para el intercambio de los bienes producidos, así como a las mismas condiciones de informalidad en que opera el actual sistema de mercadeo del circuito. Este importante mercado ha estado regido por marcados vaivenes de precio, así como por importantes picos en la demanda de pasta, acíbar y hojas, que luego de un período corto de tiempo, baja de manera abrupta, para luego recuperarse lentamente y, no necesariamente en las mejores condiciones para los productores. Esta situación también puede explicarse parcialmente por el hecho que dentro del circuito, no se observó una estrategia de cultivo orientada a un suministro sistemático y continuo de estos bienes a intermediarios y agroindustria, debido tal como se mencionó, a la ausencia de un mercado formal, así como a que en términos reales la oferta (en el caso de acíbar) supera significativamente tanto la demanda de las plantas procesadoras del estado, como la capacidad de los actuales intermediarios compradores, por las razones anteriormente mencionadas.

Esta situación evidencia entonces una desconexión entre producción primaria y procesamiento, restringiendo así el suministro de materia prima calificada que estarían dispuestas a adquirir las plantas instaladas en el estado. Cabe mencionar que en el caso de la planta que adquiere acíbar para concentrar, la misma se abastece de la cantidad que necesita

industry of state and also the capacity of the actual buyers, for the reasons before mentioned.

This situation shows a disconnection between primary production and processing, by restricting in this way the supply of qualified raw material that would be disposed to acquire the industries of state. It is possible to mention that in case of industry that acquire the "acíbar" for concentrate, which is supplied by the quantity for working during a year, in a period no more of three months, by limiting the access to a wider number of producers. The gel processor industry that there is supply with the production of 20 hectares, although some quality problems related to supplied leaves have taken place. By the other side, it is necessary to wait for the installation of processors industries to be accomplished in Falcon state, for beginning a new behavior and agent's accommodation inside the chain.

Other element that can explain the aloe offer behavior in state corresponds to this disconnection, which takes to new inversions are not, made for improving crop, because there is no a formal market in which generated production. In this way, a vicious circle is conformed: disconnection with market that derivates in a low (a null) crop planning, and so, market requirements can not be satisfied, the demand exigencies can not be satisfied, therefore, an attractive market with high return index is not took in advantage, new inversions are not stimulated and thus, the cycle continues.

para trabajar durante un año, en un período no mayor a tres meses, limitando así el acceso a un número más amplio de productores. Asimismo la planta procesadora de gel que existe en el estado, es abastecida con la producción de 20 hectáreas, aunque ha tenido serios problemas de calidad de las hojas suministradas. Por otro lado, habría que esperar la puesta en marcha de las procesadoras que están por instalarse en Falcón, para comenzar a configurar un nuevo comportamiento y reacomodo de los agentes dentro del circuito.

Otro elemento que puede explicar el comportamiento de la oferta de zábila en el estado, corresponde a que precisamente esta desconexión, conlleva a que no se realicen nuevas inversiones para mejorar el cultivo, debido en esencia a que no se cuenta con un mercado formal en el cual colocar la producción generada. De esta manera se conforma un círculo vicioso: desconexión con el mercado que deriva en una baja (a nula) planificación del cultivo, por lo que no se pueden satisfacer las necesidades del mercado no se puede cumplir con las exigencias de la demanda, por lo que se desaprovecha un atractivo mercado con altos índices de retorno, desestimulando la realización de nuevas inversiones, para continuar así nuevamente el ciclo.

2. Demanda

La demanda de bienes derivados de zábila pueden ser clasificada en 3 niveles: primaria, intermedia y final. El nivel primario, no realiza ninguna transformación al producto adquirido, está conformado por aquellos agentes que compran pencas y (o) ací-

2. Demand

The goods demand derived from aloe can be classified in 3 levels: primary, intermediate and final. Primary level, do not make any change to the acquired product, is conformed by those agents that buy pencas and (or) "acíbar" for intermediating with other agents, they accomplish exclusive functions of distributors – intermediaries without giving aggregate value to the possessing, place and time utility.

The intermediate level makes some type of transformation to the acquired goods; it is formed by the processors of primary or intermediate goods to obtain other intermediate goods, such as soaps, shampoos, lotions and/or medicines. His level corresponds to those agents that acquire pencas for the gel 1X obtaining or for the elaboration of some final goods. Equally, the agents that acquire acíbar are included, the paste obtaining as well as concentrate acíbar.

This intermediate demand includes 2 agro industries that are in the state and for a closed future, 7 processors are in building process. Likewise, it has to be detaching that the agro industries located in Falcon, do not makes final goods, but also they sales its production like intermediate goods for other manufacturer located in the rest of country, even outside there. Level includes the craft processors of final goods established in state. On the other side, there was no access to the deal volumes by this level in their different compounds, numbers shows that in case of "acíbar" it

bar para intermediar con otros agentes, realizan funciones exclusivamente de acopiadores – intermediarios sin darle mayor valor agregado al producto que la utilidad de posesión, lugar y tiempo.

El nivel intermedio si realiza cierto tipo de transformación a los bienes adquiridos, está conformado por los procesadores de bienes primarios o intermedios para obtener otros bienes intermedios o algunos bienes finales, tales como jabones, champú, lociones y (o) medicamentos. Este nivel corresponde a aquellos agentes que adquieren pencas para la obtención de gel 1X o para la elaboración de algunos bienes finales. Igualmente se incluyen los agentes que adquieren acíbar, ya sea para la obtención de pasta o para acíbar concentrado.

Esta demanda intermedia incluye las 2 agroindustrias que se encuentran en el estado y en un futuro cercano, incluiría las 7 procesadoras que se están construyendo. Asimismo debe destacarse que las agroindustrias que se encuentran localizadas en Falcón, no elaboran bienes finales, sino que venden su producción como bienes intermedios para otras manufactureras localizadas en el resto del país e incluso en el exterior. El nivel incluye los procesadores artesanales de bienes finales establecidos en el estado. Por otro lado y aunque no se tuvo acceso a los volúmenes transados por este nivel en sus diferentes componentes, cifras conservadoras indican que para el caso del acíbar se estaría hablando de 1.500.000 L.año⁻¹, alrededor de 400.000 kg.año⁻¹ de pasta y 25.000 kg.año⁻¹ de hojas. Estos volúmenes sin embargo, no deben tomar-

would be taking about 1.500.000 L.year⁻¹, around 400.000 kg.year⁻¹ of paste and 25.000 kg.year⁻¹ of leaves. However, these volumes have not been taken as definitive because the difficult access to this type of information by part of consulted agents.

3. Price

The formation and behavior of primary goods price inside of aloe chain obey to a performance of monopsony type (many salesmen and little buyers) which is precisely the result of proper nature of marked goods, since they corresponds to raw materials. On its part, demand of final goods answer to an inelastic behavior as a result of a localized and specific market, in which the final consumer has an more determinant influence and, buying are in function of eventual situations of these agents and not to a programmed and routine buy.

In the specific case of intermediate goods (gel, concentrate "acíbar" and paste) the power center (and those of price formation) is located at the buyer level and they are (a little ones) who fixed the transactions conditions, a situation that is fortified with the knowing and dominance that they have on market, by increasing its position of dominance and leadership.

The previous is complemented because there is no a good capable of getting position on market by which better conditions of price can be negotiated. Nevertheless, nowadays prices were qualified by producers like good (acceptable) during the interviews, although they recognized that prices have to be immediately

se como definitivos en virtud del significativamente difícil acceso que se tuvo a este tipo de información por parte de los agentes consultados.

3. Precio

La formación y comportamiento del precio de los bienes primarios dentro del circuito zábila obedece a un desempeño de tipo monopsónico (muchos vendedores y pocos compradores) el cual es precisamente el resultado de la naturaleza propia de los bienes mercadeados, ya que los mismos corresponden a materias primas. Por su parte la demanda de bienes finales responden a un comportamiento inelástico como resultado de un mercado localizado y específico, en el cual el consumidor final tiene una influencia más determinante y, las compras que se realizan están en función de situaciones eventuales de estos agentes y no a una compra programada o rutinaria. En el caso específico de los bienes intermedios (gel, acíbar concentrado y pasta) el centro de poder (y por ende de formación del precio) se ubica al nivel del comprador y por lo tanto son ellos (unos pocos) quienes fijan las condiciones de las transacciones, situación que se ve fortalecida con el conocimiento y dominio que los mismos tienen del mercado, aumentando su posición de dominio y liderazgo.

Lo anterior se complementa con el hecho de que se carece de un bien capaz de posicionarse en el mercado a través del cual se puedan negociar mejores condiciones de precio. Hoy día sin embargo, los precios fueron calificados por los productores como buenos (aceptables) durante las entrevistas de trabajo, aunque en su mayoría

analizado, porque de acuerdo a la futura expectativa de cadena y con los precios actuales, no sería posible cubrir los costos de producción, especialmente cosecha y limpieza de malezas. En el 2006, los precios reportados por los consultados fueron: pasta 14.500 Bs/kg, hojas 250 Bs/kg y "acíbar" 4.200 Bs/L (1.08 gr/cc). En su parte, gel 1X, es comercializado a nivel internacional, sin embargo, su precio se estima entre 0.80 a 1.10 US \$/L.

4. Distribución

El proceso de distribución de bienes de la cadena de aloe es uno de los más cortos y sencillos que existen dentro del sistema alimentario del estado Falcon (figura 1-3). Este tipo de estructura, es quizás el resultado de la misma naturaleza de los bienes distribuidos, sin embargo, como se mencionó antes, se caracteriza por fuertes relaciones cliente-proveedor, aguas abajo de la producción primaria, borna y consolidada, con dos factores que resultan fundamentales para su estructura: El conocimiento por intermediarios y la entrega y cumplimiento en algunas ocasiones, protagonizada por un grupo minoritario de productores. Ambos factores, en sinergia uno con otro y vice versa, fortalecen la posición de dominio que un pequeño intermediario muestra hoy en día.

Se puede afirmar que el patrón de estructura proviene del período de colonia y su evolución ha sido en términos iguales con el tiempo, pero en esencia, su estructura y comportamiento se mantienen casi invariables desde sus comienzos. Los principales caracteres (obviamente) han cambiado a lo largo de

reconocieron que los mismos deberían ser analizados de inmediato, dado que de acuerdo a las expectativas futuras del circuito y con los precios actuales, no sería posible cubrir los costos de producción, principalmente cosecha y desmoleado. Para el 2006, los precios reportados por los agentes consultados, fueron: pasta 14.500 Bs/kg, hojas 250 Bs/kg y acíbar 4.200 Bs/L (1.08 gr/cc). Por su parte el gel 1X, se comercializa al nivel internacional, sin embargo se estima su precio entre 0.80 a 1.10 US \$/L.

4. Distribución

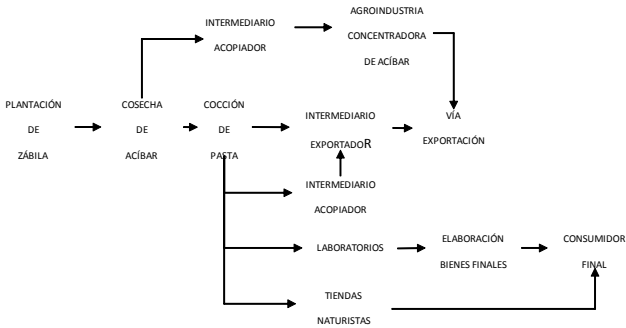
El proceso de distribución de bienes del circuito zábila, es uno de los más cortos y sencillos que existen dentro del sistema agroalimentario del estado Falcón (figura 1, 2 y 3). Este tipo de estructura, es tal vez el resultado de la naturaleza misma de los bienes distribuidos, sin embargo como se mencionó anteriormente, se caracteriza por fuertes relaciones cliente-proveedor aguas abajo de la producción primaria, nacidas y consolidadas, a la luz de dos factores que resultan fundamentales destacar: el conocimiento del mercado por parte de los intermediarios y el incumplimiento de entregas y pedidos que en ciertas ocasiones pasadas, protagonizaron un grupo minoritario de productores. Ambos factores, el uno sinérgicamente con el otro y viceversa, fortalecieron la posición de dominio que unos pocos intermediarios ostentan hoy día.

Dentro de este marco, puede afirmarse que el patrón data desde el inicio mismo del cultivo en la época de la colonia y, que su evolución ha estado a la par con el momento que se vive, pero

time, but continue performing the same roles. Perhaps varying, leadership position that one or another has sometime kept inside of the chain evolution. Likewise, it has to be detaches that there was interesting essays with the purpose of breaking this distribution structure, but the skills lacking in the marketing area, and so, the support infra structure for a task like that, derived in failure on these initiatives. It is enough with mentioning the financial space of some intermediaries, by taking part in the market behavior; if a new agent appears with intentions of participate in business, with clear menace evidence its leadership position.

In this sense, and as pointed out be recent researches (Piña, 2005a; Piña, 2005b; Piña *et al.*, 2005), it is important detach that aloe market is particularly sensible to the entrance of new agents to the chain, as in case of a buyer that offer better prices and (or) the potential installation of a processor plant. Both situations, depending on its specific relative weight inside of chain, could potentially induce to a accommodate, that along the time, returns to the initial configuration, because of the lacking of a consistent behavior of new agents or by corresponding to agents without an clear action strategy. This situation has been lived the last 15 years inside the chain and only traditional distributors have remain on time. Important output and input rates have been experimented by different types of agents but in essence its structure.

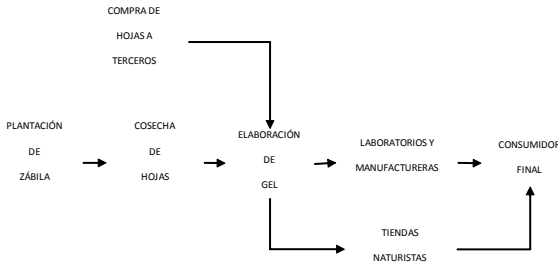
B. Proposal of market strategies



Fuente: Elaboración Propia

Figura 1. Estructura de Distribución de Bienes Primarios de Zábila.

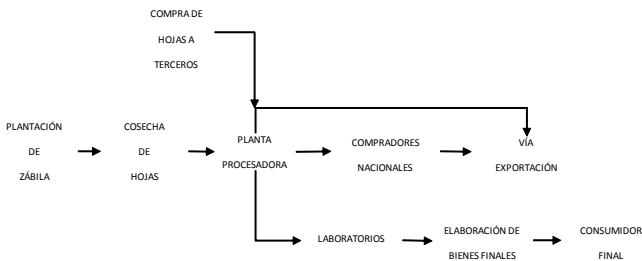
Figure 1. Distribution structure of Aloe primary goods.



Fuente: Elaboración Propia

Figura 2. Estructura de Distribución de Bienes Finales de Zábila.

Figure 2. Distribution structure of Aloe final goods.



Fuente: Elaboración Propia

Figura 3. Estructura de Distribución de Gel de Zábila.

Figure 3. Distribution structure of Aloe gel.

en esencia, su estructura y comportamiento ha permanecido casi invariable desde esos inicios. Los personajes principales han (obviamente) cambiado a lo largo del tiempo, pero continúan desempeñando los mismos roles. Variando tal vez, la posición de liderazgo que uno u otro ha detentado en algún momento dentro de la evolución del circuito. Asimismo debe destacarse que ha habido intentos interesantes por romper esta estructura de distribución, pero la falta de destrezas en el área del *marketing*, así como de infraestructura de apoyo para soportar una tarea de esta envergadura, derivaron en el fracaso de estas iniciativas. Basta con mencionar la holgura financiera de ciertos intermediarios, con la que intervienen el comportamiento del mercado, si un nuevo agente aparece con intenciones de participar en el negocio, con evidencia clara de amenaza a su posición de líder.

En este sentido y tal como lo señalan investigaciones recientes (Piña, 2005a; Piña, 2005b; Piña *et al.*, 2005), es importante destacar que el mercado de la zábila es particularmente sensible a la entrada de nuevos agentes al circuito, como lo sería el caso de un comprador que ofrezca mejor precios y (o) la potencial instalación de una planta procesadora. Ambas situaciones, dependiendo de su peso específico relativo dentro del circuito, pueden potencialmente inducir a un reacomodo, que con el paso del tiempo, paulatinamente regresa a la configuración inicial, ya sea por la falta de un comportamiento consistente de los nuevos agentes o por corresponder a agentes sin una estrategia clara de acción. Esta situación se ha vi-

This research considers that a market strategy for the aloe chain has to be constructed on two fundamental aspects: market and territory. The first element has to be understood under the concept developed along this research and, territory has to be understood like the geographical localization of a serial of local elements, native and proper, of corporative character, from which goods of aggregate value can be generated, derived from development of a favorable and appropriate climate for its manufacture process, by constituting elements of competitive character (Piña *et al.*, 2005). In case of market, the supermarkets and hypermarkets predominance is a fact like agro alimentary distribution centers in Latin America, Venezuela and Falcon (Piña, 2004; Piña, 2005b). Additionally, the consumer attitude in relation to the acquisition of agro alimentary goods is nowadays characterized by the valuation that they makes of their opportunity cost, of a relative improvement of their acquisitive power and a progressive knowing of conscious on the environmental theme and the health food consumption.

This situation have to have present at the time of pacifying the action courses that rules an strategic program guided to the positioning of aloe chain inside of an specific market segment by taking advantage of these two factors: consumer attitude and new structure of agro alimentary distribution. In front of market, territory is opposed, which have to be assumed as a wide sense and do not perceive only like the geographical sit

vido los últimos 15 años dentro del circuito y sólo los distribuidores tradicionales han permanecido en el tiempo. Se han experimentado importantes tasas de salida y entrada de distintos tipos de agentes, pero en esencia la estructura es la misma.

B. Propuesta de Estrategias de Mercado

Esta investigación considera que una estrategia de mercado para el circuito zábila, debe construirse sobre dos aspectos fundamentales: mercado y territorio. El primer elemento debe entenderse bajo el concepto desarrollado a lo largo de esta investigación y, el territorio debe ser entendido, como la localización geográfica de una serie de elementos locales autóctonos y propios, de carácter comparativo, a partir de los cuales se pueden generar bienes de valor agregado derivados del desarrollo de un clima favorable y apropiado para este proceso de manufactura, constituyendo así elementos de carácter competitivo (Piña *et al.*, 2005). En el caso del mercado, es un hecho la predominancia que los supermercados e hipermercados como centros de distribución agroalimentaria en América Latina, Venezuela y Falcón (Piña, 2004; Piña, 2005b). Adicionalmente, la actitud del consumidor en torno a la adquisición de bienes agroalimentarios se caracteriza actualmente por la valoración que éste hace de su costo de oportunidad, de una relativa mejora de su poder adquisitivo y un paulatino crecimiento de la conciencia sobre el tema ambiental y el consumo de alimentos sanos.

Esta situación debe entonces tenerse presente a la hora de planificar

of a serial of natural resources, but on the contrary, to understand that territory implies local payroll and knowledge, values, beliefs, forms and behavior, that like a whole form the sit of a productive activity, in this case, aloe cultivation and exploitation, which certainly can constitute the impulse and orientation on a rural development plan would be structured. Besides of these factors, aloe have a particular characteristic that difference it from another agricultural crops; it is no a sensible cultivation (at the beginning and directly) to the macro economical politics and (or) sectorial that in a determined moment could apply the National Executive, on the contrary, have been benefit by some programs in the financial, technological and of capacitating order have undertake this agent. Likewise, aloe is a cultivation that takes part of the diary diet of consumer, it is guided to satisfy other type of necessities, so these two qualities have to be exploited inside of the marketing program that being considered.

In this sense, a proposal for improving efficiently and competitively the aloe chain do not only have been observed like an isolate fact from its original context, on the contrary, it has to be the result of the harmony, organized and systematic integration, of a clear and attractive potentiality market to tackled, like consider it inside of an strategical planning of territory rural development of a geographical portion on which key factors are based for beginning this territory development. By following these premises, a market

los cursos de acción que han de regir un programa estratégico orientado al posicionamiento del circuito zábila dentro de un segmento de mercado específico aprovechando eficientemente estos dos factores: actitud del consumidor y nueva estructura de distribución agroalimentaria. Frente al mercado, se contraponen el territorio, el cual debe ser asumido en una acepción amplia y no concebirlo únicamente como el asiento geográfico de una serie de recursos naturales, sino que por el contrario entender que el territorio implica haberes y saberes locales, valores, creencias, formas y conductas, que como un todo conforman el asiento de una actividad productiva, en este caso, el cultivo y explotación de la zábila, la cual puede ciertamente constituir el impulso y orientación sobre el que se estructuraría todo un plan de desarrollo rural. Aunado a estos factores, la zábila tiene una característica particular que la diferencia de otros rubros agrícolas, como lo es el hecho de que no es un cultivo sensible (en principio y directamente) a las políticas macroeconómicas y (o) sectoriales que en un momento determinado podría aplicar el Ejecutivo Nacional, sino que por el contrario se ha visto beneficiado de algunos programas que en el orden financiero, tecnológico y de capacitación ha emprendido este agente. Asimismo la zábila es un cultivo que no forma parte de la dieta diaria del consumidor, sino que está orientado a satisfacer otro tipo de necesidades, por lo que estas dos cualidades deben ser explotadas dentro del programa de mercadeo que se considere.

En este sentido, una propuesta

proposal focus in the following aspects is suggested: to identify, to select and to quantify market specific niches to be tackled; to define a product to be marketed; to design and applying one positioning strategy and finally, to design and applying a monitoring and adjusting program of the implemented plan.

As a function of previous information, a market niche is defined as the consumer grouping with requirements of similar market (Piña, 2005b), from this concept and with the purpose of accomplish this proposal, it is possible to point out the market niches clearly defined: for the final goods (cosmetics) and for the intermediate ones (gel 1X and concentrated "acibar"). However, it has to be detached that although the central proposal of research gives power to the aloe chain orientation toward generation of final goods like an strategy for its consolidation and get close producer with final consumer, it is pertinent to take advantage the infra structure and inversions made in processors and refinery industries and aloe in state.

In a specific way, the final goods niche would correspond to the fundamental segment of this market. It would be centered in the production of a cosmetic line production (soap, shampoo and lotion, for example), specially with support of researches centers and state development. In case of intermediate goods, the strategy would correspond to the integral taking in advantage of processors industries that are installing or inside the frame of mega project that Regional Executive

para mejorar eficiente y competitivamente el circuito zábila no debe verse solamente como un hecho aislado y desencajado de su contexto original, sino que por el contrario debe ser el resultado de la integración armónica, organizada y sistemática de un mercado con claras y atractivas potencialidades de ser abordado, así como considerarla dentro de un plan estratégico de desarrollo territorial rural de una porción geográfica sobre la cual se asientan factores claves para iniciar ese desarrollo territorial. Bajo las premisas anteriores, se sugiere una propuesta de mercado enfocada en los siguientes aspectos: identificar, seleccionar y cuantificar nichos específicos de mercado a abordar; definir un producto a mercadear; diseñar y aplicar una estrategia de posicionamiento y finalmente, diseñar y aplicar un programa de monitoreo y ajuste del plan implementado.

En función de lo anterior, un nicho de mercado se define como el agrupamiento de consumidores con requerimientos de mercado similares (Piña, 2005b), a partir de este concepto y a los fines de esta propuesta, se pueden señalar dos nichos de mercado claramente definidos: para los bienes finales (cosméticos) y para los bienes intermedios (gel 1X y acíbar concentrado). Debe destacarse sin embargo, que aunque la propuesta central de la investigación potencia la orientación del circuito zábila hacia la generación de bienes finales como estrategia para su consolidación y así acercar al productor con el consumidor final, se considera pertinente aprovechar la infraestructura y las inversiones que se están realizando en plantas

carries out and would constitutes one of links for the supply of raw material need for the elaboration of final goods at the local and national level by the specialized industries, and thus, taking in advantage of an important market segment, like the pharmaceutical and medical laboratories of country, which are requiring of significant volumes of first quality input (Piña *et al.*, 2005).

As observed, proposal is basically centered in the internal market, but anyway the external market is rule out, this only would be tackled in medium term, once positioning products in market internal. In a specific way, equal it is suggested consider like first external market in which incursion to the Comunidad Andina de Naciones and (or) to the MERCOSUR.

Finally, it have to be point out the fact of these market niches have to be quantified and be totally sincere, in order to planning based on reliable and true information. In case of the other steps of proposal, these correspond to specific activities that have to be tackled and leaderships by specialists of marketing area and, with a reach that escape from information environment. Mention it is made to the sequence of phases to be followed, but this corresponds to specific situations of higher character in this research that requires of particular professional competences.

Conclusions

The principal research findings are summarized like: 1) there is no a product that identify the aloe circuit

procesadoras y refinadoras de aloína en el estado.

De manera específica, el nicho de bienes finales correspondería al segmento fundamental de este mercado. Se centraría en la producción de una línea de cosméticos (jabón, champú y loción; por ejemplo), principalmente con el apoyo de los centros de investigación y desarrollo del estado, tal como lo han venido realizando. Para el caso de los bienes intermedios, la estrategia correspondería al aprovechamiento integral de las plantas procesadoras que se están instalando en el marco del megaproyecto que adelanta el Ejecutivo Regional y que constituirían uno de los eslabones para el suministro de la materia prima necesaria para la elaboración de los bienes finales tanto al nivel local como nacional por las industrias especializadas, así como el aprovechamiento de un importante segmento de mercado, como lo son los laboratorios farmacéuticos y médicos del país, los cuales están requiriendo de significativos volúmenes de insumos de primera calidad (Piña *et al.*, 2005).

Tal como se observa, la propuesta se centra básicamente en el mercado interno, pero de ninguna manera se descarta el mercado externo, sólo que éste se abordaría en el mediano plazo, una vez posicionado los productos en el mercado interno. De manera específica, igualmente se sugiere considerar como primeros mercados externos en los cuales incursionar a la COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES y (o) a MERCOSUR.

Finalmente debe destacarse el hecho de estos nichos de mercado deben cuantificarse y sincerarse plena-

in Falcon, 2) the processors that are to be installed in state, are guided in its totality to intermediate goods, although some specifics like the aloine, but they are intermediates, 3) the intermediate (paste) or final goods (soaps, for example) do not fulfill the required standards for the majority of consumers and for its entry on the market important niches, 4) the circuit actors (with exception of some privates), not to knows in a real way, aloe market in all its segments and its behavior, which constitutes the principal limiting for efficiently tackles it, because customer is unknown, it is not possible to coordinate a potential articulation upstream of circuit and 5) there is no exist an strategic group vision about where circuit has to be guided to, by the actors.

As a function of these statements and with the purpose of maximize the scarce resources found in the aloe circuit, it is recommend to constitute a mark and an unique distribution network under which the elaborated products (final or intermediates) be grouped inside of the aloe circuit, by including those derived from processors that are in construction process by the National Executive. This market strategy has to be coordinate by an only native entity different from those that make another activities upstream of this activity, and so, give to them freedom and acting flexibility, likewise to take in advantage the significant technological knowing developed in state, which would permit, the establishment of productive processes of first line for the goods generation need by consumers.

mente, a los fines de planificar sobre la base de información confiable y veraz. Para el caso de los pasos restantes de la propuesta, estos corresponden a actividades específicas que deben ser abordados y liderados por especialistas del área del marketing y, cuyo alcance se escapa del ámbito de la investigación. Se hace mención a la secuencia de fases a seguir, pero se hace la salvedad igualmente, que éstas corresponden a situaciones específicas de índole más allá de este trabajo, que requiere de competencias profesionales particulares.

Conclusiones

A manera de resumen, los principales hallazgos de la investigación se resumen como: 1) no existe un producto que identifique el circuito zábila en Falcón, 2) las procesadoras que están por instalarse en el estado, se orientan en su totalidad a bienes intermedios, aunque algunos específicos como la aloína, pero en definitiva son intermedios, 3) los bienes intermedios (pasta) o finales (jabones, por ejemplo) no cumplen los estándares requeridos por la mayoría de los consumidores y para su entrada en nichos importantes de mercado, 4) los actores del circuito (a excepción de algunos privados), desconocen a ciencia cierta y realmente, el mercado de la zábila en todos sus segmentos y en su comportamiento, lo cual constituye la principal limitante para abordar eficientemente éste, ya que si se desconoce al cliente, no se puede coordinar una potencial articulación aguas arriba del circuito y 5) no existe por parte de los actores, una visión con-

For an effective penetration in the objective markets of aloe circuit, special attention has to be put on the processing and distribution activities, because they have higher importance. Processing is the linking from which quality standards need for consumer will go out, and distribution, because represents the access and reach of these products for the final consumer. One activity is almost important like the other, and both of them, are necessary and complementary. In this point, the aloe market in Falcon state is significant failing. In first place, because goods are not being made for the final consumer, but intermediate inputs for processing and manufacture of the final goods. That has been the function of aloe circuit in Falcon state from the beginning and seems like to continue, due to the preliminary orientation that processor industries constructed by following aloe mega project. This condition of intermediate processing, it is not consider of a low importance, but it is estimated that it is time to make progress toward superior levels inside of an agro alimentary system and begin the generation of consumption final goods, significant demanded, by taking in advantage an attractive technological development that exist in state in the rest of country, by making in that way, that little and medium producer participates of a higher portion of the attractive aloe market.

The other element, distribution, has to be understood in terms of consumer acquire their goods and services with the lower possible cost, with the higher commodity and

junta estratégica de hacia dónde debe dirigirse el circuito.

En función de estos planteamientos y a los fines de maximizar los escasos recursos de los que se dispone dentro del circuito zábila, se recomienda constituir una marca y una red única de distribución bajo la cual se agrupe a los productos que se elaboran (finales o intermedios) en el circuito zábila, incluyendo aquellos que se derivaran de las procesadoras que está construyendo el Ejecutivo a lo largo del estado. Esta estrategia de mercadeo, debe estar coordinada por un solo ente autónomo y distinto de aquellos que realizan otras actividades aguas arriba de esta actividad, de manera de darle libertad y flexibilidad de actuación, así como aprovechar el significativo conocimiento tecnológico desarrollado en el estado, el cual permitiría sin lugar a dudas, el establecimiento de procesos productivos de primera línea para la generación de los bienes que demandan los consumidores

Para una efectiva penetración en los mercados objetivos del circuito zábila, debe prestarse especial atención a las actividades de procesamiento y distribución, por ser las que revisten mayor importancia. El procesamiento por ser el eslabón de donde saldrán los productos con los estándares de calidad que requiere el consumidor y la distribución, porque representa el acceso y, alcance de estos productos para el consumidor final. Una actividad es casi tan importante como la otra y ambas, necesarias y complementarias. Es en este punto precisamente donde el mercado de la zábila en el estado Falcón,

opportunity price. Likewise, it has to be noticed that the new scheme of agro alimentary distribution point toward supermarkets, guided to the provision of additional services of aggregate value and time saving, so the goods placing to be generated inside of aloe circuit had to be pointed toward these establishments, without rule out other types of expenditures like naturist stores and pharmacies chains. This would implies to establish important strategical alliances with different actor of circuit, downstream and upstream of processing, as well as for the obtaining of inputs required with attributes of case, like for the effective placing of goods, according parameters described. Other factor that has to be taken into account is that the aloe primary offer; widely exceed the processing capacity of agro industries that are located in state, besides the agronomical management have not shows evolution with the same evolution speed of processing and (or) demand, that nowadays restrict its participation of local and international market because of that.

On the other hand, paste, that n a first moment, became solution for achieving a more efficient acibar manipulation because the actual processing techniques, have been displaced by the concentrate acibar, which offer better advantages in terms of quality and processing and leave behind problems inherent to the paste, that over cooking and (or) its contamination. In relation to the final goods, along the time, they have been found in a specific market segment like the craft. This sector,

está fallando significativamente. En primer lugar porque no se están elaborando bienes para el consumidor final, sino insumos intermedios para el procesamiento y manufactura de esos bienes finales. Ese ha sido la función del circuito zábila en Falcón desde sus inicios y, ese pareciera que seguirá siendo, vista la orientación preliminar que se le está dando a las plantas procesadoras construidas bajo el denominado megaproyecto zábila. Esta condición de procesamiento intermedio, no es que sea considerada de baja importancia, sino que se estima que es tiempo de dar el paso hacia niveles superiores dentro de sistema agroalimentario y comenzar la generación de bienes finales de consumo, significativamente demandados, aprovechando un atractivo desarrollo tecnológico que al respecto existe tanto en el estado como en el resto del país, haciendo así, participe al pequeño y mediano productor de una mayor porción del atractivo mercado de la zábila.

El otro elemento como lo es la distribución, debe ser entendido en términos que el consumidor adquiere sus bienes y servicios al menor costo posible, con la mayor comodidad y por lo tanto al menor costo de oportunidad. Asimismo debe hacerse notar que el nuevo esquema de distribución agroalimentaria apunta hacia los supermercados, orientando a la provisión de servicios adicionales de valor agregado y ahorro de tiempo, por lo que es hacia estos establecimientos hacia donde debería apuntar la colocación de los bienes a generar dentro del circuito zábila, sin descartar otros tipos de expendios como lo serían las

could be affirmed, have experimented little changes in terms of its behavior (quality and exigencies) and nowadays many types of goods continues being commercialized without following a formal marketing strategy and lacks of a serial of attributes that permit successfully to compete in other markets. The aloe craft processors are leaving of taking in advantage a significant and attractive market with wide and concrete possibilities of economical return, after of fulfill with the quality standards of case. The option has to be guided to give the pass of the craft to the commercial, without losing the different attributes of the handmade process, being focus on aspects like presentation, healthy requirements and processing systematic. Although it is necessary to detach that there are some interesting initiatives inside of this environment, but they are not common.

Obviously, this is not only a producer labor, they can not (nor have to) make these activities in a lonely way, but they requires of the concourse of every people related to the sector (public and privates) and from which there is an interesting work through the named Aloe permanent work group and thus, to take advantage of promoting an strategical plan guided to the rural territory development of areas in state where this crop is exploited. This group work would derivates on a unique version of aloe circuit, like an strategy for conforming an appropriate atmosphere for the establishment of a conglomerate in relation to this crop, by generating a

tiendas naturistas y cadenas de farmacias. Esto implicaría concertar importantes alianzas estratégicas con los diferentes actores del circuito, tanto aguas abajo como aguas arriba del procesamiento, ya sea para la obtención de los insumos requeridos con los atributos del caso, como para la efectiva colocación de los bienes, según los parámetros descritos. Otro factor que debe tomarse en cuenta, es que la oferta primaria de zábila, superó ampliamente la capacidad de procesamiento de las agroindustrias que se encuentran en el estado, aunado al hecho de que el manejo agronómico de la misma no ha evolucionado con la misma velocidad de evolución del procesamiento y (o) de la demanda, por lo que hoy día ve restringida su participación de mercado local e internacional, debido a este hecho.

Por otro lado la pasta, que en un primer momento se convirtió en la solución para lograr una más eficiente manipulación del acíbar, a la luz de las actuales técnicas de procesamiento, ha sido desplazada por el acíbar concentrado, el cual ofrece mejores ventajas en términos de calidad y procesamiento y deja atrás problemas inherentes a la misma pasta, como lo es la sobrecocción y (o) contaminación de ésta. En lo que respecta a los bienes finales, se han concentrado a lo largo del tiempo en un segmento muy específico de mercado como lo es el artesanal. Este sector, podría afirmarse, ha experimentado pocos cambios a lo largo del tiempo en términos de su comportamiento (calidad y exigencias) y hoy día se siguen comercializando muchos tipos de bienes sin seguir una estrategia formal de merca-

serial of positive external things that like a whole, are well guided, and would serve as a base for the creation of conditions for a better life quality for little and medium producers.

The last purpose would be that the aloe circuit evolutions from a crop that do not constitutes the fundamental input of the familiar nucleolus and that represents marginal and eventual incomes, for changing it into a rentable and productive activity, with clear and undeniable potentialities of development highly attractive. It has to be understood that the aloe market is a mature market that has experimented a significant boom between decade of 80 and beginning of 90, when its balance and began its consolidation and specialization in markets and particular niches.

End of english version

deo y carecen de una serie de atributos que les permita competir exitosamente en otros mercados. Los procesadores artesanales de zábila están dejando de aprovechar un significativo y atractivo mercado con amplias y concretas posibilidades de retorno económico, eso si, luego de cumplir con los estándares de calidad del caso. La opción debe estar orientada hacia dar el paso de lo artesanal a lo comercial, sin perder los atributos distintivos del proceso artesanal, enfocándose en aspectos como presentación, requisitos sanitarios y sistematicidad del procesamiento. Aunque debe igualmente destacarse

que existen algunas iniciativas interesantes dentro de este ámbito, pero no son el común del caso.

Obviamente que este andar no es solamente labor de los productores, ellos no pueden (ni deben) realizar estas actividades en solitario, sino que requieren del concurso de todos aquellos entes afines al sector (públicos y privados) y de los cuales se tiene un interesante trabajo ya adelantado a través del denominado grupo de trabajo permanente de la zábila y, aprovechar el mismo de maneja de promocionar entonces la construcción de un plan estratégico orientado al desarrollo territorial rural de las zonas del estado donde es explotado este cultivo. Esta labor conjunta derivaría en una única visión del circuito zábila, como una estrategia para conformar una atmósfera propicia para el establecimiento de un conglomerado en torno a este cultivo, generando una serie de externalidades positivas que como un todo, si son bien orientadas, servirían de base para la creación de condiciones para una mejor calidad de vida para los pequeños y medianos productores.

La meta última sería que el circuito zábila evolucione de un cultivo que no constituye el ingreso fundamental del núcleo familiar y que representa ingresos marginales y eventuales, para transformarlo en una actividad productiva rentable, con claras e innegables potencialidades de desarrollo altamente atractivas. En definitiva debe entenderse que el mercado de la zábila es un mercado maduro que ya experimentó un significativo boom entre la década de los 80 e inicios de los 90, cuando comenzó su

equilibrio e inició su consolidación y especialización en mercados y nichos particulares.

Literatura citada

- Bisceglia, M. 1999. Comercialización de zábila. Jornadas zábila en estado Falcón, acciones para su desarrollo. Instituto Universitario de Tecnología Alonso Gamero. Trabajo de Ascenso. Venezuela. 266 pp.
- Fundación Tamayo. 2001. Estudio de mercado de productos industriales de zábila. Informe de consultoría. 137 pp.
- González, C. 1999. Antecedentes históricos del cultivo de zábila en Falcón. Jornadas de trabajo: zábila en el estado Falcón: acciones para su desarrollo. Mayo, 19. Venezuela. 57 pp.
- Grupo de Trabajo Permanente de Zábila. 2002. Municipios cultivadores de zábila en Falcón. Venezuela. Mimeografiado, 34 pp.
- Martín, F., S. Larivière, A. Gutiérrez y A. Reyes. 1999. Pautas para el análisis de circuitos agroalimentarios. Fundación Polar. Venezuela. 247 pp.
- Piña, H. 2006. El circuito zábila (Aloe vera) en el estado Falcón. Venezuela. En Álvarez, A., Boucher, F., Cervantes F., Espinoza, A., Muchnik J. y Requiere D (Eds.). Agroindustria rural y territorio, tomo I, Universidad Nacional Autónoma del Estado de México. 444 pp.
- Piña, H y H. Robillard. 2005. Perfil del consumidor falconiano: oportunidades para el pequeño productor agroalimentario. Cuadernos del CEAGRO (7):31-39.
- Piña, H. 2005a. Mercadeo: un enfoque agroalimentario. Fundación POLAR-Universidad Francisco de Miranda. Venezuela. 115 pp.

- Piña, H. 2005b. Perfil preliminar del mercado de la zábila en Falcón. *BIOAGRO* 17 (2): 85-92.
- Piña, H, Lugo, Z. Azócar, R. y C. Romero. 2005. Tipología de la producción primaria de zábila (*Aloe vera* L.) en el estado Falcón, Venezuela. *BIOAGRO* 17 (1):25-34.
- Piña, H. 2004. El conglomerado zábila (*Aloe vera* L.) en el estado Falcón, Venezuela. *Cuadernos de Desarrollo Rural* (53): 37-57.
- Reardon, T. y Berdegú J. 2002. The rapid rise of supermarkets in Latin America: Challenges and Opportunities for Development. *Development Policy Review* 20 (4):371-388.
- Sistema de Inteligencia de Comercio Exterior. 1997. Reporte estadístico. Exportaciones no tradicionales, código 1302190090. Venezuela. Informe técnico. 24 pp.
- United Status Departament Agriculture. 2002. us trade exports – bico commodity aggregations. Disponible en: www.fas.usda.gov/ustrade. Fecha de consulta: 22/11/02