

ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACION EN LA PLAZA PECUARIA DEL MUNICIPIO DE DR. MORA, GUANAJUATO.

Arturo García Fraustro ^a

José Luis Dávalos Flores ^b

RESUMEN

Se analiza el mercadeo en una plaza pecuaria en el municipio de Dr. Mora., Guanajuato; los objetivos fueron: determinar las especies animales comercializadas en dicha plaza. Identificar épocas, rutas y flujos de los animales comercializados. Así como caracterizar el tipo de personas que asisten a comercializar animales. Se procedió a revisar y analizar 2,221 guías sanitarias expedidas durante 12 meses por la unión ganadera local del municipio de Dr. Mora en el estado de Guanajuato. Se efectuaron 48 entrevistas abiertas con vendedores y compradores que acuden a la plaza, 2 entrevistas con funcionarios oficiales y se hicieron recorridos de campo durante los días de venta. Se obtuvieron los siguientes resultados. Especies mayores: 6,569 bovinos; 2,152 asnos; 329 caballos; especies menores; 13,310 ovinos; 12,094 caprinos; 582 cerdos y 28,403 aves. Se observó que la procedencia de los animales comercializados fue el propio municipio de Dr. Mora y algunos aledaños; mientras que los destinos se centraron hacia los estados de Querétaro, México, Aguascalientes y Distrito Federal. El principal motivo de movilización de estas especies fue para el abasto de carne de la región centro del país. En cuanto al mercado de compradores, participaron 275 personas (30% de las cuales comercializaron más de una especie) apreciándose que el 8% de los compradores acapararon el 64% de la oferta de especies mayores, y el 29% de compradores de especies menores acaparó el 81% de este mercado. Se pudo apreciar que la mayoría de los vendedores que asisten a la plaza son agricultores-acopiadores en pequeña escala que hacen de esta una actividad complementaria. No así los compradores, quienes son acopiadores de oficio que surten a los centros urbanos. Se concluye que si bien la plaza pecuaria es una alternativa de comercialización, los productores primarios acuden poco a la misma para ofertar su producto, observándose además una marcada participación de intermediarios y poca diferencia con los canales tradicionales de comercialización.

Téc. Pec. Méx. Vol. 28 No. 3 (1990)

INTRODUCCION

El proceso de comercialización de los productos agropecuarios constituye un componente fundamental dentro del ámbito productivo del sector pri-

mario, puesto que es la fase mediante la cual se pone en contacto al producto generado con el consumidor final^{1,10}.

Por otra parte, se ha señalado la repercusión de la comercialización sobre la estructura productiva del sector, puesto que los componentes socioeconómico (productor) y técnico-productivo (aspecto tecnológico), están íntimamente relacionados con la comercialización de los productos agrícolas y pecuarios¹¹.

^a Red de Socioeconomía. Centro Nacional de Investigaciones Disciplinarias en Microbiología. INIFAP-SARH, Km. 15.5 Carretera México-Toluca. Palo Alto, D.F. 05110
^b Patronato de Apoyo a la Investigación y Experimentación Pecuaria en México, A.C., Km. 15.5 Carretera México Toluca. Palo Alto, D.F. 05110.

lisis de los sistemas comerciales con la observación general de que muchos de éstos están integrados por numerosas cadenas de intermediarios, quienes especulan con el producto⁶.

En la comercialización del ganado bovino en trópico se han reportado cadenas en las que intervienen hasta 3 intermediarios, con un margen de comercialización sobre el precio final de venta en pie del 76.01% para el producto y 23.99% para los intermediarios, proceso en el que se ha descrito la obsolescencia de algunas prácticas del sistema comercial, tales como la fijación de precio de venta a bulto, así como el desconocimiento de alternativas de mercado para los productores^{3,4}.

Sin embargo, poco se ha podido lograr en la implementación de cambios profundos en los sistemas tradicionales de comercialización, así como en la búsqueda de canales alternativos que logren abatir los vicios estructurales que adolece el actual sistema comercial agropecuario.

El sector técnico de asesoría al productor inclusive ha incurrido de manera muy limitada en la cuestión de orientación sobre mercadeo a los ganaderos; se ha señalado en un estudio de encuestas que sólo el 0.6% de los productores reciben asesoría sobre localización de mercados, 1.0% sobre canales de comercialización, 2.6% sobre formas de venta y 0.3% sobre precios y épocas de venta⁶.

Con tales antecedentes se despertó la inquietud de analizar otros sistemas comerciales que se implementan en el país, para -en su caso- ofrecerse como alternativas viables a la solución de la problemática comercial del subsector pecuario en particular. Esto llevó a enfocar el tema de estudio en las plazas o tianguis pecuarios.

Antecedentes Históricos de las Plazas Pecuarias.

La historia de las plazas o tianguis, se remonta a la época medieval, en el continente europeo, donde los comerciantes se agrupaban en gremios y viajaban de ciudad en ciudad para ofertar muy diversos productos en las ferias destinadas para este fin, alcanzando importancia por su magnitud y por la movillización de mercancías, las ferias de Champagne, Brujas, Lumonges, Ginebra y Colonia. Al no consolidarse entonces la moneda como un medio de intercambio comercial, el ganado fue un cómodo patrón de valor entre comerciantes, cazadores y pastores⁵.

Luego surgió la etapa de los mercados locales y temporales que estimularon la especialización económica, siendo esta modalidad practicada en ciertos días de la semana y durante determinadas fechas del año, los cuales asumieron conotación de ferias comerciales en las cuales se podían adquirir diversas mercancías.

Asimismo, en la América precolumbina⁵ también existieron los mercados, en los cuales se ejercía una enorme actividad comercial y en donde se concentraban comerciantes especializados en la actividad de canje o trueque.

En el período virreinal⁵ se fijó una periodicidad semanal a los tianguis y se introdujo de forma paulatina la moneda metálica, lo que dió origen a las plazas o tianguis que se conciben en la actualidad.

OBJETIVO

Conocer de manera global la dinámica del sistema de comercialización de la plaza pecuaria del municipio de Dr. Mora, Guanajuato. Identificar épocas,

rutas y flujos de los animales comercializados; así como caracterizar los agentes comerciales que intervienen en el proceso *.

METODOLOGIA

El estudio se llevó a cabo en la plaza pecuaria del municipio de Dr. Mora, Gto., el cual está localizado en las coordenadas 21°9' de latitud norte y 100°20' de longitud oeste, a una altura sobre el nivel del mar de 2,125 m, posee un clima semiseco templado (BS1 kw) con lluvias en verano, temperatura media anual máxima de 24.9 C y mínima de 8.9 C, precipitación pluvial total de 385.2 mm⁹.

El uso agrícola del suelo en este municipio comprende 27,507.4 ha de las cuales 46.8% están dedicadas a labores de cultivo y 49.9% están ocupadas con pastos naturales en cerros y llanuras; en el restante 3.3% de la superficie no se desarrollan actividades agrícolas o ganaderas². El tipo de tenencia predominante en el municipio es la propiedad privada con el 96.3% de la superficie, el 3.7% restante corresponde al tipo ejidal².

Los sistemas de producción pecuarios predominantes en la región según la observación de los autores en los recorridos de campo incluyen la ganadería de traspatio, algunos corrales de engorda y explotaciones de ganadería de lidia.

La actividad comercial se realiza el día martes de cada semana y para lo cual se describen a continuación las

* Para objeto del trabajo, se entiende como plaza pecuaria el lugar o sitio específico en el que se lleva a cabo la relación vendedor-comprador, de manera informal en un día determinado de la semana, con exhibición de los animales a comercializar.

** Razas criollas de gallina doméstica y pavo en cantidades mínimas

etapas para su análisis:

A) Acopio. De la Asociación Ganadera Local (AGL) se obtuvieron las guías sanitarias de animales expedidas de enero a diciembre de 1983, (año al que se logró tener acceso) bajo la división de especies mayores (bovinos, asnos y caballos) y menores (ovinos, caprinos, porcinos y aves** movilizados en la plaza en estudio.

B) Sistematización. a) Se diseñó un formato para la captura de la información escrita en las guías sanitarias, el cual concentró lo referente a: fecha de solicitud, especie comercializada, categoría, cantidad, procedencia, destino, motivo de la movilización así como el destinatario de los animales.

Para detectar en qué época del año se moviliza más ganado se realizó una prueba de análisis de varianza en el cual se estudiaron tres períodos (se dividió el año de referencia en tres cuatrimestres considerados independientes uno de otro debido a la estacionalidad de las lluvias entre mayo y agosto; por lo que el efecto de movilización de animales en cada mes está anidado en su cuatrimestre correspondiente; la prueba de hipótesis efectuada trató de comprobar la diferencia de movilización en alguno de los cuatrimestres).

b) Entrevistas. Dirigida a 48 personas relacionadas con la compra-venta de animales y a 2 funcionarios en la plaza. Su contenido incluyó: identificación, actividad económica, cantidad y categoría de las especies pecuarias, precios y su forma de fijación, tiempo de asistir a la plaza, procedencia y destino de los animales.

Las entrevistas dirigidas se analizaron agrupando a los compradores y vendedores por especie pecuaria para hacer un análisis descriptivo general⁷.

RESULTADOS Y DISCUSION

a) Análisis de Guías Sanitarias

De la revisión de un total de 2,221 guías sanitarias, se encontró que 1,436 (64.6%) animales correspondieron a especies mayores y 785 (35.4%) a especies menores. Estas guías avalaron la movilización de 6,569 bovinos; 2,152 asnos; 329 equinos; 13,310 ovinos; 12,094 caprinos; 582 porcinos y 28,403 aves; especies pecuarias que se comercializan con mayor frecuencia en la plaza estudiada (Cuadro 1).

A.1 Especies mayores

Bovinos. - Se comercializaron un total de 6,569 bovinos, de los cuales 60.5% (3,978) fueron machos y 39.5% (2,591) fueron hembras.

Con respecto a la procedencia se observó que el principal origen de los animales fue el mismo municipio de Dr. Mora, del cual partieron el 49.6% de los bovinos, siguiendo en importancia el municipio de Victoria con una aportación del 25.2%, Xichu con el 8.3% y Tierra Blanca con el 8.1%; el resto de los animales 9.4% fueron de municipios cercanos a la plaza. La totalidad de los bovinos fueron del propio estado de Guanajuato (Cuadro 2).

Los destinos fueron más variados y lejanos: Querétaro recibió el 29.2%; Ixtlahuaca, Méx. al 28.6%; Coacalco, Méx. 8.9%; Tlalnepantla, Méx. 7.6%; Fresnillo, Zac. 6.0%; Cortazar, Gto. 4.7%; y el resto (15%) fueron transportados hacia diversos sitios de los estados de Guanajuato, México y Michoacán (Cuadro 3), estas cifras muestran que la movilización de los bovinos fluye exclusivamente hacia la región central de la República y abarca sólo una parte de los Estados que la conforman, además se observa que

la mayoría de los destinos son grandes centros urbanos que demandan el producto.

Al analizar el motivo por el cual fueron comercializados estos bovinos, se observó que una gran mayoría fueron desplazados para sacrificarse, ya que el 96.8% (6,362) se destinaron para el rastro, menores porcentajes se movilizaron con propósitos diferentes tales como trabajo 1.7% (110), lidia 1.3% (87) y otros 0.2% (10). Lo que confirma que existe una gran movilización de reses para el abasto de carne hacia las zonas urbanas.

El 66.3% de los animales fueron comprados por solo 15 personas, observándose en la reventa la participación de 191 comerciantes como destinatarios, esto marca una forma de acaparamiento y desbalanceo en la distribución del producto, en que pocas manos se apoderan del mayor número de bovinos.

Con el modelo de análisis de varianza se logró determinar una menor movilización comercial ($P < .05$) de esta especie durante los meses de mayo a agosto (Cuadro 4), época en la que por efecto de la estacionalidad de las lluvias existen mejores posibilidades de lograr una mejor alimentación del ganado; por lo que los productores prefieren retenerlo a fin de obtener un precio de venta más conveniente al término de esta época.

Asnos. - Se comercializó un total de 2,152 asnos, de los cuales 93.1% (2,004) fueron machos y 6.9% (148) hembras. Cabe señalar que esta especie representó el segundo en importancia de movilización dentro de las especies mayores.

Como procedencia principal se detectó al municipio de Dr. Mora, con una aportación del 82.6% seguido por los municipios de San Luis de la Paz

CUADRO 1. GUIAS SANITARIAS EXPEDIDAS Y NUMERO DE ANIMALES MOVILIZADOS DURANTE 1983 EN LA PLAZA PECUARIA DE DR. MORA, GTO.

No. DE GUIAS EXPEDIDAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
ESPECIES MAYORES	121	133	119	105	105	87	73	111	144	137	165	136	1,436
ESPECIES MENORES	40	62	64	61	69	52	69	91	75	60	80	62	785
TOTAL	161	195	183	161	174	139	142	202	219	197	245	298	2,221
ANIMALES MOVILIZADOS													
Bovinos	916	584	547	499	399	348	297	518	644	567	710	540	6,569
Asnos	129	76	54	25	110	129	122	254	223	376	330	324	2,152
Equinos	21	21	16	10	19	18	9	27	26	55	42	65	329
	1,066	681	617	534	528	495	428	799	893	998	1,082	929	9,050
Ovinos	564	924	1,317	1,211	1,099	969	1,079	1,303	1,244	1,065	1,502	1,033	13,310
Caprinos	477	753	907	983	1,030	926	1,105	1,213	1,227	1,093	1,233	1,147	12,094
Cerdos	71	72	57	46	70	51	33	89	24	20	23	26	582
Aves	3,000	2,500	1,500	1,800	1,800	1,400	2,000	2,603	2,300	4,000	3,500	2,000	28,403
	4,112	4,249	3,781	4,040	3,999	3,346	4,217	5,208	4,795	6,178	6,258	4,206	54,389

FUENTE: Asociación Ganadera Local del Municipio de Dr. Mora, Gto.

y Victoria con 6.2% cada uno de ellos; el resto de los animales (5%) tuvieron su origen en municipios cercanos a la plaza (Cuadro 2). Por otro lado, el destino principal fue el estado de Aguascalientes el cual absorbió el 99.1% de los asnos movilizados y el 0.9% restante se dirigió hacia el Estado de México, Zacatecas, Hidalgo y Michoacán (Cuadro 3).

Asimismo, se observó que el principal motivo de movilización de los asnos fue para sacrificio 99% y un mínimo porcentaje con fines de trabajo para desarrollar actividades del campo.

Con esta especie participaron 14 compradores, de los cuales uno adquirió el 73.2% de los asnos ofertados en la plaza y cuyo destino fue un frigorífico en la Cd. de Aguascalientes, el cual acopia mucho ganado asnal y caballar de la región; razón que explica el flujo tan marcado de este tipo de especie desde la plaza en estudio hasta la ciudad citada.

Con referencia a la época de mayor comercialización de asnos en la plaza, se encontró que fue significativamente mayor ($P < .05$) durante los meses de septiembre a diciembre del año analizado (Cuadro 4); es decir, que las ventas de asnos se incrementaron durante el fin de año, sin encontrarse una razón aparente de este comportamiento comercial.

Caballos.- Por su parte, el ganado caballar fue el que tuvo menor grado de movilización dentro de las especies mayores, ya que solamente se comercializaron 329 animales, siendo el 90% de estos machos y el 10% restante hembras.

El principal sitio de procedencia de los equinos fue el mismo municipio de Dr. Mora, con el 72.6% seguido en importancia el municipio de Victoria

con el 15.2%, San Luis de la Paz con el 5.2%, San José Iturbide con 3.7% y otros municipios el 3.3% (Cuadro 2). En cuanto al destino se observó una tendencia similar al ganado asnal, puesto que el 83.0% de los equinos tuvieron como destino final la Cd. de Aguascalientes, en menor medida Ixtlahuaca con el 7.6% y Querétaro el 2.1% (Cuadro 3), el motivo de movilización fue el sacrificio con un 95.7% de los caballos comercializados; sin embargo, en esta especie se observó una ligera participación con fines de trabajo y repasto puesto que el 4.3% restante se movilizó hacia municipios como Victoria, Tlalpujahua y Querétaro.

La compra de ganado caballar presentó una mayor participación de compradores en relación al asnal, ya que intervinieron 33 personas para adquirir estos animales en la plaza pecuaria; no obstante esta tendencia, nuevamente se observó un desbalance en su adquisición ya que un comprador concentró el 72.3% de los equinos ofertados. El frigorífico de Aguascalientes participó con la compra del 50.7% de la totalidad de los caballos comercializados.

La movilización caballar durante el año conservó una situación similar con los asnos, ya que en esta especie también fue significativamente mayor ($P < .05$) la comercialización durante los cuatro últimos meses del año (Cuadro 4).

A.2 Especies menores

Ovinos.- Durante el período en estudio se comercializaron 13,310 ovinos, la principal procedencia fue Dr. Mora, Gto. al aportar el 45.4% de estos; seguido en importancia por el municipio de Victoria con el 21.3% y San Luis de la Paz con el 15.7% (Cuadro 2); mientras que los destinos a los que se

dirigió fueron: Tenango del Valle 57.0%; Naucalpan 12.5% y Tlalnepantla 6.2% principalmente (Cuadro 3). Resulta interesante señalar que el mayor flujo de ovinos sucedió hacia el Estado de México, el cual por sus importantes asentamientos urbanos absorbió un total de 12,142 animales, lo cual significó el 91.2%.

Con referencia al motivo de movilización, se observó una marcada tendencia hacia el abasto con 13,231 ovinos comprados (99.4%); el restante 0.6% con fines de repasto hacia Jilotepec, México y el Estado de Querétaro durante los meses de enero y noviembre, época en la que en forma natural viene la aparición de celo; esto explica la movilización comercial con fines diferentes al abasto.

Los compradores fueron 77 personas, de las cuales 12 se encargaron de movilizar al 78.2% de los ovinos; no se encontró evidencia estadística significativa ($P < .05$) de alguna época del año con mayor dinamismo comercial en esta especie (Cuadro 4).

Caprinos.- Se comercializaron un total de 12094 caprinos, cuya principal procedencia fue el municipio de Dr. Mora 38.4%, seguido del de Victoria 21.9% y San Luis de la Paz 18.0% (Cuadro 2); mientras que el principal destino, al igual que en los ovinos fue Tenango del Valle, el cual recibió el 62.6% de los caprinos vendidos; el segundo en importancia fue el municipio de Naucalpan con el 15.0%, el restante 22.4% se dirigió a otros destinos de menor importancia (Cuadro 3).

Como se observa, existió un flujo marcado de caprinos hacia el Estado de México (situación similar a los ovinos), con un total de 10,582 caprinos comercializados hacia ese Estado, y que correspondió al 87.4% del total.

Al revisar el motivo de movilización de los caprinos, se observó que la

totalidad de éstos tuvieron como fin el abasto de carne en los centros urbanos mencionados anteriormente, ya que el 100% fueron sacrificados. Asimismo, intervinieron 64 compradores para su comercialización, de los cuales el 12.5% distribuyó el 68.3% de los animales.

En cuanto a la época de movilización de esta especie, se detectó una disminución significativa ($P < .05$) durante los cuatro primeros meses del año revisado (Cuadro 4), lo cual indica que al coincidir las pariciones con el invierno, los productores prefieren sostener la cría de animales para venderlos en las épocas más avanzadas del año.

Cerdos.- Esta especie presentó menor movilidad comercial con únicamente 582 cerdos durante 1983; las principales procedencias fueron el propio municipio de Dr. Mora, cuya aportación fue el 88.3% de los animales; luego siguió el de San Luis de la Paz con el 8.4% (Cuadro 2). En cambio los destinos fueron Querétaro con el 29.4%, San Luis de la Paz 25.2%, San Luis Potosí el 24.2%, San José Iturbide 7.2%, Dolores 5.8% y el restante 8.2% de diversas localidades de la zona (Cuadro 3).

Como se observa en ese mismo cuadro, el municipio de San Luis de la Paz aparece como el segundo en importancia al recibir el 25.2% de los cerdos comercializados, así como San José Iturbide con el 7.2%, lo cual indica que alrededor de una tercera parte de estos, encuentran su movilidad comercial dentro de la misma zona de estudio.

La totalidad de los cerdos se comercializaron con fines de sacrificio para el abasto, y en esta tarea participaron 24 compradores de los cuales 9 (37.5%) concentraron cerca de la

totalidad de los animales (91.4%), además de observó una disminución significativa ($P < .05$) de la venta de estos de septiembre a diciembre del año estudiado (Cuadro 4).

Aves. - En cuando a número de animales comercializados, la especie avícola fue la que alcanzó mayor volumen de ventas con respecto al resto de las especies mayores y menores; sin embargo, es comprensible desde el punto de vista del tamaño y la infraestructura necesaria para la crianza de esta especie; se movilizaron un total de 28,403 aves, cuya procedencia fue exclusiva del municipio de Dr. Mora (Cuadro 2); mientras que el destino final de mayor importancia fue el Distrito Federal 79.6% y el Estado de México 19.4% (Cuadro 3).

Al igual que el resto de las especies menores, las aves también fueron vendidas en su totalidad para cubrir el abasto de carne en las zonas urbanas; hecho que resulta congruente con el propósito zootécnico de este tipo de animales.

Destacó el escaso número de compradores, ya que solo intervinieron 4 personas, de las cuales una sola se encargó de acopiar y distribuir el 90.1% de las aves.

Con referencia a la época de mayor movilidad comercial en esta especie, no se encontró evidencia significativa ($P < .05$) de la existencia de una temporada de mayor comercialización en el año analizado (Cuadro 4).

B) Entrevistas Abiertas a Personas Relacionadas en Forma Directa con la Compra-Venta Pecuaria.

Se entrevistó a un total de 50 personas, de las cuales 48 fueron compradores y vendedores en la plaza pecuaria y 2 funcionarios presentes en la misma: el inspector fiscal gana-

dero de la SARH y el inspector del Fideicomiso Campaña Nacional Contra la Garrapata.

El mayor número de entrevistas abiertas a oferentes (vendedores) y demandantes (compradores) de animales lo constituyó el de bovino y caprinos, por ser los más numerosos en la plaza en estudio (Cuadro 5).

De manera general se puede señalar que la mayoría de los entrevistados proporcionó la información solicitada; sólo se manifestó renuencia a proporcionar datos sobre los precios de adquisición de los animales.

Respecto a la antigüedad de la plaza pecuaria, no se tuvo acceso a un archivo histórico sobre la misma, pero a decir de los entrevistados de mayor edad, la información hace suponer que la plaza tenga una antigüedad superior a los 20 años.

Por otro lado, se apreció que los entrevistados que asisten a la plaza a vender animales son originarios de la región. No así los compradores, que provienen de diversas regiones, básicamente de la mesa central del Valle de México, los cuales tienen la facilidad de obtener en un sólo lugar los semovientes que requieren.

Se puede afirmar que los oferentes de animales en la plaza son en su mayoría pequeños acopiadores locales con otras actividades económicas colaterales, muy pocos son productores directamente. Su nivel económico es modesto. En cambio, los compradores demandantes de animales son acopiadores e introductores de otras regiones, con amplia capacidad económica.

En cuanto al procedimiento oficial para tener derecho a vender en la plaza se observó lo siguiente: el vendedor recibe un pase del delegado de su población; en caso de ser procedentes de otros municipios se les exi-

CUADRO 2. PROCEDENCIA DE LOS ANIMALES COMERCIALIZADOS DURANTE ENERO A DICIEMBRE DE 1983 EN LA PLAZA PECUARIA DEL MUNICIPIO DE DR. MORA, GTO.

PROCEDENCIA/ESPECIE	BOVINOS		ASNOS		CABALLOS		OVINOS		CAPRINOS		CERDOS		AVES	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Dr. Mora, Gto.	3,258	49.6	1,777	82.6	239	72.6	6,049	45.4	4,650	38.4	514	88.3	28,403	100
San José Iturbide, Gto.	382	5.8			12	3.7	780	5.9	715	5.9				
San Luis de la Paz, Gto.			134	6.2	17	5.2	2,092	15.7	2,128	18.0	49	8.4		
Tierra Blanca, Gto.	535	8.1	64	3.0			607	4.6	721	6.0				
Victoria, Gto.	1,654	25.2	133	6.2	50	15.2	2,841	21.3	2,644	21.9				
Xichu, Gto.	544	8.3							638	5.3				
Otros	196	3.0	44	2.0	11	3.3	941	7.1	598	4.5	19	3.3		
TOTAL	6,569	100	2,152	100	329	100	13,310	100	12,094	100	582	100	28,403	100

CUADRO 3. DESTINO DE LOS ANIMALES COMERCIALIZADOS DURANTE ENERO A DICIEMBRE DE 1983 EN LA PLAZA PECUARIA DEL MUNICIPIO DE DR. MORA, GTO.

	BOVINOS		ASNOS		CABALLOS		OVINOS		CAPRINOS		CERDOS		AVES	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Aguascalientes, Ags.			2,133	99.1	273	83.0								
Azcapotzalco, D.F.							301	2.3	306	2.5				
Campestre Guadalupeana, Mex.							447	3.3						
Celaya, Gto.									287	2.4				
Cerro Gordo, Mex.							603	4.5						
Coacalco, Mex.	583	8.9												
Cortazar, Gto.	308	4.7												
Distrito Federal					4	1.2							22,600	79.6
Dolores, Hgo.											34	5.8		
Edo. de México ¹													5,500	19.4
Fresnillo, Zac.	393	6.0												
Ixtlahuaca, Mex.	1,878	28.6			25	7.6	294	2.2	273	2.2				
Naucalpan, Mex.							1,660	12.5	1,818	15.0				
Querétaro, Qro.	1,917	29.2			7	2.1			412	3.4	171	29.4		
San José Iturbide, Gto.	185	2.9									42	7.2		
San Luis de la Paz, Gto.	127	1.9									147	25.2		
San Luis Potosí, S.L.P.											141	24.2		
Tlalnepantla, Mex.	501	7.6					826	6.2						
Tlalpujahuac, Mich.					5	1.5								
Tenango del Valle, Mex.							7,581	56.9	7,568	62.6				
Toluca, Mex.									394	3.3				
Victoria, Gto.					6	1.8								
Otros	677	10.2	19	0.9	9	2.8	1,598	12.1	1,036	8.6	47	8.2	303	1.0
TOTAL	6,569	100	2,152	100	329	100	13,310	100	12,094	100	582	100	28,403	100

1.- Guías sin especificación del municipio o ciudad del Estado.

CUADRO 4. MOVILIZACION POR CUATRIMESTRES DE LAS ESPECIES COMERCIALIZADAS EN LA PLAZA PECUARIA DEL MUNICIPIO DE DR. MORA, GTO. DURANTE 1983.

	ENE-ABR	MAY-AGO	SEP-DIC	TOTAL
BOVINOS	916 a	399 b	644 a	
	584 a	348 b	567 a	
	547 a	297 b	710 a	
	499 a	518 b	540 a	
TOTAL	2,546	1,562	2,461	6,569
ASNOS	129 a	110 a	233 b	
	76 a	129 a	376 b	
	54 a	122 a	330 b	
	25 a	254 a	324 b	
TOTAL	284	615	1,253	2,152
CABALLOS	21 a	19 a	26 b	
	21 a	18 a	55 b	
	16 a	9 a	42 b	
	10 a	27 a	65 b	
TOTAL	68	73	188	329
OVINOS	564 a	1,099 a	1,244 a	
	924 a	969 a	1,065 a	
	1,317 a	1,079 a	1,502 a	
	1,211 a	1,303 a	1,033 a	
TOTAL	4,016	4,450	4,844	13,310
CAPRINOS	477 b	1,030 a	1,227 a	
	753 b	926 a	1,093 a	
	907 b	1,105 a	1,233 a	
	983 b	1,213 a	1,147 a	
TOTAL	3,120	4,274	4,700	12,094
CERDOS	71 a	70 a	24 b	
	72 a	51 a	20 b	
	57 a	33 a	23 b	
	46 a	89 a	26 b	
TOTAL	246	243	93	582
AVES	3,000 a	1,800 a	2,300 a	
	2,500 a	1,400 a	4,000 a	
	1,500 a	2,000 a	3,500 a	
	1,800 a	2,603 a	2,000 a	
TOTAL	8,800	7,803	11,800	28,403

a,b Literales diferentes entre cuatrimestres, indican diferencia estadística significativa de movilización de animales (P < .05)

CUADRO 5. ENTREVISTAS ABIERTAS A PERSONAS RELACIONADAS CON LA COMPRA-VENTA PECUARIA EN LA PLAZA DE DR. MORA, GTO.

ESPECIE	No. DE ENTREVISTADOS
Ovinos y Caprinos	22
Bovinos	13
Cerdos	8
Equinos	3
Aves	2
TOTAL	48

ge la guía sanitaria y la guía de tránsito, así como factura y recibo del pago de impuestos y un pase del baño garrapaticida de los animales. Dicha documentación debe ser revisada por el fiscal ganadero de la SARH, así como en las oficinas de la Asociación General Local al momento de documentar los animales.

Respecto al manejo de los animales en la plaza pecuaria, se puede señalar que en el aspecto sanitario, solo se puso énfasis en el baño garrapaticida. La mano de obra que ocupan los vendedores es básicamente familiar, al igual que la de los compradores aunque éstos ya emplean de manera más frecuente personal asalariado.

B.1 Bovinos

Se entrevistaron a pequeños acopiadores locales, productores y compradores. En el primer caso, señalaron que la oportunidad de hacer negocio se obtiene al momento de la compra durante el acopio, más que en la venta de los mismos en la plaza. Manifestaron que acceden a la plaza pecuaria dado que el círculo comercial en los rastros es demasiado cerrado y no permite la introducción directa. Por

otro lado, algunos acopiadores señalaron que previo a su acceso a la plaza, engordan a los animales acopiados para optar por mejores precios.

El 100% de los vendedores entrevistados manifestó vender sus animales a bulto. Los autores pudieron comparar que al vender así, las fluctuaciones en el precio por kilo vendido oscilan hasta en un 60%; los productores que asistieron a la plaza fueron los que ofrecieron su(s) animal(es) al menor precio por kilo en pie, principalmente animales de trabajo.

En cuanto a los compradores demandantes de bovinos en la plaza pecuaria, se halló que la mayoría eran comerciantes que hacen de ésta su principal actividad económica. Sólo se entrevistó a un productor que acudió a la plaza a comprar un animal de trabajo. Entre estos se observó un común denominador de arraigo y orgullo por dicha actividad. Los destinos del ganado que mencionaron fueron los rastros de Querétaro y Edo. de México; un entrevistado comentó vender a San Luis Potosí donde se exportan animales para rodeos en los Estados Unidos de América.

Entre los aspectos que consideran

para la compra se encuentran el estado de carnes del animal, el precio y la región de origen; (ya que -a decir de los entrevistados- hay zonas que producen ganado de carne blanda y blanca y otras que lo producen de carne oscura y dura).

B.2 Ovinos

La mayoría de los oferentes de ovinos y caprinos a la plaza son revendedores que se pueden ubicar en dos estratos: a) los pequeños agricultores o artesanos, que hacen del acopio una actividad económica complementaria, al comprar animales en la misma región, o inclusive en la misma plaza, para mantenerlos y engordarlos una semana para su venta ahí mismo; b) los medianos, que ya cuentan con un vehículo; provienen de la misma región o de otras cercanas, y también hacen de ésta una actividad económica complementaria.

La gran mayoría venden sus animales a bulto en la plaza y fijan el precio de venta por la conformación de los mismos; aducen temor a las posibles trampas de las básculas portátiles que llevan algunos compradores, además que ya tienen la tradición de vender así. De igual manera se pudo apreciar que varios de los oferentes son nuevos en esta actividad.

En cuanto a los compradores demandantes de ovinos y caprinos en la plaza, se observó que la mayoría son comerciantes de oficio en esta actividad; algunos de ellos son inclusive introductores directos a rastros; otros son comerciantes de barbacoa que además de autoproverseer, venden el excedente de los animales adquiridos.

El destino que tuvieron los animales que compraron fue Tenango del

Valle, Méx.; Querétaro, Qro.; Ferrería, D.F. y otros rastros del área metropolitana.

B.3 Equinos

Los oferentes de caballos, asnos y mulas son principalmente acopiadores locales a pequeña escala, aunque eventualmente ocurren a la plaza directamente productores primarios que utilizan estos animales para el trabajo agrícola y que requieren comprar nuevos animales.

Los compradores demandantes de equinos a su vez son acopiadores medianos que trasladan los animales para obtención de harina de carne para los estados de Aguascalientes y San Luis Potosí. Un entrevistado indicó como destino el rastro de Tláhuac en el Distrito Federal, y señaló que eran para consumo humano.

B.4 Cerdos

En el caso del mercadeo de cerdos en la plaza pecuaria de Dr. Mora, a diferencia de los rumiantes tiene un carácter más familiar y menos comercial al mercado regional.

Para comercializar esta especie ocurren pequeños acopiadores locales que reúnen lotes de 1 a 4 animales, e igualmente productores que los han mantenido en condiciones de traspatio; las operaciones de compra-venta son a bulto.

Los compradores demandantes de cerdos a su vez son también productores que los utilizan para autoconsumo o para cría; igualmente ocurren algunos acopiadores comerciales medianos que los llevan a rastros locales.

En la comercialización de cerdos y aves cabe destacar la participación femenina; a manera anecdótica la se-

ñora que vende alimentos en un puesto ambulante en la plaza, observa los cerdos que no se lograron vender; para comprar alguno castigando el precio, para su posterior engorda y autoconsumo o reventa.

B.5 Aves

Por su parte la compra-venta de aves tiene 2 vías importantes a destacar: la primera de carácter familiar, en la que resalta la participación exclusiva de la mujer; en la segunda eminentemente comercial hacia el mercado. En el primer caso el proceso de compra-venta se da a través de la exhibición de aves (gallinas domésticas y pavos) a la vista del comprador como ocurre con la mayoría de las especies que se comercializan en la plaza, el tipo de aves es de origen de traspatio y la venta se realiza en cantidades que fluctúan de uno hasta 15 animales y con fines de autoconsumo o engorda para su reventa posterior. El segundo se refiere a la venta de aves en grandes lotes que arriban a la plaza ya enjauladas en transportes especiales y la operación de compra-venta ya fue acordada con anterioridad, por lo que exclusivamente son transportados a la plaza para cumplir con los trámites oficiales de facturación y obtención de guías (sanitaria y de tránsito) para posteriormente dirigirse a los grandes centros urbanos de consumo.

Se deriva de los resultados obtenidos que no existe diferenciación entre la comercialización efectuada a pie de predio, descrita en otros trabajos^{3, 4} y la descrita en éste, en cuanto a la persistencia de esquemas comerciales inadecuados en la fijación del precio de venta a bulto, la existencia de cadenas grandes de intermediarios entre productores y consumidores; y la enexistencia de patrones objetivos

que paguen por calidad el producto comercializado.

Asimismo, al comparar la información de destinos aportada por las guías sanitarias con la proporcionada por los entrevistados se apreció incongruencia en algunos casos, lo cual obedece a que muchas veces los compradores acopiadores transportan los animales de la plaza a su predio en áreas conurbadas al destino último de los animales, mientras se establece el contacto comercial para su introducción al rastro.

Los datos aportados en el presente trabajo muestran que la plaza pecuaria del Municipio de Dr. Mora, Gto. no es una vía de comercialización directa entre el productor y comprador, ya que es mínima la cantidad de productores que ofertan sus animales y en la mayoría de los casos se los venden a los acopiadores quienes con su poder económico de compra suelen castigar el precio de los animales. De esta forma el productor (que corresponde básicamente a campesinos locales) se evitan la tarea de transportar los animales a la plaza, con el argumento de la falta de tiempo, de transporte y hasta de interés por lograr una mejor venta.

Se observó una mayor participación de pequeños y medianos acopiadores cuya función básica es realizar un primer acopio de animales tratando de formar lotes más o menos homogéneos en aras de conseguir una mejor venta en la plaza ante el asedio de los grandes acopiadores comerciales; no se debe olvidar que esta función radica en el hecho de que esta actividad no es más que un complemento adicional a sus ingresos.

A su vez, los grandes acopiadores se encargan de formar lotes homogéneos mayores para transportarlos a los rastros de los centros urbanos ale-

daños; por supuesto que éstos poseen los medios necesarios para la compra y el transporte de cantidades grandes de animales.

Se pudo detectar además las características de los canales de comercialización obsoletos y desfavorables para la venta de los animales tales como: arraigo en la fijación del precio de venta a bulto y en algunos casos hasta temor al engaño en el pesaje de los animales, situaciones que evidentemente ponen en desventaja a quien ofrece los animales.

Por otra parte se observó una movilización comercial efectuada principalmente para cumplir con el abasto de carne de algunos centros urbanos ubicados en la mesa central de la República; mientras que la movilización con fines de repasto y trabajo se vió muy limitada en cuanto a número y lógicamente sólo se observó en la especie bovina, asnal y equina.

Por último, un hecho que se debe resaltar fue la división de la tarea de comercialización: por un lado se observó una participación mayoritaria de varones cuando se trataba de comercializar especies mayores o en su defecto grandes lotes de ovinos y caprinos; por otro lado al tratarse de cerdos y aves existió una fuerte participación del sexo femenino, debido esto quizá al hecho de que a nivel familiar la mujer se encarga del cuidado y alimentación de este tipo de animales.

SUMMARY

This paper analyses the commercial process in a market place as an alternative trade of animal production in this area. The objectives were to know the most common species traded in this market place; to identify seasons, routes and traffic of the traded animals and to characterize the kind of persons to meet in this place to purchase or sale any kind of domestic animals. Methodology was based in a depth

review and analysis of 2,221 travel permits expedited in 1983 by the Local Livestock Union of Doctor Mora municipality in the state of Guanajuato, and 48 interviews were realized among people who attended to trade animals in this place. Results were the next: Most common traded species were; big species: 6,569 heads of cattle; 2,152 ass and 329 horses; small species: 13,310 sheep; 12,094 goats; 582 pigs and 28,403 fowls. Main origin of these animals was the municipality of Doctor Mora and others around it, while main destinies were the States of Querétaro, México, Aguascalientes and Distrito Federal; also the main reason to move animals was to slaughter them to provide of meat this area of México. There was a participation of 275 persons in the animal trade, 8% of them acquired 64% of big species, while 29% took possession of 815 animals of small species, these data showed and high level of monopolist market. Most of animal sellers were agriculturist who do this employment as a complementary economic activity; nevertheless, purchasers do this work as the main economic activity and distribute the animals to provide meat to the urban centers mentioned above. One can conclude that there is a high level of intermediary in this commercial system.

LITERATURA CITADA

1. AGUILAR, V.A. 1982: Administración agropecuaria. 3ra. Edición *Limusa*, México, D.F., p. 180.
2. DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, 1970: V Censos Agrícola-Ganadero y Ejidal. Guanajuato. *Secretaría de Industria y Comercio*, México.
3. DAVALOS, F.J. 1986: La comercialización del ganado ovino en pie en el golfo-sureste mexicano (encuesta por muestreo). *Memorias de la Reunión de Investigación Pecuaria en México 1986. SARH-UNAM*. p. 61.
4. DAVALOS, F.J. y GARCIA, F.A. 1990: La comercialización del ganado bovino en pie en el trópico mexicano: el caso de la costa de Oaxaca. En: *Diagnóstico Integral de la Ganadería Bovina en el Trópico Mexicano. INIFAP CONACyT PAIEPEME*. México, D.F. p. 199-218.
5. MELENDEZ, R., BAÑOS, A., ALONSO, F., AGUILAR, A., BACHTOLD, E., REYES, A., ENRIQUEZ, A., MENDOZA, E., CALDERAS, A. y DOMINGUEZ, F., 1984: *Mercadeo de productos agropecuarios*. Primera Edición *Limusa*. México, D.F. p. 190.

6. MUÑOZ, R.M., CRUZ, H.A., MENCAL, S.E. y VERGARA, R.B., 1990: El proceso de transferencia de tecnología en la producción de bovinos en el golfo sureste de México. En: Diagnóstico Integral de la Ganadería Bovina en el Trópico Mexicano. *INIFAP CONACyT PAIEPE-ME*. México, D.F. p. 111-142.
7. ROJAS, S.R., 1985: Guía para realizar investigaciones sociales. 8a. Edición. *UNAM Facultad de Ciencias Políticas y Sociales*. México, D.F. p. 134, 248.
8. CIAVO, B.C.N., 1983: El marco estructural de la ganadería bovina mexicana. 1a. Edición. Colección de Cuadernos Universitarios No. 5. *Universidad Autónoma Chapingo*. Texcoco, México. p., 48-52.
9. SECRETARIA DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO, 1981: Atlas Nacional del Medio Físico. *Dirección General de Geografía del Territorio Nacional*. México.
10. TORRES, S.H., 1985: La comercialización de productos agropecuarios. Memorias del II Seminario de Administración Agropecuaria y Desarrollo Rural Integral. *IICA-UANE*, Saltillo, Coah. p. 85-110.
11. WIONCZEK, M., 1987: Transferencia de tecnología en el sector agrícola. Mesa de Trabajo III Diseño y Adopción de Tecnología. Memoria del II Congreso de Economía Agrícola Latina y el Caribe. *Colegio de Economistas Agrícolas*. México, D.F. p. 124.