

SISTEMA AGROALIMENTARIO AGROINDUSTRIAL CÁRNICO CAPRINO DE LA PROVINCIA DE LA PAMPA. CARACTERIZACIÓN Y CANALES COMERCIALES.

FERRO MORENO, S. y L. BALESTRI.

AAEA 2010.

RESUMEN.

Son pocos los trabajos que estudian la cadena caprina en su totalidad, el presente es un análisis cualitativo importante, que forma parte de un proceso de investigación. La falta de información referida a la estructura, las funciones y especialmente los canales informales condiciona todo conocimiento que se genere a partir de las estadísticas actuales, por lo que deben emplearse herramientas metodológicas cualitativas que permitan formar conocimiento más acabado del objeto de estudio. La informalidad comercial en la provincia de La Pampa es importante, más del 90 % de la producción caprina estimada se comercializa por este tipo de canales. Los mejores precios percibidos, las particularidades socioculturales y ambientales del sector primario, la cultura y costumbres de los consumidores, el desinterés y desconocimiento de los agentes privados y públicos hacia el sector, y el escaso control sanitario y tributario, son factores que influyen en la realidad del sistema agroalimentario agroindustrial caprino. Se identificaron 12 canales comerciales, de los cuales la mitad es informal, caracterizados por el procesamiento y el traslado de animales en condiciones sanitarias precarias y la evasión del sistema tributario. Resulta necesario, para un mejor análisis de la eficiencia del sistema, profundizar aspectos estratégicos referidos a la formación del precio y la cuantificación económica y física de los productos que circulan por los canales informales.

Palabras clave: cadena caprina, canales formales e informales, estructura, funciones.

Clasificación temática tentativa: 2.4

SUMMARY.

There are few works studying the goat chain as a whole, this is an important qualitative analysis, which is part of a research process. The lack of information regarding the structure, functions and especially the informal channels conditions all knowledge generated from current statistics, to be used as qualitative methodological tools that allow to form clearer understanding of the object of study. The informal trade in the province of La Pampa is important, over 90% of goat production is estimated by this type of marketing channels. The best price received, the cultural and environmental particularities of the primary sector, consumer culture and habits, disinterest and disregard of public and private actors into the sector, and poor health control and taxation, are factors that influence agro-food system actually goat. We identified 12 channels of which half is informal, characterized by the processing and transfer of animals in precarious sanitary conditions and avoidance of the tax system. It is necessary for better analysis of system efficiency, deepen strategic issues related to the formation of prices and the economic and physical quantification of the products circulating in the informal channels.

Keywords: goat chain, formal and informal channels, structure, functions.

INTRODUCCIÓN.

El presente estudio forma parte del plan de trabajo Beca Tipo I de CONICET “Articulaciones de la cadena caprina en las provincias de La Pampa y San Luis, Argentina. Posibilidades de agregado de valor y derrame de beneficios”. Se encuentra incluido en el proyecto nacional (“Economía de las Cadenas Agroalimentarias y Agroindustriales”) y el proyecto regional (“Desarrollo sustentable con base en la ganadería bovina, caprina y ovina en ambientes áridos, sierras y caldenal”).

En la provincia de La Pampa, el INTA junto a otras Instituciones¹ han estudiado los SAA con mayor implicancia en la economía formal (Carne bobina (2004), Leche bovina (2006), Trigo (2004), Girasol y Soja (2004) y Miel (2003)). La cadena caprina tiene características que la diferencian de las demás, relacionadas principalmente con la falta de información, la informalidad de su comercialización², la falta de articulación de los actores y la precariedad social, estructural, ambiental y económica del sector productivo (UIA, 2007; Bedotti, et al 2003; Cangas y Domínguez, 2009).

La mayoría de los trabajos científicos efectuados en la provincia, en referencia al SAA caprino, están relacionados con las características sociales y productivo-tecnológicas del sector primario de la cadena (Bedotti, 2000, 2008; Bedotti, et al, 2003, 2005; Pallero, 2005; Molas Pequis y Rivero, 2006; Cangas y Domínguez, op.cit), no existiendo estudios relevantes del sistema en su totalidad, lo que representa, para los agentes interesados (públicos y privados), un importante vacío de información estratégica.

Se considera la presente propuesta como un aporte empírico-teórico-metodológico al análisis del sistema agroalimentario agroindustrial (SAA) caprino de la provincia de La Pampa. Teniendo en cuenta que los sistemas reales son complejos y dinámicos, su análisis no permite recetas universales y estáticas, la evolución y dinámica real inherente a la naturaleza del mismo, invita a desarrollar continuamente teorías y metodologías que traten de explicar mejor la realidad.

El objetivo principal del trabajo es estudiar y analizar la estructura y funciones del SAA caprino de la provincia de La Pampa, haciendo énfasis los canales comerciales formales e informales.

MATERIALES Y MÉTODOS.

Las herramientas metodológicas utilizadas se basaron en: revisión bibliográfica de estudios a nivel cadena en la provincia e investigaciones relacionadas al sector caprino, análisis de información secundaria y entrevistas semiestructuradas a agentes calificados y participantes del sistema.

Para la elaboración del trabajo se tuvieron en cuenta datos de: los Registros de la producción agropecuaria (REPAGRO), la Encuesta a productores del oeste pampeano (EPO), el Plan de desarrollo rural del oeste de la provincia de La Pampa (PDR) y los anuarios estadísticos del Gobierno provincial; los informes y boletines de la Oficina

¹ Universidad Nacional de La Pampa y Gobierno de La Pampa.

² Cuando nos referimos a canales informales, son aquellos que no cumplen con las reglamentaciones legales, tributarias y sanitarias (principalmente).

Nacional de Control Comercial Agropecuario (ONCCA) y del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGyP); las declaraciones juradas del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA); y trabajos científicos, técnicos y de extensión de la Facultad de Agronomía de la Universidad Nacional de La Pampa (FA-UNLPam) y del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).

Se realizaron entrevistas semiestructuradas a: 5 agentes calificados seleccionados de varias instituciones con trayectoria de trabajo en la región³, 10 productores agropecuarios de la zona oeste de la provincia, 3 acopiadores de las provincias de Mendoza y Córdoba, 3 profesionales relacionados a la industria y 4 distribuidores minoristas de Santa Rosa.

También se realizaron observaciones *in situ* (oeste de La Pampa y sur de Mendoza), participando en jornadas laborales con productores y acopiadores con el fin de interpretar el conocimiento desde dentro del sistema, y efectuar las entrevistas.

MARCO TEÓRICO.

Existen distintas formas de abordar los estudios y análisis agroalimentarios y agroindustriales, en este trabajo se utilizará el análisis de Cadena Agroalimentaria y Agroindustrial (CAA⁴) desde la perspectiva del producto obtenido en la etapa de producción: carne caprina.

La comercialización se da generalmente por interrelaciones (conexiones, articulaciones), cuyas características quedarán determinadas por la forma de governance entre funciones y participantes de una cadena, y con el resto de los componentes del sistema económico. Un SAA esta compuesto por subsistemas coordinados en función de objetivos definidos en forma explícita o implícita, donde se compatibilizan los requerimientos de insumos y productos (oferta y demanda) de cada uno de los integrantes o subsistemas. Estáticamente podemos describir los actores, funciones y flujos que existen en el camino de un producto agropecuario desde el productor hasta la mesa del consumidor.

Lo importante del análisis es tratar de entender al cumulo de actores que articulan entre si para ofrecer un producto al mercado, siendo las articulaciones entre actores el objeto de estudio más importante. Los mecanismos de governance, tipo de organización o estructura de ejecución identifican la opción de relación entre agentes de una cadena, siguiendo a Peterson (1997) estos pueden optar por una transacción completamente externa (mercado abierto) a otra completamente interna (integración vertical), o sus distintas combinaciones.

La coordinación de un SAA será comandada por uno o varios actores participantes que, debido a su poder de negociación, establecerán normas que tenderán a organizar las transacciones con el objetivo de hacer más eficiente las interrelaciones del sistema. Porrás Díaz y Pelupessy (2004) sostienen que esta fuerza motriz o estructura de control está conformada por un actor o grupo que coordinadamente dominan la extensión, naturaleza y el flujo de los recursos dentro de la cadena. Zylbersztajn, (1996) menciona que la coordinación está muy ligada a la capacidad gerencial o de intervenir a lo largo del sistema,

³ Científico, técnico-profesional, político y asistencial.

⁴ En el trabajo sinónimo de: sistemas agroalimentarios agroindustriales (SAA).

incluyendo motivación o incentivos (*ex-ante*), monitoreo (*ex-post*) y liderazgo en la coordinación.

Para Ordóñez (2000) las estructuras de *governance* (en acciones coordinadas de comercialización) deben ser muy flexibles para posibilitar la adaptación a las perturbaciones constantes, manteniendo simultáneamente un alto grado de ajuste entre las características de las transacciones, el ambiente institucional y la misma estructura de *governance*. Los agentes necesitan diseñar estos mecanismos apropiadamente para monitorear y hacer cumplir los arreglos contractuales. Lazzarini et al. (2001) identifican dos fuentes de valor: la optimización de la producción y las operaciones, y la reducción de los costos de transacción. De manera que los SAA son una fuente de valor cuando existen estructuras de *governance* y una coordinación que hagan eficientes las transacciones a lo largo del proceso.

Existen distintos flujos que marcan la dinámica de la cadena: uno de ellos es la información que parte del cliente en forma de señal de mercado, cuando queda explícita la necesidad del mismo a través de su expresión de deseo, gusto o preferencia (requerimientos, exigencias, disposición a pagar, etc.), o como *feed back* en respuesta al consumo en sí; otro flujo es el de bienes y servicios en respuesta a las demandas del consumidor final, este flujo va acompañado por un proceso de agregado de valor que el cliente debe estar dispuesto a pagar (en caso contrario sería un costo de incumplimiento, Rico, 1991) vinculado con las utilidades de tiempo, espacio y forma agregadas al producto; y desde el cliente aguas abajo comienza el flujo de dinero que retribuye a todos los agentes que participaron en el proceso. Estos flujos forman parte de un ciclo que retroalimenta constantemente al sistema, influenciando a los actores y sus interrelaciones.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

RESEÑA NACIONAL.

La demanda interna es muy pobre, en comparación con el consumo de otras carnes (pe. bovinos, con un consumo aproximado de 65 kilogramos/per cápita/año), se estima que el consumo per cápita ronda los 350 gramos por habitante/año⁵, concentrando el consumo en las épocas festivas (picos de consumo: navidad, año nuevo y pascuas⁶) y en los centros turísticos del interior del país.

La provincia de Córdoba lidero en 2009 el rubro de cantidad de animales caprinos faenados formalmente con un 30,15 % del total (54.818 cabezas), le siguió Mendoza con un 26,55 % (48.263 cabezas), Santiago del Estero con 11,91 % (21.651 cabezas) y San Luis con 4,82 % (8.758 cabezas); La Pampa faeno el 2,73 % (4.959 cabezas)⁷.

La exportación es acotada en comparación con otros productos del sector agropecuario, en el año 2009 se exportaron, a nivel país, 223 toneladas a un precio promedio de 1.825,11 U\$S⁸. “No se exporta en Argentina porque los precios internos muchas veces son superiores, además a los productores y frigoríficos les conviene el mercado local, faenan

⁵ Iglesias (2008): 130 gramos de cabrito y 220 gramos de cabra.

⁶ UIA (2007).

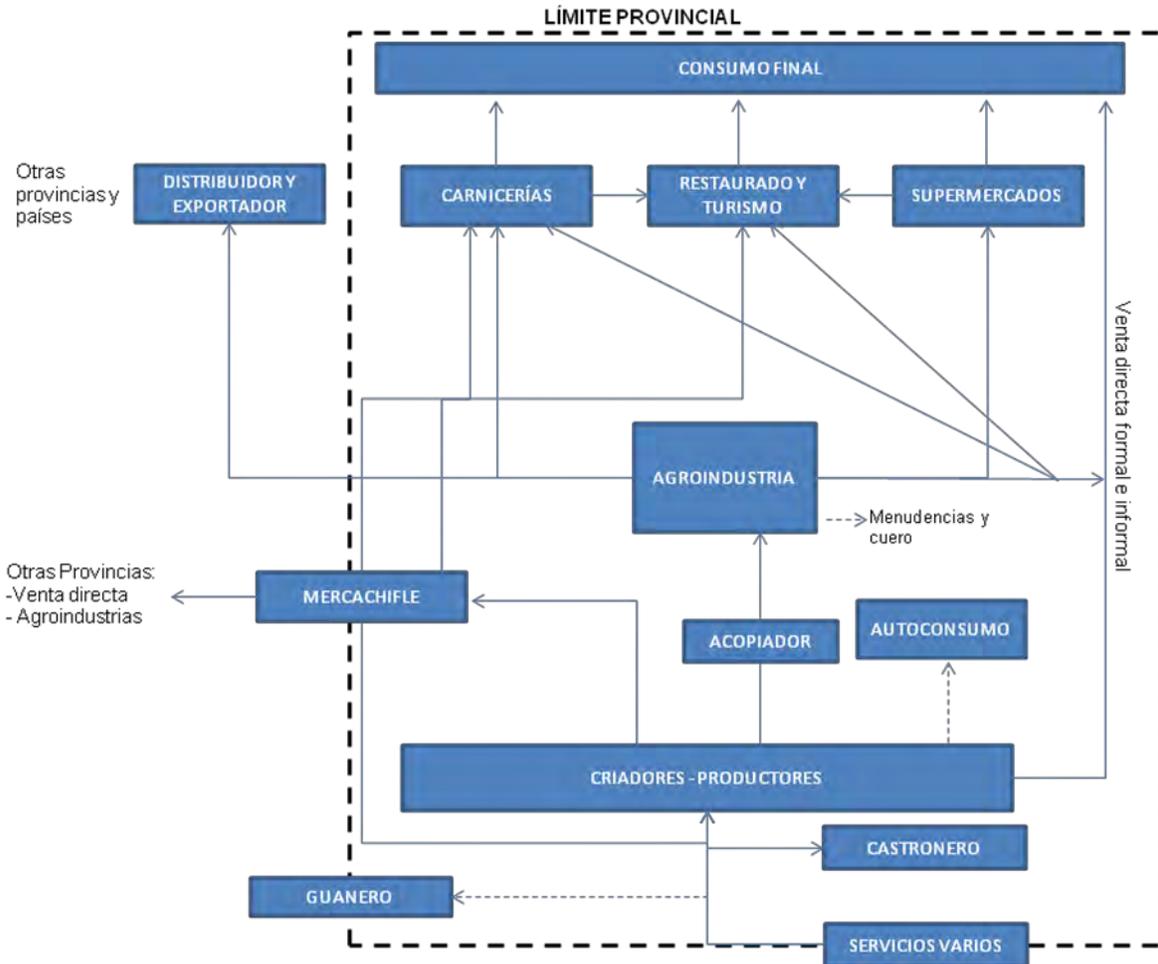
⁷ ONCCA (2010).

⁸ MAGyP (2010).

clandestinamente y no tienen que ‘sufrir’ el control del Gobierno”, “el caso más significativo es la Cuota Hilton ovina y caprina, donde el país es el segundo más importante en cantidad (detrás de Nueva Zelanda), pero nunca cumple con el cupo” (Entrevistas a profesionales relacionados a la industria).

ESTRUCTURA DEL SAA CAPRINO.

Grafico 1: Esquema del SAA caprino de la provincia de La Pampa.



Fuente: Elaboración propia.

SECTOR PRIMARIO.

La cadena de carne caprina de la provincia de La Pampa se caracteriza por tener un sector productivo relacionado principalmente con⁹: a) actividades de subsistencia, b) regiones semiáridas con escaso potencial productivo y pocas alternativas de producción (zona árida-

⁹ Bedotti, 2000, 2008; Bedotti, et al, 2003, 2005; Pallero, 2005; Molas Pequís y Rivero, 2006; Cangas y Domínguez, 2009; EPO, 2005.

semiárida¹⁰), c) bajo nivel tecnológico aplicado a la actividad productiva y comercial, d) acceso limitado a servicios básicos e infraestructura adecuada (salud, educación, comunicación, red vial, etc.), e) venta de animales en pie y faenados a través de canales informales con nulos controles sanitarios e impositivos, f) acceso limitado a la titularidad-propiedad-tenencia de la tierra, g) niveles de educación formal incompletos en los propietarios/encargados de las explotaciones, h) problemas de acceso a agua potable, i) importante atomización de los productores con tendencia al aislamiento, j) desentendimiento político, k) inexistencia de un mercado concentrador transparente y tipificado, l) “actividad matriarcal”¹¹.

La producción formal de animales caprinos genera aproximadamente 0,0832 % del Producto Bruto Geográfico del Sector agropecuario de la provincia¹², a esto se le debe sumar que, estimaciones productivas señalan, por diferencia de stock, cerca del 95 % de los animales se comercializa por canales informales¹³. Por lo tanto, potencialmente, la actividad además de “desempeñar un importante papel socioeconómico, permitiendo el afincamiento de los pobladores y generando autoempleo en una región donde no son posibles muchas otras posibilidades productivas” (Bedotti et al, 2005), genera ingresos importantes que no son considerados-cuantificados en las estadísticas oficiales.

Para el año 2009 más del 90 % del stock de animales caprinos se encontraba en la región oeste de la provincia¹⁴, en los departamentos de Puelen (43,03 %), Chical Co (27,77 %), Chalileo (9,15 %), Limay Mahuida (4,17 %), Curaco (4,15 %); donde las condiciones agroecológicas son desfavorables para la producción de cultivos de cosecha y siembra de forrajeras anuales.

Según estimaciones propias en base a la EPO, la superficie promedio por productor es diversa según ejido: a) Chalileo: 3.887 hectáreas, b) Chical C6: 4.002 hectáreas, c) Curaco: 5.275 hectáreas, d) Lihuel Calel: 7.052 hectáreas, e) Limay Mahuida: 5.258 hectáreas, f) Malargüe: 7.750 hectáreas, g) Puelén: 4.794 hectáreas, y h) Utracan: 6.938 hectáreas. Se debe considerar que la superficie mínima viable, establecida por Ley¹⁵, es de 5.000 hectáreas, unidad económica que permite a una familia tipo, situada en una determinada región, vivir decorosamente y prosperar.

Pallero (2005) menciona que los rasgos productivos y comerciales de la provincia de La Pampa son similares a los observados en el resto del país. En el Plan de desarrollo rural del oeste de la provincia de La Pampa (PDR¹⁶) se plantea la existencia de “establecimientos... con una economía de subsistencia en base a la producción de animales bovinos y especialmente de caprinos, en la que la mayoría de sus propietarios vive en condiciones de pobreza”. Según esta fuente, la suma total de pobladores de esta región es de 13.616 habitantes (4,5 % de los habitantes de La Pampa), la población rural ronda los 3.954

¹⁰ Características: escaso y variable régimen pluviométrico anual (de 250 a 500 milímetros), variabilidad térmica (inviernos muy fríos y veranos muy cálidos), vientos importantes (erosión eólica).

¹¹ Bedotti (2000): la mujer es la que realmente lleva adelante la cría de cabitos y el cuidado de las cabras.

¹² Promedio a pesos constantes de 2004 a 2007 (datos de Dirección de Estadísticas y Censo de la provincia).

¹³ Triangulación entre: entrevistas a agentes calificados, Gangas y Domínguez (2009), Mazzola y Suquia (2009), en base a los índices productivos y el stock ganadero provincial.

¹⁴ SENASA (2009). Stock total: 83.295 animales caprinos.

¹⁵ Ley Provincial N° 982. Vale aclarar que, como se demostró en Ferro Moreno (2008), es necesario actualizar el cálculo de las unidades económicas en la provincia de La Pampa.

¹⁶ Ministerio de la Producción, Instituto de Promoción Productiva (2005).

habitantes (29,04 % del total de la región). Denotan una gran incidencia de la población indígena con sus características culturales y productivas, principalmente descendientes de los pueblos "Rankulche" y "Mapuche"¹⁷.

Bedotti, et al (2005) plantean que el sistema de producción de manejo familiar se basa principalmente en pastoreo natural extensivo, con encierre nocturno, los servicios se realizan por lo general una sola vez al año, entre fin de abril y principios de mayo, retirándose los machos entre septiembre y octubre para quedar al cuidado de un castronero (productor de la zona que se dedica a cuidar de los machos reproductores durante el período que estos no están en servicio). La paridera tiene lugar en primavera (desde fines de septiembre a principio-mediados de noviembre). Se intensifican las actividades durante la parición (recolección del chivito/a, amantar, criado de "guachos"), con escasa utilización de tecnologías de manejo. Los índices productivos promedio¹⁸ son: 80% parición, 20 % de reposición, 55 % de extracción a venta, 13-15 % de consumo familiar (sobre chivitos nacidos). Este último aspecto es controversial e importante, ya que varía considerablemente por explotación y determina el excedente comercializable.

Se pueden distinguir cualitativamente dos grupos de productores: 1) con visión económico-comercial: siendo aquellos agentes que destinan la mayor parte de su producción al mercado, contratan mano de obra, aplican técnicas productivas (encierre, estacionamiento, suplementación, etc.), son poseedores del recurso tierra; y 2) productores familiares minifundistas: destinan la mayor parte de la producción al consumo y la venta informal o de subsistencia, mano de obra netamente familiar, técnicas extensivas de producción (pastizal natural, servicio continuo/estacionado, etc.), con necesidades básicas insatisfechas (NBI) y tenencia precaria de la tierra.

El principal producto es el chivito (animal de 8 a 12 kilogramos, de 60-90 días de vida), generalmente vendido en efectivo o especias por cabeza en tranquera, seguido por la cabra de descarte (comercializada en forma similar). Como segunda actividad relacionada se puede mencionar la producción de leche y quesos artesanales, "entre los productores caprinos, la elaboración de quesos a partir de las cabras ha sido históricamente una actividad artesanal y mayormente de subsistencia" Bedotti (2000). En tercer lugar se puede mencionar los trabajos en cuero (incluido el cuero secado-sobado) y los telares, producidos artesanalmente por los lugareños. Estas últimas actividades no son representativas y tienden a desaparecer en el tiempo (Entrevistas a agentes calificados). También el productor suele comercializar guano: el "guanero" se acerca al establecimiento y lo recolecta de los corrales (el principal destino es Mendoza)¹⁹.

En la región existe un marcado éxodo de la población rural hacia centros urbanos, especialmente de las mujeres y los jóvenes²⁰, cuestión que se pudo apreciar en las entrevistas: una vez que conocen las condiciones de vida de los pueblos (en principio cuando asisten al colegio), tienen una visión negativa hacia la opción de quedarse en el campo, continuando con las actividades de la familia. Entre otros, los factores que

¹⁷ Información obtenida de la Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas (INDEC, 2004-2005).

¹⁸ Informe de la Mesa Caprina Provincial basado en la Encuesta a productores del Oeste (2005).

¹⁹ Entrevistas a productores y agentes calificados.

²⁰ Plan de desarrollo rural del oeste de la provincia de La Pampa (PDR).

potencialmente influyen son²¹: a) acceso a medios (televisión, internet, telefonía celular), b) infraestructura (vivienda, salud, educación), c) socialización (amigos, potenciales contactos), d) estudios terciarios y universitarios, e) trabajos más rentables (ingresos por la actividad caprina deficientes), f) resultados de la actividad no suficientes como para vivir dignamente, g) problemas generacionales entre padres e hijos. La mayoría de los factores se relaciona con la búsqueda de condiciones de vida de “mejor calidad”.

ACOPIADOR.

Son agentes cuya función comercial es la recolección, acopio y traslado de animales vivos en época de zafra (y otros momentos del año), trabajan por cuenta y orden de frigoríficos de origen cordobés, mendocino y pampeano. También suelen actuar por cuenta propia, destinando los animales a la reventa en carnicerías y casas de comida, propias o ajenas. No existen registros formales que indiquen su procedencia y cantidad, representa un gran bache informacional para el SAA bajo estudio²².

Normalmente trabajan con camiones (o camionetas grandes) con “carrocería chivera” de capacidad variable de carga: de 60 a 700 animales. Todo mercachifle es acopiador, pero no todo acopiador es mercachifle. La diferencia se encuentra determinada principalmente por la forma de pago y el canal comercial en el que se manejan.

El mercachifle entrega en varias partes del año mercadería (alimentos, medicamentos, pasajes, etc.) y presta dinero en efectivo, a cambio de una promesa de venta futura de animales (chivitos). El costo financiero implícito es importante, difícil de calcular debido a la informalidad del trueque, pero muchas veces resulta ser, para el productor, el único camino viable para el acceso a estos bienes de uso. Otro aspecto importante a considerar en esta relación es el afecto-confianza y la costumbre entre las partes, dada por la persistencia e historia de este agente en la región: “es el actor que ha estado la mayoría de las veces, en momentos buenos o difíciles, junto al productor; existe un contrato implícito de fidelidad entre nosotros” (Entrevistas a acopiadores). En algunos casos suelen hacerse cargo de los costos que implican la tramitación de la guía y el documento de tránsito animal. Hay casos en que los acopiadores utilizan la estrategia de mantener en regla a una serie de productores para poder canalizar por ellos las compras informales (Entrevistas a productores, agentes calificados y acopiadores).

El precio por animal vivo (chivo gordo) se pacta con la agroindustria. En el caso de frigoríficos extra provinciales, el acopiador descuenta del precio una prima por sus servicios de contacto, recolección y pago. “El acopiador debe pagar a todos los productores de una misma zona, un mismo precio por animales de características similares, si llegará a pagar distinto, se complica las transacciones futuras con esos productores” (Entrevistas a productores).

La condición corporal condiciona la compra, los animales son palpados literalmente (en pecho, ingle, punta de paleta y cola: lugares donde se puede percibir la grasa) para

²¹ El listado no pretende ser exhaustivo, son los factores que se han observado en la mayoría de las encuestas y charlas con los productores y agentes de la región. Igualmente se observa que la desvinculación no es total, muchos siguen manteniendo animales propios en las explotaciones familiares.

²² Entrevistas a agentes calificados.

corroborar su estado (tipificación en vivo), el precio pactado corresponde al chivito gordo (“riñón tapado”). En casos donde se cargan animales flacos o llegan golpeados, los frigoríficos suelen optar por no comprarlos o castigar el precio pactado, soportando el costo el acopiador. Acciones que se tornan más rígidas en años productivamente buenos.

Se compra cantidad a precio pactado, pero, en campo, no se tiene en cuenta la variabilidad del tamaño de los chivos (si un máximo), por lo tanto en una misma compra se cargan chivos, pe: de 8 kg y de 15 kg (ambos gordos); al productor se los pagan igual (\$/cabeza), el acopiador recibe del frigorífico idénticos precios por animal (\$/cabeza), pero el frigorífico los vende en segmentos y por peso (\$/kilogramo), donde obtiene mejores precios por animales chicos²³.

FRIGORÍFICOS.

En La Pampa se encuentran habilitados los siguientes establecimientos de faena:

a) Frigorífico de Santa Isabel (Chalileo)²⁴: es el más importante de la provincia, acaparando en el último año el 97,28 % de la faena total formal de La Pampa²⁵. Creado por el Gobierno provincial a los fines (entre otros) de mejorar la situación actual de los productores (precio mínimo), generar puestos de trabajo y agregarle valor a los productos caprinos cárnicos. Destinado a la faena y trozado de pequeños rumiantes (caprinos y ovinos²⁶), posee habilitación para tránsito federal (territorio nacional). Comercializa comúnmente con: publico en general (carnicería en planta), carnicerías y supermercados provinciales, distribuidores mayoristas de Buenos Aires, Mendoza y San Juan, y con países terceros (actualmente: Costa de Marfil, Angola, Brasil, Kuwait, Saint Marteen, Curaçao).

La capacidad de faena potencial es de 300 animales por turno de trabajo. Posee dos cámaras de frío, una de pre-frío, dos túneles y un depósito de congelado. Cuenta con una capacidad de stock de 500 animales en las cámaras de frío y 2.000 reses en las cámaras de congelado. También posee un laboratorio²⁷ de análisis clínicos veterinarios, en el cual se brindan los servicios de análisis para la detección de distintas enfermedades (brucelosis, entre otras) en el ganado bovino, caprino y ovino (los precios del servicio están fijados por la Ley Impositiva Anual²⁸). Ocupa 12 personas en forma permanente (incorporando en época de zafra 5 adicionales).

Cuenta con un camión para la recolección de animales y vivos y otro para el transporte de reses (capacidad: 300 reses medias). En el caso de caprinos los productos que comercializa son: chivitos enteros de diferentes tamaños (de 4,5 a 6,5 kilogramos y de 6,5 a 9 kilogramos), cabrillonas (más de 9 kilogramos) y cabras (más de 13 kilogramos); trozados (en bolsas y cajones plásticos o en cajas de cartón); también se comercializan menudencias

²³ Entrevistas a acopiadores y productores.

²⁴ Información disponible en el sitio web oficial del Frigorífico (<http://www.frigosantaisabel.com.ar/>). Complementado con entrevistas a agentes calificados.

²⁵ Teniendo en cuenta los datos de ONCCA (2010) que indican que la faena provincial del año 2009 fue de 4.959 cabezas y la faena del frigorífico 4.824 cabezas caprinas.

²⁶ También posee habilitación para la faena de conejos y choiques.

²⁷ Emprendimiento conjunto con la Facultad de Ciencias Veterinarias de la UNLPam.

²⁸ Información obtenida del sitio web oficial del Ministerio de la Producción de la provincia de La Pampa (<http://www.produccion.lapampa.gov.ar/>).

(chinchulín, corazón, pulmones, hígado y lengua) y cueros en el mercado interno. En el año 2009 el 47 % de las compras efectuadas por el establecimiento correspondieron a animales caprinos (chivitos, cabrillonas y adultos), lo que represento el 39 % de los kilogramos vendidos y el 32 % de los ingresos. La participación de ovinos es muy importante, implica el 53 % de las compras de animales, el 61 % de los kilogramos vendidos y el 66 % de los ingresos por venta²⁹.

El pago a los productores es en efectivo (\$/cabeza), soportando los costos financieros entre pago por compra y el cobro por venta (a 15-30 días).

Según Mazzola y Suquia (2009) entre los años 2007 y 2009 los clientes más importantes, teniendo en cuenta las unidades vendidas, fueron: Productos de la Patagonia (distribuidor mayorista), Kronemberger (productor agropecuario) y Lorenzo Amaya e hijos (distribuidor mayorista y exportador).

b) Frigorífico Fundación “Nuestros pibes” (Capital): operado³⁰ por el Gobierno Municipal³¹, realiza servicio de faena a terceros, generalmente intermediarios que compran los animales directamente a productores (en mayor medida casas de comida). El costo del servicio es de una suma fija por unidad faenada. La capacidad de faena es de 50 animales por día (de peso no mayor a 150 kilogramos/cabeza). Cuenta con una cámara de frío.

Los siguientes establecimientos se encuentran habilitados por SENASA para faena de animales menores (entre los que se encuentra el caprino), pero por su localización (no hay animales caprinos, ni centros de consumo importantes) no presentan declaraciones de animales faenados en los últimos años: c) Frigorífico Uribúru S.A. (Catriló) y d) Frigorífico General Pico S.A. (Maraco).

Según datos recabados en entrevistas a productores y acopiadores resulta muy importante la presencia de frigoríficos y acopiadores cordobeses (en menor medida mendocinos) en la provincia, si bien en los registros formales no figura una cantidad considerable, según entrevistas y observaciones en campo, grandes cantidades de animales son trasladados fuera de los límites de La Pampa a través de canales informales. “Estos actores, que históricamente han comercializado informalmente en la región, tienen gran implicancia en la determinación del precio informal” (entrevistas a agentes calificados).

DISTRIBUIDORES MAYORISTAS Y EXPORTADORES.

Una de las empresas más importantes en la formación del precio de la provincia es Lorenzo J. Amaya e Hijos S.A., comerciantes internacionales de carne caprina y ovina con destino a mercados asiáticos, africanos y del Caribe. Negocia con agentes internacionales, compra directamente animales faenados en distintas provincias, y los procesa o adecua (corta, congela y envasa) en planta propia, ubicada en Buenos Aires³².

²⁹ Datos brindados por Mazzola y Suquia (2010).

³⁰ Según Expedientes N° 16/03 (HCD) y N° 1047/03 I y II Cuerpo (DE): uso, goce, explotación y gestión de la planta de faena de animales menores propiedad de la Fundación “Nuestros pibes”.

³¹ En negociaciones desde mayo 2009 para el traspaso de la gestión al Gobierno provincial (El Diario de La Pampa, 15 de mayo de 2010).

³² Datos obtenidos del sitio web oficial de la empresa (<http://www.lorenzoamaya.tk/>).

La empresa Productos de la Patagonia S.R.L.³³ trabaja en conjunto con el Gobierno de La Pampa, mediante el programa de Desarrollo Sustentable de la Actividad Caprina en la Región Oeste de la provincia. Es un comprador importante del frigorífico de Santa Isabel, con quienes comercializan ovinos y caprinos. Posee centros de almacenamiento y distribución en Capital Federal y Gran Buenos Aires, donde cuentan con cámaras de enfriado y congelado, y vehículos equipados con frío propios. Realizan la función de trozado y envasado.

En las entrevistas a agentes calificados quedó explícita la importancia de estos agentes (principalmente Lorenzo J. Amaya e Hijos S.A.) en la formación del precio a nivel regional y nacional. “Entre el frigorífico (*Santa Isabel*) y el distribuidor mayorista se realiza una reunión previa a la zafra para saber cuál será el precio a pagar” (Entrevistas a profesionales relacionados a la industria).

DISTRIBUCIÓN MINORISTA.

La distribución minorista se realiza por medio de casas de comida (restaurantes, parrillas, rotiserías y braserías), mercados (en mayor medida a través de super e hipermercados) y carnicerías. En las localidades de mayor población se hace más frecuente la comercialización por los canales formales, en el resto de la provincia se suele comprar directamente al productor (Cangas y Domínguez, op.cit.) o a mercachifles.

De dos estudios realizados en la provincia³⁴ se pueden extraer los siguientes datos relevantes: a) se ve condicionada la oferta derivada por no contar con una flujo de animales estable a lo largo del año (tanto en calidad como en cantidad); b) el producto se ofrece al consumidor final entero y con un peso que oscila entre los 4,5 y 8 kilogramos (la mayoría no vende al peso); c) en las casas de comida el producto no es ofrecido por: inexistencia de la demanda, producto muy estacional, rendimiento pobre al plato y su punto de cocción no admite espera (si el producto no se vende en el momento justo, pierde calidad); d) la mayoría de los consumidores encuestados compra el producto en establecimientos agropecuarios, siendo el motivo más importante del no consumo la indisponibilidad en el lugar de compra habilitado. Los hábitos y costumbres de consumo varían entre regiones y localidades, siendo importante en los pueblos y ciudades de la región oeste de la provincia, donde la carne caprina parece ser un elemento común en la dieta de los pobladores.

“El consumidor abala de alguna manera la venta informal, pues es cómplice del sistema, y ante la manifestación, en las encuestas, de preocupación por las condiciones de procedencia, afirma también que compra en establecimientos agropecuarios”. En referencia al acto comercial informal “resulta importante la costumbre y educación, tanto del productor como del consumidor” (Entrevistas a agentes calificados).

³³ Datos obtenidos del sitio web oficial de la empresa (<http://www.patagonia-productos.com.ar/>).

³⁴ Cangas y Domínguez (2009) y Agüero, et al (2007).

INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES.

a) Gobierno nacional: ante la necesidad de brindar apoyo a productores y miembros de las distintas cadenas caprinas regionales del país se aprobó la Ley N° 26.141, para la Recuperación, Fomento y Desarrollo de la Actividad Caprina³⁵.

b) Gobierno provincial: a través del Ministerio de la Producción (Instituto de Promoción Productiva, Ley Caprina provincial) lleva a cabo varias medidas y proyectos que se enmarcan en el Programa de desarrollo sustentable de la actividad caprina (el cual pertenece al Plan de Desarrollo Rural del Oeste) que incorpora dentro de sus componentes la comercialización, la infraestructura, el manejo (nutricional, sanitario, reproductivo y genético), la diversificación de la producción y el fomento de organizaciones de productores³⁶. Participa en varios convenios con INTA y UNLPam, cuyos ejes más importantes son la generación y transferencia de tecnología, unidades demostrativas de producción (genética, tambo caprino y quesería). La provincia de La Pampa adhirió a la Ley Caprina Nacional, se encuentra operativa en la provincia a partir de enero de 2010³⁷.

Lleva a cabo una importante tarea en la formación de asociaciones de productores con el objetivo de canalizar programas y medidas a través de ellos, fomentar y asegurar la participación del productor en las decisiones de la cadena.

c) Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), Regional La Pampa-San Luis: lleva a cabo en la región varios proyectos regionales y nacionales, científicos y de extensión, relacionados con las actividades caprinas y campesinas en general.

d) Universidad Nacional de La Pampa (UNLPam): mediante las Facultades de Ciencias Veterinarias y de Agronomía (principalmente) se realizan trabajos de extensión e investigación relacionados con aspectos técnicos y tecnológicos del sector primario.

“Las instituciones gubernamentales están haciendo un enorme esfuerzo por mejorar la situación histórica del sector, pero muchas veces implementando políticas y medidas que no tienen en cuenta las particularidades, principalmente culturales de los actores” (Entrevistas a productores agropecuarios). “Es necesario comprender mejor la situación histórica de los productores antes de actuar en campo, para comprenderla es necesario vivirla de cerca” (Entrevistas a agentes calificados).

“Las instituciones científicas dedican muy pocos recursos a la investigación de sectores como el caprino, lo aprecias cuando contabilizas las personas y los recursos que se dedican a esto, somos siempre pocos y los mismos” (Entrevistas a agentes calificados). “Seguramente otras líneas de investigación sean más ‘rentables’ a la hora de llenar un curriculum o pedir fondos, el caprino es un tema que históricamente fue marginal y para unos pocos” (Entrevistas a agentes calificados).

³⁵ Sancionada en agosto de 2006, con decreto reglamentario N° 1502 en octubre de 2007, e inicio de ejecución en noviembre del 2009. Boletín de difusión actividad caprina y ovina 2009 (MAGyP, 2010).

³⁶ Datos del sitio web oficial del Instituto de Promoción Productiva (<http://www.ipplapampa.gov.ar/>).

³⁷ Dato del sitio web oficial del Gobierno de La Pampa (<http://www.lapampa.gov.ar/>), 29 de enero de 2010.

CANALES COMERCIALES IDENTIFICADOS.

1) Formales:

a) El productor agropecuario transporta los animales vivos hasta el frigorífico y los faena por medio de faén (porcentaje del producto industrializado) o contratando el servicio (dinero por cabeza), luego retira las reses a través de un transporte equipado con frío, y los comercializa en carnicerías, casas de comida y particulares.

b) El productor agropecuario avisa al frigorífico de la disponibilidad de animales para la venta (suele darse que el frigorífico contacta a los productores cuando no cuenta con reses en cámara suficientes como para satisfacer una demanda concreta), el frigorífico envía al establecimiento el acopiador comercial el cual carga los animales y los lleva a la planta frigorífica. Los animales faenados pueden seguir los siguientes canales:

- I. Se mantienen en la cámara (congelados o enfriados) hasta que el frigorífico pueda concretar alguna oportunidad de venta. Luego puede seguir cualquiera de los siguientes canales (II, III, IV).
- II. Se venden los productos directamente a consumidores finales.
- III. Se venden los productos a casas de comida, mercados, carnicerías provinciales.
- IV. Se venden los productos a distribuidores mayoristas de otras provincias (principalmente: Buenos Aires, Mendoza y San Juan).
 - a. El distribuidor mayorista los coloca en distintos mercados (casas de comida, carnicerías, super e hipermercados) de otras provincias.
 - b. El distribuidor mayorista los comercializa en el exterior (Costa de Marfil, Angola, Brasil, Kuwait, Saint Marteen, Curaçao).

Los flujos de información generalmente parten del consumidor final, el cual demanda animales pequeños enteros (chivito) en ocasiones especiales (fiestas de fin de año y en centros turísticos). La demanda es trasladada a los distribuidores mayoristas o a las bocas de expendio minoristas (carnicerías, super e hipermercados y casas de comida), que compran los animales a productores que han faenado en el frigorífico, o directamente a éste.

Los agregados de valor se dan en: a) el traslado de animales vivos en un principio y faenados a temperatura adecuada, en segunda instancia; b) la faena donde se lo mata y desposta, envasa y clasifica (etiquetado con código de barras y la siguiente información: datos del establecimiento faenador -nombre, número de matrícula, número de habilitación sanitaria, CUIT-, datos del titular de faena -ídem establecimiento faenador-, datos del producto -fecha de faena, tropa a la que perteneció, clase, tipo, categoría y peso-), c) la carnicería donde se mantiene a temperatura y rara vez se lo troza para su mejor aprovechamiento, d) las casas de comida donde se lo comercializa en condiciones adecuadas de consumo (cocinado).

El productor recibe el dinero en efectivo del frigorífico (por medio del acopiador comercial propio), luego éste vende productos faenados, en efectivo o a plazo (entre 15 y 30 días de crédito), los siguientes agentes cobran el producto en efectivo (dinero o tarjeta de débito). Puede darse, en los pueblos o en las bocas de expendio de barrio, el fiado de productos.

2) Informales:

a) El productor agropecuario vende directo al consumidor final animales faenados, en establecimiento o en localidades urbanas. Puede darse esporádicamente o pactarse con anticipación. El precio se determina por cabeza y categoría, “el faenado no es considerado por el productor como un agregado de valor importante, sino como algo inherente a la venta” (Entrevistas a agentes calificados).

b) El productor agropecuario vende directamente a carnicerías o casas de comida. Puede darse de las siguientes formas: I) el productor se acerca por sus medios a centros urbanos donde ofrece los animales generalmente faenados (se puede dar con animales vivos), o II) las carnicerías y/o casas de comida se acercan a los establecimientos agropecuarios y compran los animales vivos (para faenarlos clandestinamente) o faenados (se da cuando la cantidad es poco significativa). En el caso de las carnicerías, además de venderles a consumidores finales, comercializan con casas de comidas.

c) El productor agropecuario intercambia sus animales por mercancías³⁸ (alimentos, medicamentos, pasajes en ómnibus, otros) y/o dinero a un mercachifle que, en época de zafra, se acerca al establecimiento con vehículo propio y los recoge. Luego los animales pasan por alguno de los siguientes canales:

- I. El mercachifle los vende faenados a consumidores finales (rara vez vivos).
- II. El mercachifle los comercializa faenados a carnicerías y casas de comida.
- III. El mercachifle los vende en su propia carnicería a consumidores finales.
- IV. El mercachifle los vende vivos a frigoríficos extra provinciales, los cuales los comercializan en casas de comidas, carnicerías y super e hipermercados.

Los flujos de información provenientes del consumidor final son mejor percibidos por el productor agropecuario y el mercachifle, debido a que existe un contacto más directo. La información del producto pierde sentido cuando intervienen otros actores. Queda en evidencia la falta de datos referidos a la proveniencia, sanidad, inocuidad, condiciones de traslado; información que es fundamental para la salud del consumidor (Entrevistas a agentes calificados).

El valor que agrega el productor está relacionado con la faena del animal (por fuera de los sistemas y reglamentaciones higiénico-sanitarias) y el transporte físico en condiciones de temperatura inadecuada, por parte del mismo o el mercachifle.

El productor recibe dinero en efectivo (al momento de entrega o de encargo del animal) directamente del consumidor, de las carnicerías, casas de comida y/o del mercachifle, este último también paga en especie mediante el trueque. El precio generalmente duplica el del frigorífico (Encuesta a productores), el valor de referencia depende principalmente de: el precio impuesto por los frigoríficos extra provinciales, las características agroclimáticas del año, la fecha de la transacción, la necesidad de venta y compra, la relación entre las partes, el precio de venta de los vecinos, la cantidad de animales y otros³⁹. El mercachifle recibe

³⁸ El trueque a plazo es una forma de venta importante para los productores familiares, generalmente, los que optan por esta clase de mecanismo de venta, se encuentran alejados de los sistemas viales y los centros urbanos (Entrevistas a agentes calificados).

³⁹ Entrevistas a productores y acopiadores.

dinero de los consumidores finales, de las carnicerías, casas de comida y/o de los frigoríficos extra provinciales.

En el cuadro 1 se muestra el mapa de los flujos comerciales descriptos, donde las filas corresponden a los flujos y las columnas a los actores del sistema. En las celdas resultantes se encuentran descriptos los destinos comerciales.

Cuadro 1: Mapa de flujos comerciales.

		Productor (P)	Acopiador (A)	Frig. Provincial (Fprov)	Frig. Extra prov. (Fextra)	Distr. Mayorista (Dma)	Distr. Minorista (Dmi)
FLUJOS COMERCIALES	FORMALES	A.	Fprov Dmi, Cprov		P		Cprov
		B.II	A	F	Cprov		
		B.III	A	F	Dmi		Cprov
		B.IV.a	A	F	Dma		Cextra
		B.IV.b	A	F	Dma		CE
	INFORMALES	A.	Cprov				
		B	Dmi				Cprov, Dmi
		C.I	A	Cprov			
		C.II	A	Dmi			Cprov
		C.III	A	Cprov*			
C.IV	A	Fextra		Cextra			

Elaboración propia. Cprov: Consumidor provincial; Cextra: Consumidor extra provincial; CE: Consumidor externo. Cprov*: el mercachifle vende en su propia boca de expendio a consumidor provincial.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Las características estructurales y funcionales del SAA caprino de la provincia de La Pampa son complejas debido a la comercialización informal de animales dentro y fuera de la provincia. Los métodos de recolección de datos actuales no reflejan fielmente la realidad descrita por los actores participantes y la observada en la investigación a campo. Es necesario abordar el objeto de estudio con herramientas metodológicas cualitativas más flexibles, que ayuden a interpretar mejor la realidad informal del sistema.

La informalidad en la comercialización de animales y productos cárnicos caprinos resulta ser muy importante en la provincia de La Pampa (más del 90 % de la producción circula por canales informales), cuestión que tiene una implicancia relevante en las condiciones sistémicas descritas. Las principales razones que se han observado son: a) cultura e idiosincrasia del consumidor (abala de alguna manera, la transacción de animales bajo condiciones informales); b) cultura, educación y situación social, económica y estructural del sector primario; c) aislamiento social, político y científico; d) características estructurales y agroecológicas marginales; e) dificultad y falta de control sanitario y tributario (facilidad en el accionar de los agentes informales); f) historia de la región relacionada a la marginalidad y desconfianza de los productores, y g) los mejores precios y menores costos percibidos por el productor (precios mayor y ahorro de costos sanitarios e impositivos).

La mayoría de los canales informales brindan al productor precios superiores a su homónimo formal, lo cual muchas veces ayuda a la elección de los mismos como alternativas de venta. En el único canal donde el productor se puede apropiarse de un mejor margen, es en el caso de faena terciarizada y distribución propia en los puntos de venta, integración que resulta, *a priori*, muy difícil para el productor medio de la zona. En el caso de las exportaciones a países terceros, el productor no se ve beneficiado con precios superiores, captando gran parte del margen comercial el distribuidor-exportador mayorista.

En los canales formales, la importancia del frigorífico de Santa Isabel es excluyente, pero su peso en el SAA no es relevante (4.959 cabezas sobre un total potencial de 99.180⁴⁰), por lo menos en el corto y mediano plazo. Por su relación con el Gobierno provincial, puede ser una herramienta importante para el desarrollo de precios mínimos (en los mercados formales e informales se toma como uno de los precios de referencia el pagado por Santa Isabel⁴¹) y posibilidades de agregado de valor en la región. Ante la actualidad informal de la faena, el principal frigorífico de la provincia se encuentra sobredimensionado, cuestión que se mantendrá en el mediano y corto plazo debido a la complejidad de SAA.

Según cálculos de Cangas y Domínguez (2009) la capacidad total de faena de la provincia es de 575 cabezas caprinas por día, dato necesario de actualizar debido a la consideración de establecimientos que no operan actualmente. Teniendo en cuenta la distribución proporcional que mantuvo la faena formal de animales caprinos en la provincia del año 2009⁴², y la distribución de la capacidad utilizada entre animales ovinos y caprinos por mes del frigorífico Santa Isabel a lo largo del mismo año⁴³, se estima que, en el caso hipotético de que la totalidad de los animales caprinos de la provincia se faenen formalmente: a) utilizando un solo turno de faena por día, el frigorífico estaría industrializando el 24,40 % (24.196 cabezas) del total, b) utilizando dos turnos por día faenaría el 40,89 % (40.556 cabezas) y c) utilizando los tres turnos potenciales podría faenar el 51,70 % (51.272 cabezas) de los caprinos provinciales. Condiciones de comercialización hipotéticas que se ven afectadas por varios factores, pe: a) existencia de otros frigoríficos extra provinciales, b) compra directa de consumidores finales, c) autoconsumo, d) existencia de potenciales mataderos-frigoríficos provinciales, e) logística de compra y recolección adecuada, f) disposición a la venta de productores, g) competidores privados potenciales, h) compradores suficientes (que compren la totalidad de los animales).

El apoyo de instituciones a campo (INTA, Gobiernos municipales y provinciales, Secretaría de Agricultura Familiar, Universidades, ONG's, otros) es importante, funcionan como nexo y sostén de las actividades tecnológicas y socio-económicas de una parte de las unidades familiares. Sin embargo, se puede apreciar una suerte de aislamiento político, social y científico, un desinterés en la mayoría de los agentes privados y gubernamentales (provinciales y nacionales, políticos y de investigación). Esto ha generado desconfianza en las personas (lo cual, muchas veces, potencia la figura del mercachifle).

Uno de los vacíos de información más importante es cómo forman los precios de compra los distribuidores y exportadores mayoristas (¿cuál es el precio de referencia que luego se

⁴⁰ Si se estima que un 95 % se faena clandestinamente, estaríamos hablando de una producción provincial total de 99.180 animales/año.

⁴¹ Entrevistas a agentes calificados y productores.

⁴² ONCCA (2010).

⁴³ Mazzola y Suquia (2010).

baja al resto de los actores? ¿lo imponen o se lo imponen?). Nuestra hipótesis se centra en la idea de que resulta de una conjunción entre, al menos, las siguientes variables: a) precio del año anterior, b) precio del mercado internacional, c) margen de ganancia en la exportación, d) costos de logística, e) inflación acumulada y esperada, f) perspectivas económicas locales e internacionales y g) perspectivas productivas (relacionadas a la situación agroclimática de las principales zonas productivas).

La cuantificación económica y física de los productos comercializados informalmente permitirá una mejor apreciación de la importancia relativa del sector en la economía real. A esto habría que agregarle un análisis de la actividad como sustento de familias y como actividad en zonas agroecológicamente marginales, donde se hace muy difícil la diversificación rentable de actividades productivas.

Para que el análisis de SAA se acerque más a la realidad bajo estudio, habría que agregar dos flujos: a) del productor al consumidor de “energía, materia orgánica y agua”, necesario para cuantificar y/o cualificar el deterioro de la base ambiental-ecológica, y b) de “desperdicios y externalidades” que parte desde el consumidor hasta el productor, un flujo de consecuencias negativas (que hacen que alguna parte del capital natural, humano, social, etc. se vea perjudicado directa o indirectamente) y positivas (cuando las consecuencias traen ventajas colaterales para otros agentes). Es lógico y necesario para logra un mejor análisis del sistema, que en cadenas dependientes de las características agroecológicas, se tomen en cuenta aspectos de degradación y de contaminación de la base ambiental y del sistema como un todo. En los casos donde los productos son más transables que la carne caprina, este análisis debe ser más exhaustivo y cuantificado monetariamente.

BIBLIOGRAFÍA.

- Agüero, D., Belmonte, V., Melazzi, M., Bruno, F., Tapia y A. Gilli (2007). Caracterización del consumo de carnes no tradicionales de La Pampa. UNLPam.
- Bedotti, D. (2000). Caracterización de los sistemas de producción caprina en el oeste pampeano (Argentina).
- Bedotti, D. (2008). El rol social del ganado caprino. Conferencia del 31° congreso argentino de producción animal.
- Bedotti, D., Gómez, Castro A., Sánchez Rodríguez, M., García Martínez, A. y J. Martos Peinado (2003). Características reproductivas de la cabra colorada pampeana. Archivos de zootecnia 52, pp. 371-377.
- Bedotti, D., Gómez, Castro A., Sánchez Rodríguez, M., García Martínez, A. y J. Martos Peinado (2005). Aspectos sociológicos de los sistemas de producción caprina en el oeste pampeano (Argentina). Archivos de zootecnia, vol. 54, N° 208. Univ. de Córdoba España. pp. 599-608.
- Cangas, H. y F. Domínguez (2009). Caracterización de la cadena de carne caprina de la provincia de La Pampa. UNLPam.
- Ferro Moreno, S. (2008). Actualización de la Unidad Económica del departamento Quemú Quemú, provincia de La Pampa, Argentina. UNLPam.
- Fresneda R. (2006). Cadena caprina, programa de cadenas productivas. Córdoba, Argentina.
- Iglesias, D. H. (2002). Competitividad de las PyMEs agroalimentarias: El papel de la

articulación entre los componentes del sistema agroalimentario. Competitividad de la agricultura. IICA.

- Iglesias, D. H. (2008). La cadena agroalimentaria caprina. Seminario taller regional, el agronegocio carriño, perspectivas para el desarrollo regional. INTA Anguil.
- Iglesias, D. H., Iturrioz, G. M., Chimeno, P., Saravia, D., Torrado Porto, R., Torrado, J. y M. Olea (2005). Articulaciones en la cadena de la carne bovina de la provincia de La Pampa. Jornadas interdisciplinarias de estudios agrarios y agroindustriales (PIEA-INTA-GESA). Buenos Aires, Argentina.
- Iglesias, D. H., Zanotti, N., Lucero, B., Di Giuseppe, R., Suarez A. y P. Chimeno (2004). Cadena del trigo en la provincia de La Pampa. Caracterización y análisis de las cadenas agroalimentarias en el área de influencia de la provincia de La Pampa. INTA.
- INTA, Gobierno de La Pampa y UNLPam (2006). Cadena de la leche bovina en la provincia de La Pampa. Documento de trabajo.
- Lazzarini, S., Chaddad, F. y M. Cook (2001). Integrating supply chain and network analyses: The study of netchains. *Journal of Chain and network science* Vol.1. N° 1. 2001.
- Mazzola, W. y J. Suquia (2009). Análisis de la situación del frigorífico Santa Isabel. Trabajo de asesoría.
- Mazzola, W. y J. Suquia (2010). Análisis de la situación económica del frigorífico Santa Isabel. Trabajo de asesoría.
- Molas Pequis, A. y R. Rivero (2006). Desarrollo de la producción caprina en el oeste de la provincia de La Pampa.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de Argentina (2010). Boletín de difusión actividad caprina y ovina 2009.
- Oficina Nacional de Control Comercial Agropecuario (2010). Informe mensual de carnes. Mayo 2010. Caprinos.
- Ordóñez, H. (2000) “La nueva economía y agronegocios alimentarios. Aplicación a la estrategia alimentaria de las denominaciones de origen”. Facultad de Agronomía, UBA. Argentina.
- Pallero, R. (2005). Encuesta a productores del oeste pampeano.
- Peterson, H.C. (1997). La epistemología de los agronegocios. Pares, métodos y rigor. Trabajo invitado al Foro de Investigación de Agronegocios.
- Porras Díaz, R. y W. Pelupessy (2004). Agricultores, consumidores y la mediación institucional en las cadenas agroalimentarias globales en Centro América. *Revista Centroamericana de Ciencias Sociales* N° 1, volumen I, pp. 25-56.
- Rico, R. R (1991). Total Quality Management. Macchi. Buenos Aires.
- Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (2010). Stock caprino de la Provincia de La Pampa. Documento de trabajo.
- Unión Industrial Argentina (2007). Cadena caprina en la región noroeste, 6to foro general de la industria, región noroeste, Salta.
- Unión Industrial Argentina (2008). Debilidades y desafíos tecnológicos del sector productivo. Lácteo Caprino. La Pampa y Córdoba.
- Zylbersztajn D. (1996). Governance structures and Agribusiness Coordination: A Transaction cost Economics Bases Approach. *Research in domestic and International Agribusiness Management*. Vol 12 pag. 245-310. RedCapa.