



NOTA TECNICA: Sistema medular del mercado del pollo beneficiado en la región capital, segundo semestre del 2010.

Jesús Zambrano¹*, Jhonny Mendoza¹, Yazmin Useche² y Roossvelt Molero²✉

¹Universidad Centrooccidental Lisandro Alvarado (UCLA).

²Grupo de estudios macroeconómicos y sectoriales, GEMAS. Universidad Nacional Experimental Sur del Lago (UNESUR). Santa Bárbara de Zulia. Venezuela.

Código: 2011/01/AA/03

Recibido Mayo-2011/aprobado Octubre-2012

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar el sistema medular del mercado del pollo beneficiado en la Región Capital, durante el segundo semestre de 2010, partiendo del estudio teórico de las variables macroambientales, las variables de "marketing mix" y las variables microambientales que lo afectan. Este trabajo se enmarca en los postulados de la investigación no experimental, de nivel exploratorio y descriptivo, bajo diseño mixto, bibliográfico y de campo. Se utilizó como técnica de investigación la entrevista, la encuesta, el estudio bibliográfico y la observación, y como instrumentos de recolección de datos, el cuestionario, el guión estructurado y la matriz FODA. La población objeto de estudio estuvo representada por la Federación Nacional de Avicultura de Venezuela (FENAVI), por el Ministerio del Poder Popular para la Alimentación, el Ministerio del Poder Popular para la Agricultura y Tierras y por la Cadena de Distribución del Mercado de Pollo Beneficiado en la Región Capital. La aplicación de los instrumentos permitió determinar que la oferta nacional del producto no cubre la demanda y que entre las limitaciones más destacadas de las empresas avícolas se encuentran el control de precios del producto final y no de algunas materias primas y suministros, las importaciones en perjuicio de la producción nacional y el control de cambio. Se recomienda el trabajo mancomunado para incentivar la producción nacional a través de políticas públicas orientadas a la satisfacción de la demanda y la disminución de las importaciones de pollo beneficiado.

Palabras claves: Mercado, pollo beneficiado, macroambiente, microambiente, "marketing mix".

ABSTRACT

The core system of the chicken market in the capital region benefited during the second half of 2010.

This research aims to analyze the core system of the chicken market in the capital region benefited during the second half of 2010, based on the theoretical study of the macroenvironmental variables, marketing mix variables and microenvironmental variables that affect it. It is framed in the principles of non-experimental research, exploratory and descriptive level under mixed design, literature and field. Was used as an investigative technique, the interview, the survey, the literature study and observation, and instruments of data collection, the questionnaire, structured script and the SWOT matrix. The study population was represented by the Poultry Federation of Venezuela (FENAVI), the Ministry of Popular Power for Food, the Ministry of People's Power for Agriculture and Lands and Supply Chain Market Chicken Benefited in the Capital Region. The application of the instruments allowed us to determine that the domestic supply of the product does not meet demand and that among the most important limitations of the poultry companies are price controls and the end product of some raw materials and supplies, imports to the detriment domestic production and control of change. We recommend working together to encourage domestic production through public policies to satisfy demand and lower imports of chicken benefited.

Keywords: Market, Chicken benefited, macroenvironmental, microenvironment, Marketing Mix.

INTRODUCCIÓN

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) considera la alimentación como un requisito para la supervivencia y el bienestar humano y como un derecho humano fundamental

*Correspondencia: E-mail moleror@unesur.edu.ve .Profesor de la UNESUR, categoría agregado. Programa de formación administración de empresas agropecuarias, área económica y social. PEII: V12212415-0108-2013.



(FAO, 2001). De ella depende en gran medida la buena salud, influida por la cantidad, variedad y calidad de alimentos con los cuales se obtiene una nutrición equilibrada. En este sentido, la alimentación se convierte en un tema estratégico fundamental, de seguridad alimentaria para el Estado, por ser esta la que garantice a sus ciudadanos la calidad de vida requerida para vivir dignamente en sociedad.

Entorno al derecho a la alimentación existen una serie de organismos internacionales de asistencia, protección y de servicio, así como también, sociedades mercantiles del sector privado que proveen de diversos rubros comestibles a través de los sectores primario, secundario y terciario de la economía, los cuales se enlazan en la cadena de distribución, teniendo como objetivo aproximar los insumos alimentarios lo más cercano posible y en la disponibilidad necesaria al consumidor. El autor de esta investigación, apela a la cita de especialistas en materia de distribución, a fin de sustentar sus afirmaciones.

Kotler y Armstrong (2008) señalan que la mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus bienes de consumo al mercado, para lo cual tratan de forjar un canal de distribución, es decir, una serie de organizaciones interdependientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio.

Esta cadena de distribución gira alrededor de la oferta y la demanda de un mercado, donde se manejan unas características de comportamiento muy particulares que para conocerlas tienen que ser periódicamente evaluadas, con el único fin de brindar respuestas a los problemas y de aprovechar las oportunidades que de allí puedan surgir.

Según datos estadísticos secundarios de la Federación Nacional de Avicultores de Venezuela (FENAVI, 2010), el consumo *per cápita* de pollo beneficiado en Venezuela se estimó en 35,4 kg para el año 2010, siendo el pollo beneficiado el producto con mayor consumo promedio diario (86,82 gr.) para el primer semestre de 2010 (INE, 2010), por encima de la harina de maíz (76,95 gr), el arroz (56,32 gr) y la carne de res (46,41 gr) para el mismo período, por lo tanto, se trata de un rubro de primera necesidad.

Así mismo, a través del análisis de los referidos datos estadísticos, se evidenció que respecto a productos proteicos alternativos, como la carne de res y carne de pescado, el pollo tiene las siguientes ventajas: colesterol tolerable, bajo en calorías, menos grasa, más proteínas, saludable, sabor predilecto, bajo precio, y se puede trabajar con mayor facilidad tanto en la distribución y almacenaje, así como para crear gran variedad de productos y platos. No existe en nuestro país una opción superior en materia de generación de proteínas de origen animal que la del sector avícola, sea el criterio que se aplique: desde las condiciones de conversión agrotécnica, de impacto sobre el empleo, de aprovechamiento de ventajas comparativas, hasta la existencia de un talento humano con acompañamiento y experiencia a lo largo de toda la cadena productiva.

Aún cuando el producto con mayor consumo promedio diario es el pollo beneficiado, su disponibilidad no es suficiente, sino por el contrario es escaso en los diversos puntos de venta de los diferentes segmentos del mercado venezolano, afectando, sobre todo, a quienes tienen menor capacidad de compra, por el hecho de que cuando se acentúa

la escasez, el precio sube de manera rápida y sin control, la consecuencia es que se incumple con el precio regulado según Gaceta Oficial N° 39.381 de fecha 08 de marzo de 2010, donde se establecen los siguientes precios: pollo beneficiado a puerta de planta 9,72 Bs/kg., pollo beneficiado a puerta de distribuidor 10,40 Bs/kg., pollo beneficiado al detal 11,31 Bs/kg., muslo 13,67 Bs/kg., pechuga 17,41 Bs/Kg., filete de muslo 23,93 Bs/kg. y filete de pechuga 26,80 Bs/kg.

Al comparar la oferta y la demanda de pollo beneficiado en Venezuela, se observa que esta última es superior, ya que, para el 2009, según FENAVI la demanda estimada de pollo beneficiado alcanzó 1.020.718 toneladas, mientras que la oferta fue tan solo de 950.164 toneladas, creando un déficit de 70.554 toneladas de pollo beneficiado. Para afrontar este problema, el gobierno venezolano a través de Políticas de Estado, ha acudido a las importaciones de este rubro, las cuales ascendieron a 110.810,39 Tm para el año 2009, inferiores a las de 2008 cuando se ubicaron en 159.615,72 Tm (FENAVI, 2010). Este producto importado, al parecer es más competitivo en cuanto a calidad y precio; contiene menos agua, menos grasa, menos vísceras, es de mejor tamaño, y resulta más ventajoso traerlo del exterior que producirlo en el país. El precio promedio de las importaciones de 2010 es de 942 dólares/Tm en condición "libre a bordo" (FOB: Free On Board) (Fedegro, 2010), lo que significa una equivalencia aproximada en el mercado nacional de 2,80 Bs./kg, mientras que los distribuidores nacionales, específicamente plantas beneficiadoras, venden a un precio promedio estimado de 9,72 BsF/Kg, más del 200% superior al importado.

Es congruente pensar que las limitaciones de producción y las importaciones de un alimento tan esencial como el pollo beneficiado, no concuerdan con las directrices de la seguridad y soberanía alimentaria de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, del Proyecto Nacional Simón Bolívar 2007-2013 y la Ley Orgánica de Seguridad y Soberanía Agroalimentaria, puesto que no se tiene el dominio de la capacidad de producción y distribución, ni tampoco se ha promovido o privilegiando la producción nacional de pollo sobre las importaciones, como parte fundamental del desarrollo económico y social del país, más aún cuando en Venezuela pueden existir fortalezas de producción y distribución que no se consideren.

Con la finalidad de estudiar el mercadeo del pollo beneficiado se seleccionó el método del Sistema Medular de la Mercadotecnia (SMM), el cual, se sustenta en el concepto de ambiente de la mercadotecnia y se refiere a los lugares o entes donde una empresa ha de iniciar la búsqueda de oportunidades, al mismo tiempo que ha de estar alerta ante las posibles amenazas que puedan incidir en su capacidad para efectuar y conservar las transacciones con el mercado meta. El análisis del sistema medular del pollo beneficiado se ejecuta a través del estudio del macroambiente y el microambiente.

Analizar el macroambiente significa identificar los cambios de factores y actores que se producen en la realidad actual, y prever los que se producirán en el futuro, en virtud de las oportunidades o amenazas que ellos representan (Schnarch, 2005). El mismo autor reseñado entiende por oportunidad una situación favorable, actual o futura, que ofrece el ambiente a la organización, cuyo aprovechamiento adecuado y oportuno mejoraría su posición de competencia y

define la amenaza, como una situación desfavorable, actual o futura, que presente el ambiente a la organización, la cual debe ser enfrentada con miras a evitar o minimizar los daños potenciales sobre el desempeño y la supervivencia de la misma. La teoría nos indica que las fuerzas externas, en gran medida incontrolables, que influyen en las oportunidades y amenazas de una organización, es oportuno renombrarlas, son: los entornos políticos, tecnológicos, económicos, culturales, ambientales, sociales y legales.

En cuanto al análisis interno o microambiental, este se refiere a aquellos aspectos domésticos de la organización que se deben maximizar o minimizar para hacer frente a los retos del entorno (Schnarch, 2005). Lo constituyen los agentes más cercanos a la empresa y que influyen en la capacidad para atender a sus clientes. Estos aspectos evidencian las fortalezas o debilidad en la posición de la empresa frente al macroentorno. El mismo autor entiende como fortaleza a la posición favorable que posee la organización en relación con algunos de sus elementos (recursos, procesos, otros.) y que la sitúa en condiciones de responder eficazmente ante una oportunidad o una amenaza. Y por debilidad, a la posición desfavorable que tiene la organización con respecto a alguno de sus elementos, por lo tanto, la ubica en condiciones de no poder responder eficazmente a las oportunidades y amenazas del entorno. Los agentes internos, en gran medida controlables son influyentes en las fortalezas o debilidades de la organización, se pueden destacar: la misma empresa, los proveedores, los intermediarios, la competencia y los clientes.

Las empresas venezolanas hoy día operan en una economía que se caracteriza por presentar diversos factores internos y externos que afectan su desempeño, entre los que

se pueden mencionar: el incremento de los índices de inflación, la pérdida de la capacidad adquisitiva, la devaluación de la moneda, la intervención del Estado en materia fiscal y laboral; regulación de precios y control de cambio monetario, el temor de expropiación que limita el crecimiento como estrategia de mercadeo en inversión; elementos que han restringido el libre desarrollo de sus actividades. Mientras estos factores continúen, las empresas deben buscar alternativas o técnicas de gestión que les permitan enfrentar la situación, y al mismo tiempo, obtener beneficios razonables que aseguren su permanencia.

El objetivo general de la presente investigación consistió en analizar el sistema medular del mercado del pollo beneficiado en la Región Capital durante el segundo semestre de 2010. Como objetivos específicos se plantearon, en primer lugar, estudiar cómo actúan las variables macroambientales en el sistema de mercadeo del pollo beneficiado en la Región Capital, y en segundo lugar, explorar cómo intervienen las variables microambientales en la red de mercadeo del pollo beneficiado en la Región Capital.

Este estudio de mercado también juega un papel importante dentro de la búsqueda de alternativas a la que deben acudir las empresas para enfrentar la situación económica y poder prevalecer en el tiempo. Pretender generar crecimiento y desarrollo nacional promoviendo la producción interna del pollo que se consume, es integrar múltiples variables relacionadas con la calidad, variedad y cantidad requerida para disminuir el déficit, el precio y las importaciones; este sector es generador de empleo, la competitividad, indicador económico y vital en la alimentación y la calidad de vida de los venezolanos.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para efectos de la investigación se estratificó la población: el estrato "A", conformado por la Directiva de FENAVI, los Ministerios del Poder Popular para la Alimentación y de Agricultura y Tierras (MPPAL y MPPAT); y el Estrato "B", correspondió a la cadena de comercialización del pollo beneficiado de la Región Capital (CCRC).

El estrato "A" tuvo dos (2) submuestras: la primera (A-1) se define como finita, pues la misma estuvo conformada por un número pequeño de miembros del directorio de FENAVI; la segunda submuestra (A-2), también se puede definir como finita, al emplear a dos (2) funcionarios de los dos (2) organismos oficiales: MPPAL y el MPPAT.

El Estrato "B" agrupó a una submuestra finita (B), se constituyó al azar por un número pequeño de dieciocho (18) miembros activos del canal de comercialización de pollo beneficiado de la CCRC, conformado por: el productor o granjero (1er nivel), la planta beneficiadora (2do nivel), el mayorista a gran escala (3er nivel), el mayorista a menor escala (4to nivel), los frigoríficos, carnicerías y abastos (5to nivel), y por último, el consumidor final (6to nivel).

Se diseñaron tres (3) instrumentos de recolección de información, uno para cada objetivo específico (macroambiente, marketing mix y microambiente).

El primer instrumento diseñado es el guión estructurado (A), el cual se complementa con una Matriz FODA y se aplicó a las muestras (A-1) y (A-2), para recolectar datos primarios de los directivos de FENAVI y de los funcionarios de los Ministerios MPPAL y MPPAT en lo que respecta al macroambiente. El segundo instrumento diseñado es el cuestionario (A), el cual calificará las respuestas bajo la Escala de Likert (cinco (5) rangos: completamente de acuerdo; de acuerdo; indiferente; en desacuerdo; y completamente en desacuerdo. Cada rango valorado en la escala 2, 1, 0, -1, -2) aplicó a la muestra (B) para recolectar datos primarios de los miembros del canal de distribución de pollo beneficiado de la CCRC respecto al "marketing mix". El tercer instrumento diseñado es el guión estructurado (B) y fue aplicado a la muestra (A-1) en la obtención de datos primarios de los directivos de FENAVI relacionados al microambiente.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Variables macroambientales del sistema medular del mercado de pollo beneficiado en la Región Capital (RC).

Entorno político: Al interrogar a los entrevistados respecto a las políticas públicas de la cría, beneficio y

comercialización del pollo, los representantes del MPPAL y del MPPAT, coincidieron en que estas se orientan en hacer

llegar a la población el producto (pollo beneficiado) al menor costo posible, adicionalmente, el MPPAT resalta la promoción de la producción nacional. Por su parte para FENAVI, las políticas públicas se inclinan hacia la importación centralizada, el control del precio, el control de la distribución a través de la Superintendencia Nacional de Silos, Almacenes y Depósitos Agrícolas (SADA) y la comercialización subsidiada a través de la red del Estado.

Las importaciones, tal como lo menciona FENAVI, perjudican la producción nacional en contradicción con la política o función del MPPAT, con la Constitución Nacional y con el Proyecto Nacional Simón Bolívar 2007-2013, de promover el desarrollo agroproductivo nacional y la seguridad alimentaria, lo cual trae como consecuencia el estancamiento de la industria avícola nacional y la dependencia a la importación. No obstante, el subsidio a través de la red de distribución del Estado estaría en concordancia con la política de hacer llegar el producto a la población al menor costo posible.

La omisión de respuesta de los entrevistados a la pregunta si alguna(s) política(s) pública(s) no se cumple(n), se puede interpretar de dos maneras: o no se cumplen en su totalidad, o hay contradicciones en su ejecución. La interpretación de este concepto no favorece a ningún organismo y por ende podría ser causal del desentendimiento ético de la respuesta. La realidad es que existen políticas públicas pero no se cumplen de manera uniforme y permanente según el objetivo que persiguen: beneficiar al grueso de la población. En los períodos de escasez del producto, tal cual lo señalan diversas fuentes, quienes tienen los inventarios aprovechan la escasez para subir los precios, por efecto de la oferta y la demanda, bajo esta circunstancia es cuando se hacen públicas y notorias las denuncias al INDEPABIS organismo que actúa como ente fiscalizador en el incumplimiento de la regulación.

Entorno tecnológico: con respecto al nivel tecnológico de producción y distribución del pollo beneficiado, si este es de vanguardia y competitivo o necesita sustitución, los entrevistados concordaron que el sector avícola en su mayoría (80%) no es competitivo, solo el 20% produce con tecnología de punta (ambiente controlado), por lo cual se está en desventaja en comparación con otros países, además del efecto negativo en los niveles de producción y en los niveles de satisfacción de la demanda interna. Revertir este escenario, podría entre otras cosas desencadenar el aumento de la producción nacional entre un 50% y un 75%, en consecuencia es muy probable la disminución de la dependencia de las importaciones. Por otro lado, el desarrollo de la industria avícola nacional y sus pares conexos actuarían juntos para minimizar la fluctuación de los precios y ofrecer la imprescindible inocuidad del producto, todo esto con el fin de garantizar en lo posible: la soberanía alimentaria.

A pesar del nivel tecnológico del sector, cuyo aporte al país en proteína de origen animal es del 60%, es insuficiente la inversión realizada en investigación y desarrollo de nuevas tecnologías, según respuesta de los entrevistados. Si bien es cierto que los recursos en investigación y desarrollo son significativos, es oportuno destacar que no siempre modifican los indicadores que determinan la eficiencia productiva, los beneficios que puede traer, sobresalen más

hoy día cuando se busca mayor producción y mayor rentabilidad a menor costo.

Entorno económico: Al referirnos a la etapa del ciclo económico en la cual se encuentra el mercado de pollo beneficiado, no hubo coincidencia en las respuestas. Para los representantes del MPPAL el mercado de pollo beneficiado se encuentra en una etapa de estabilidad, luego del acelerado incremento del consumo *per cápita* que, entre 1998 y 2010, subió de 28 kg a 39,5 kg provocado por el precio de los productos alternativos (carne de res y de pescado) y por el aumento de la población. Sin embargo, es notoria la insuficiente oferta de pollo beneficiado, incluso en las redes de mercados de alimentos impulsadas por el gobierno nacional (MERCAL y PDVAL) donde se hace cola para adquirir el producto cuando llega.

Para los representantes del MPPAT el ciclo de negocios se encuentra en una etapa de recuperación. Para ello el gobierno nacional ha mantenido políticas económicas como la regulación del precio de venta al consumidor, la exención del impuesto al valor agregado (IVA) sobre la carne de pollo, el financiamiento a productores a tasa preferencial y la creación de redes públicas de mercados de alimentos como MERCAL y PDVAL, para la lucha contra la especulación y el acaparamiento. Empero, para los representantes de FENAVI el mercado del pollo beneficiado se encuentra en un escenario de recesión donde se importa en lugar de fomentar la producción nacional, por ende hay desinversión, y como opción se recurre a la expropiación, en momentos de alta fluctuación en los precios de algunos productos, control de precios, control de cambio, devaluación y pérdida del poder adquisitivo; no obstante pese a las contrariedades, el consumo *per cápita* del pollo beneficiado ha aumentado, no por condiciones económicas normales sino por los altos precios de los productos alternativos y por el incremento de la población como lo señala el representante del MPPAL.

Referente a si se utiliza toda la capacidad instalada de producción y distribución de pollo beneficiado, los entrevistados coinciden en afirmar su respuesta. Pero al consultar sobre si la producción nacional cubre la demanda local, los representantes de los entes consultados lo niegan, con esa postura los organismos públicos justifican de cierta manera las importaciones, y hacen referencia en el déficit y en la especulación. Al comportamiento que ha mantenido FENAVI se le pueden dar diversas lecturas, una es la evasión de su responsabilidad, este actor de la cadena del pollo beneficiado recurre a las importaciones y en el control de precios, muchos creen que FENAVI debería importar en períodos de contingencia, en situaciones de fuerza mayor, y no de manera continua.

Como se evidencia, no hay acuerdo entre el sector público y el sector privado para incrementar la capacidad instalada de producción y distribución nacional, por congruencia debiera ser lo contrario, en principio, para cumplir con la Constitución Nacional y las demás leyes, así como lineamientos, y luego, para beneficiar a la población en general. Los consumidores son los más afectados por contrariedades o desequilibrios en el mercado: fluctuación de precios, déficit de producción e importación.

Entorno cultural: Respecto a la presentación del pollo beneficiado preferida por el consumidor: entero, por pieza,

con hueso o sin hueso, dos de los entrevistados, MPPAL y FENAVI dan respuestas condicionadas indicando lo siguiente: el consumidor prefiere el pollo beneficiado por pieza, muchas veces hasta sin hueso y sin piel (limpio), pero debido al precio, muchas personas optan por comprar el pollo entero y mandarlo a despiezar y quitar la piel. Queda claro que, aunque compren el pollo entero, prefieren el pollo por pieza, tal como otros consumidores de mayores recursos o con alguna dieta específica, quienes pagan un poco más y adquieren directamente la pieza que le simplifique la tarea de preparar el alimento, les ahorre trabajo o les dé mayor tiempo libre, tenga la menor cantidad de grasa posible y les proporcione las proteínas requeridas. Además de estos consumidores, hay quienes sin duda prefieren comprar el pollo entero, como lo indica el MPPAT, bien sea porque son intermediarios o porque sencillamente así lo prefieren.

Relativo al lugar de preferencia de compra, el MPPAL y el MPPAT coinciden en que son aquellos en los cuales el consumidor obtiene el menor precio; a su juicio, los mercados populares. FENAVI, aunque reconoce que el precio es una variable a considerar para la elección del lugar de compra, también manifiesta que se debe tomar en cuenta la atención personalizada, de calidad, requerida por algunos clientes, dada en frigoríficos y carnicerías como intermediarios especializados y no necesariamente donde es más barato; y adicionalmente, el tiempo que se ahorra el consumidor que frecuenta un solo lugar, abasto, supermercado, hipermercado, donde además de pollo, puede comprar todos los víveres que necesita para su nutrición y sustento.

Estas tendencias de los consumidores en la presentación, en los precios, en los hábitos alimenticios y en el lugar de compra, crean una mayor segmentación de clientes en el mercado del pollo beneficiado, generándose oportunidades en la industria avícola nacional que deben ser explotadas y aprovechadas de manera eficiente, tanto por el Estado, como por la empresa privada.

Entorno ambiental:

Según los representantes del MPPAL y MPPAT no hay preocupación medioambiental en los productores y distribuidores de pollo beneficiado. Su opinión se basa en que la empresa privada se preocupa más por la ganancia que por el ambiente, es decir, dejan de lado la contaminación del aire, del agua, del suelo, de la capa de ozono, el manejo de desechos sólidos y líquidos; materias en las cuales, FENAVI asegura que la industria avícola cumple con las regulaciones medioambientales, incluso que por iniciativa propia van un poco más allá de la regulación.

Un punto álgido corresponde a los niveles de contaminación sanitaria. El Estado venezolano, a través del gobierno nacional prevé las estrategias necesarias en cada etapa del proceso productivo mediante el desenvolvimiento de funcionarios del Ministerio del Poder Popular para la Salud (MPPS) y del Instituto Nacional de Sanidad Agrícola Integral (INSAI), ente adscrito al MPPAT, quienes además de contar con planes sanitarios preventivos y correctivos; supervisan y controlan los procesos de crianza, transporte de animales vivos, sacrificio, distribución y venta de animales beneficiados, mediante análisis microbiológicos. Las acciones anteriores son conducentes al otorgamiento de: permisos sanitarios, guías de movilización, certificados de manipulación de alimentos, certificados de salud, y mediante

la fiscalización del cumplimiento de las distintas normas sanitarias en los distintos establecimientos de producción, beneficiario, distribución y venta.

Es importante mencionar que no solo hay dependencia de la importación del producto final (pollo beneficiado), sino también de una de las más importantes materias primas como el maíz. Por lo tanto, son urgentes los acuerdos entre el Estado y todos los productores para trabajar en armonía y en pro de la producción nacional y de la no dependencia, en pro de la inversión y del beneficio colectivo, no solo en el sector avícola sino también en sus ramos conexos: producción de ABA, medicamentos, fabricación de equipos e instalaciones, manejo de desechos, entre otros.

Entorno social: a juicio de los entrevistados, la tendencia demográfica que más estimula el consumo de pollo beneficiado en la Región Capital es el aumento de la población; ninguno se inclina por la edad, el sexo, la raza, la ocupación u otra. Esto se traduce en un mercado meta mayor, la población en general, y no en grupo demográfico específico, lo que significa es el número de consumidores.

Sí es importante resaltar que, la demanda de pollo beneficiado es inversamente proporcional al nivel de ingreso, es decir, quienes tienen menos poder adquisitivo consumen más pollo beneficiado que los de mayores recursos. Esto, porque los de mayor ingreso pueden optar por adquirir productos alternativos más costosos, carne de res, cerdo y de pescado, para variar o balancear mejor su dieta. Por esta misma razón, los entrevistados sostienen que las zonas más populares de la RC son las zonas de mayor demanda de pollo beneficiado, precisamente porque en ellas habitan las personas de menos ingresos y porque son las zonas de mayor densidad de población.

Entorno legal: Al consultar sobre si se rige por la normativa vigente, los entes públicos expresaron que algunas no se cumplen, entretanto, FENAVI responde afirmativamente. Entre las causas por las que no se cumplen algunas normas se encuentran: el déficit de funcionarios o de estructura del Estado para hacerlas cumplir y la carencia de ética de algunos funcionarios que facilitan el incumplimiento de leyes y normas.

Los funcionarios del MPPAL y del MPPAT están claros que las normas vigentes sí incentivan la producción y distribución de pollo beneficiado y que además, garantizan la seguridad y soberanía alimentaria, mientras tanto, FENAVI reitera que las importaciones y la regulación de precios como está planteada, no son un motivador de la producción, y que las leyes por sí solas no son garantía de seguridad y soberanía alimentaria. Estas respuestas de los entrevistados dan cabida a la necesidad imperiosa de trabajar en conjunto, de manera coherente, Estado y gremios, en busca del objetivo común denominado seguridad y soberanía alimentaria.

Variables microambientales del sistema medular del mercado de pollo beneficiado en la Región Capital.

La empresa: Según FENAVI, entre las limitaciones más destacadas de las empresas dedicadas a la comercialización de pollo beneficiado en la Región Capital se encuentran: el control de precios del producto final, de algunas materias primas, las importaciones y el control de cambio. Tales combinaciones se traducen en aumentos de pérdidas, en

detrimento de la producción, favorecidas por retardos en la autorización y entrega oportuna de divisas para la adquisición de tecnología, alimentos, medicinas, entre otros suministros.

Sin embargo, FENAVI admite percibir incentivos, sobre todo en materia fiscal, para las empresas dedicadas a la producción y comercialización de pollo beneficiado, entre ellos: la exoneración de impuesto sobre la renta (ISLR) a la actividad primaria, la exención de impuesto municipal también a la actividad primaria, las rebajas de ISLR por la inversión o adquisición de activos productivos (de capital). Además del financiamiento a la producción a tasa preferencial y la garantía de venta del producto por la demanda que ostenta.

Para FENAVI, Venezuela hoy día cuenta con personal calificado para incrementar y administrar la producción nacional. Esta capacidad proviene de las experiencias adquiridas durante más de 50 años de organización que tiene el sector avícola y al aporte de las universidades en la formación de profesionales a nivel de pregrado y postgrado, en las distintas áreas de producción y gerencia.

En cuanto a la alineación de las empresas de producción y comercialización de pollo beneficiado con los planes y estrategias del gobierno nacional, FENAVI asiente que tienen diferencias con algunas políticas del ejecutivo y con la manera como el Estado ejecuta algunas de ellas, no obstante, están dispuestos a contribuir y a apoyar al gobierno en la aplicación conjunta de planes y estrategias que beneficien a toda la cadena de producción y distribución, y en definitiva, con la seguridad y soberanía alimentaria.

Al consultar a FENAVI sobre las estrategias para disminuir los costos de producción de las empresas del sector, la respuesta inmediata es aumentar la producción. Para ello propone la adquisición de tecnología de punta para bioclimatizar las granjas (controlar el ambiente), lo cual permite mayor densidad de pollos por metro cuadrado, mejores rendimientos en peso, menos tiempo de producción, menos mortalidad, menos enfermedades, mayor calidad e inocuidad del producto, al final, mayor producción y eficiencia (menos costo).

Los proveedores: FENAVI afirma que Los principales proveedores de pollo beneficiado (plantas beneficiadoras) de la Región Capital, se encuentran en Maracay, Los Teques y Valencia. Por otro lado, consideran constante el suministro de pollo beneficiado a la RC aunque la cantidad varía según la temporada y la producción del momento. Debido a la cercanía de los proveedores, por lo general no hay problemas con los despachos, solo en algunas ocasiones hay retardos menores por incidentes en las vías para entrar a Caracas.

Los intermediarios: de conformidad con lo señalado por FENAVI, los niveles de intermediación dependen de la zona donde se encuentre el consumidor final o del lugar de compra preferido por este. En todo caso, los principales son los siguientes: productor (granjero), planta beneficiadora (matadero), supermercado, hipermercado o mayoristas, abastos, bodegas, carnicerías, y restaurantes. Adicional a estos intermediarios y gracias a la observación y a entrevistas informales con miembros del canal, se identificó un nivel más de intermediación ubicado entre el mayorista y los abastos, bodegas, carnicerías y restaurantes; es un tipo de mayorista a

menor escala, quienes compran al mayorista y surten los abastos, bodegas, carnicería y restaurante más distantes o de más difícil acceso.

De los niveles de intermediación se deduce lo siguiente: los productores venden el pollo vivo al matadero, a su vez el matadero le vende pollo beneficiado a quienes compran gran volumen, es decir; mayoristas, supermercados e hipermercados (en este nivel, los consumidores finales que compran pollo beneficiado disminuyen dos o tres niveles de intermediación y por ende, pueden conseguir mejores precios). Luego, los mayoristas venden pollo beneficiado a mayoristas a menor escala, pero también, a bodegas, abastos, carnicerías y restaurantes. Otra variante es que las bodegas, abastos, carnicerías y restaurantes venden pollo beneficiado o preparado según el caso, al consumidor final.

El cliente final puede comprar en el nivel 3, en el nivel 4 o en el nivel 5, dependiendo de lo equidistante de la zona donde se encuentre o de la cercanía a supermercados o hipermercados, abasto o carnicería. A medida que evite un nivel de intermediación, también conseguirá mejor precio, por lo cual las personas que viven más alejadas o difícil el acceso, están en desventaja con respecto al precio.

Para FENAVI todos los niveles de intermediación se justifican, cada uno agrega valor al proceso de llevar el pollo beneficiado al consumidor final. Según su grado de especialización, unos producen, otros transforman, trasladan, aportan rapidez, seguridad y calidad en el suministro. Como se escribió antes, el único con potestad de disminuir niveles es el consumidor final, quien decide donde comprar basado en sus opciones, en sus posibilidades o en su conveniencia.

Sin desmeritar la función de los demás intermediarios, a juicio de FENAVI, el productor y la planta beneficiadora son quienes generan mayor valor agregado al pollo beneficiado. Es razonable porque son quienes arriesgan más dentro del proceso productivo; el primero convierten el pollo recién nacido, en pollo criado y cebado, y el segundo, transforma el pollo cebado en pollo beneficiado listo para transportar solamente. Algunas plantas beneficiadoras también cumplen con una función importante de financiar a productores. Los demás intermediarios se encargan solo de la distribución.

La competencia: para FENAVI está claro que la rivalidad entre quienes ejercen esta actividad se centra en la calidad del producto y en el nivel tecnológico. Precisamente, son estos dos elementos los que más se deben conocer entre los competidores. El forcejeo se basa en el equilibrio de la proporcionalidad correspondiente a la cantidad de agua, grasa, vísceras y demás desperdicios dentro del empaque del producto, en el color, la apariencia, tamaño, sabor y tiempo de conservación, en el rendimiento y en el tamaño individual de cada pieza. Esta claro que el nivel tecnológico influye en cada uno de los aspectos anteriores, así como también, en la genética del animal, el ABA, el tiempo de engorde, la producción por metro cuadrado, el rendimiento en peso, entre otros. En estos términos un competidor puede generar mayor valor y satisfacción a sus clientes y por ende, éxito en el mercado como lo indica Kotler *et al.*, (2004).

Para FENAVI no hay claridad si existe sumisión o dominio de un competidor frente a otro. En cambio, los demás integrantes de la cadena reconocen que el matadero tiene cierto dominio frente a los productores que financia y

frente a algunos de sus clientes, por cuanto estos tienen que someterse a sus condiciones de precios, de calidad y de despacho para acceder a su financiamiento o para negociar el producto. Esta posición de dominio está dada por la existencia de pocas plantas beneficiadoras que tienen el producto y porque además el producto es escaso frente a la demanda que tiene.

Los clientes: las personas o entidades que habitualmente compran pollo beneficiado dependen del nivel de intermediación al cual se refiera. Para el productor, sus clientes son los mataderos; para el matadero, sus clientes son los mayoristas y los supermercados, incluso el gobierno, quien compra para comercializar en su red de distribución (MERCAL y PDVAL); para los mayoristas, sus clientes son las bodegas, abastos, carnicerías y restaurantes; y para las bodegas, abastos, carnicerías y restaurantes sus clientes son quienes compran al detal para su consumo.

La segmentación de los clientes del mercado de pollo en la Región Capital también depende del nivel de intermediación. Los mayoristas los distribuyen primero por zona y luego por volumen, de esta manera asignan los vendedores y otorgan descuentos a los compradores. Mientras tanto, quienes venden al detal, clasifican a sus clientes por el tipo de presentación de la preferencia del consumidor, es decir, entre las personas que compran pollo entero y entre quienes compran por pieza (muslo, pechuga, filete), siendo esta segmentación más útil para el aprovisionamiento del producto que para la fijación de precios especiales o descuentos.

Motivado a la insuficiencia en la producción del pollo beneficiado para cubrir la demanda del producto, los clientes siempre buscan una relación estrecha o de fidelidad hacia el proveedor a fin de garantizar de cierta manera el suministro de pollo en los períodos de escasez, aunque sea en menor cantidad que en períodos normales.

CONCLUSIONES

Un alto porcentaje de empresas del sector avícola nacional no cuenta con la tecnología necesaria para el desarrollo eficiente de su actividad, lo cual influye en los bajos niveles de producción y por ende en la satisfacción de la demanda.

El consumidor final prefiere comprar el pollo por pieza, debido a menores contenidos de grasa y desperdicios. De igual modo, prefiere comprar el pollo beneficiado en lugares donde se sienta atendido, y ahorre tiempo consiguiendo, además del pollo, diversidad de víveres en un solo lugar.

Las empresas del sector avícola muestran poca preocupación ambiental por su actividad. Por su parte, el Estado norma y supervisa la sanidad de los animales en sus distintos procesos productivos. La elaboración de alimentos concentrados limita la producción de pollo.

La seguridad y soberanía alimentaria tienen rango constitucional, no obstante la omisión y el cumplimiento de las normativas influyen en el proceso.

El sistema medular del mercado de pollo beneficiado en la Región Capital, tiene como principales limitaciones para la producción y comercialización de pollo beneficiado, la regulación del precio del producto final. Las importaciones y el control de cambio van en detrimento de la producción nacional. A su favor los incentivos fiscales y financieros favorecen el incremento de la oferta.

La intermediación incide en el precio, el consumidor tiene la potestad de disminuir instancia para ahorrarse dinero. Los intermediarios que agregan mayor valor son el productor y la planta beneficiadora.

La competencia entre las empresas de la industria avícola se centra en la calidad del producto y en el nivel tecnológico, más que en el precio. Existe una posición de dominio de las plantas beneficiadoras frente a los productores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Seguridad y Soberanía Agroalimentaria (2009). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6.701 de fecha 12 de Mayo de 2009.

Federación Nacional de Avicultura de Venezuela. (2010). <http://www.fenavi.com>

Instituto Nacional de Estadística (2010). Venezuela. <http://www.ine.gov.ve>

Kotler, P. (2004). Marketing. Edit. Prentice Hall, 10ma ed.

Kotler, P; Armstrong, G; (2008). La Mercadotecnia. México. Edit. Prentice Hall.

Ministerio del Poder Popular para la Agricultura y Tierras - Ministerio del Poder Popular para la Alimentación. (2008). Resolución, Precio Máximo de Venta al Público del Pollo Beneficiado. Gaceta Oficial 38.921.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) (2001). *Los alimentos: derecho humano fundamental*. www.fao.org/FOCUS/s/rightfood/right1.htm. Consultada el 30 de Junio de 2011.

Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela (2007). Proyecto Nacional Simón Bolívar. Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013.

Schnarch, A. (2005). Desarrollo de Nuevos Productos. Edit. McGraw-Hill Iberoamericana.