

**INCIDENCIA DE COSTOS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS AL  
CONSUMIDOR DE LA CARNE BOVINA, ESTUDIO DE CASO**

MSc. Yolanda Cuellar Medina<sup>1</sup>

MSc. Víctor Julio Balanta Martínez<sup>2</sup>

Área temática: d) Contabilidad de Gestión.

Palabras claves: Comercialización, costos, gastos, estructura de costos y consumidor

---

<sup>1</sup> Contadora Pública Titulada, Universidad de la Amazonia, Florencia, Colombia. Maestría en Desarrollo Rural, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá D.C, Colombia. Docente investigadora, Universidad de la Amazonia, Florencia, Colombia. Miembro del Grupo de Investigación Huella Amazónica y GISAPA de la Universidad de la Amazonia. Amazonia. Dirección: Campus Porvenir Calle 17 Diagonal 17 con Carrera 3F - Barrio Porvenir, Florencia, Colombia.

<sup>2</sup>Contador Público Titulado, Universidad de la Amazonia, Florencia, Colombia. Maestría en Educación Ambiental y Desarrollo Sostenible, Universidad Santiago de Cali, Santiago de Cali, Colombia. Docencia e investigador, Universidad de la Amazonia, Florencia, Colombia. Miembro del Grupo de Investigación Huella Amazónica de la Universidad de la Amazonia. Dirección: Campus Porvenir Calle 17 Diagonal 17 con Carrera 3F - Barrio Porvenir, Florencia, Colombia.

# INCIDENCIA DE COSTOS PARA EL ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS AL CONSUMIDOR DE CARNE BOVINA, ESTUDIO DE CASO

**Yolanda Cuellar Medina\***

**Víctor Julio Balanta Martínez\*\***

## **Resumen**

El presente estudio, permitió conocer aspectos importantes sobre la fijación de precios de la carne bovina, si bien es cierto, la calidad y el precio de este producto dependen de las características de la canal de los bovinos, su precio al consumidor varía según el lugar de comercialización, en razón a los costos identificados a partir del proceso de adquisición hasta la disposición para la venta al público, como también la utilidad esperada, la cual varía por factores como el tipo de establecimiento, la zona de ubicación, tratamiento que se le da a la carne en el desposte, la limpieza y la calidad de la misma. Mediante entrevistas y encuestas se logró conocer que algunos comercializadores presentan poco conocimiento sobre el tema de costos como una herramienta financiera que proporciona información de utilidad a las empresas.

## **INTRODUCCIÓN:**

Según estudios realizados por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización para la Agricultura y la Alimentación (FAO) en el 2014, encontraron que el mercado de la carne se mantendrá relativamente favorable para los productores, en razón a los precios por la disminución de los cereales forrajeros, que para la década pasada venía desempeñándose en un entorno con costos de forrajes particularmente altos y volátiles, lo cual afectaba directamente las regiones donde estos cereales forrajeros son utilizados en grandes proporciones para la producción de carne como es el caso del continente americano, Australia y Europa, de igual manera los costos como la energía, la mano de obra, agua y tierra aumentaran de manera considerable. Bajo esta situación se pronostica que la producción mundial de carne sea 13% mayor en 2026 que en el periodo base (2014-2016). Sin embargo este trabajo encontró que otras carnes como la aviar, la porcina y la ovina, también están ganando un gran espacio entre los consumidores,

Un estudio realizado en China, examino los factores claves que afectan la selección de canales de comercialización y consecuencias para el desarrollo de la cadena de suministro de carne de res, la muestra del estudio fue con 153 agricultores ubicados en tres de las principales regiones ganaderas de ese país, tomando varias variables relacionadas con los costos de transacción (principalmente, en forma de costos de negociación y costos de monitoreo), así como los factores socioeconómicos, se identificaron como de influencia significativa en selección de canales de comercialización de ganado mediante coordinación vertical entre productores y procesadores, alejándose del mercado spot tradicional. Estas formas de contratación vienen generando vínculos con productores ganaderos, lo que ayudaría a mejorar la producción de carne, sin embargo se presentan variables de costo de transacción, que pueden ser influenciadas por características socioeconómicas, fluctuación de precios, acceso a la información y la calidad si los compradores requieren ganado con calidades particulares, factores socioeconómicos como el colectivo, la propiedad, la edad más joven y la experiencia tienden a influir en los agricultores para elegir ventas por contrato. (Gong, et. al. 2006)

En la investigación realizada por (Vilaboa-Arroniz, et. Al 2009) se buscó identificar los canales de distribución y determinar la función de los agentes que participan en la comercialización de bovinos destinados al abasto de carne en la región del Papaloapan, Veracruz; aquí se encontró que el mercado se involucran el productor, introductor, rastreo municipal, tablaero, detallista y consumidor. Los cuales presentan múltiples relaciones entre sí, con el fin de establecer los canales de distribución de la carne, que en los contextos actuales son necesarios para garantizar su funcionamiento y llegar al consumidor final. En este estudio se concluye que el productor por sus limitaciones socioeconómicas no puede implementar procesos de comercialización y donde los intermediarios presentan las mejores condiciones y el consumidor final tiene limitada su posibilidad de elección.

De igual manera, Schnettler, & Sepúlveda (2007), realizaron un estudio para analizar el comportamiento de los márgenes de comercialización de carne bovina y su efecto en el precio que se reconoce al productor y de paso conocer como impactan estos cambio en los precios pagados al productor y en la capacidad de la demanda que realiza la dinámica temporal en los márgenes comerciales de la carne bovina en Chile, el estudio permitió verificar a través de dos modelos uno estimado para valor absoluto y otro fue un modelo teórico; para el primer modelo, las técnicas invariables y el efecto inercia fueron significativos, indicando que los comerciantes sean minoristas o mayoristas fijan como punto de partida los márgenes comerciales de la carne un nivel absoluto mínimo y en cada periodo su referente es el margen del periodo anterior, en el que se recogen implícitamente los componentes de remuneración de los recursos utilizados para obtener el servicio comercial, lo que significa que los cambios transitorios en los precios pagados a productor sólo son absorbidos temporalmente por los agentes en un grado pequeño. El trabajo fue realizado para un periodo comprendido entre 1990-2005, donde se encontró que los márgenes de comercialización de carne bovina en Chile se aumentó entre el 30 y 50%, afectando la participación del productor en el precio pagado por el consumidor, concentrándose este margen en lo comerciantes minoristas, sin embargo los mayoristas aumentaron aún más su participación.

En Colombia, el inventario bovino realizado en el 2015, por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), la "Población bovina en el Colombia está distribuida en 495.609 predios y constituida aproximadamente por 22.527.783 animales, ubicados principalmente en los departamentos de Antioquia (11,25%), Córdoba (8,45%), Casanare (8,43%), Meta (7,38%), Cesar (6,30%), Santander (6,29%), Caquetá (5,79%), Magdalena (5,50%) y Cundinamarca (4,74%) que agrupan el 64,13% de la población total nacional" (ICA, 2015). En el caso del departamento del Caquetá, el inventario de bovinos fue de 1.304.403 reses, situadas en 12.726 predios, es así que esta actividad agropecuaria es catalogada como una de las mayores generadoras de empleo en los últimos años, lo que indica que la ganadería es un renglón económico importante para Colombia por su aporte al PIB nacional.

En el trabajo desarrollado por (Benítez, 2014) manifiesta que uno de los aspectos importante que debe ser tenido en cuenta en el sector ganadero es el margen de comercialización, entendido este como la diferencia entre el precio al consumidor y el precio de ganado gordo. El autor hace referencia en que existe una gran divergencia con el mercadeo habitual, en razón a que la fijación de precios se acata más por razones de tipo empresariales que por supuestos, en tal sentido se utilizan mecanismos e instrumentos experimentados tanto para la valoración como para la medición de la calidad y el rendimiento que son claves en la determinación de las ganancias. Igualmente considera que los precios percibidos por los consumidores son un mecanismo eficaz que condiciona los precios al productor; porque aquellas operaciones

que agregan valor (transporte especializado, refrigeración y empaque) se agregan al precio final.

En lo que respecta a la comercialización de la carne bovina, los cortes más apetecidos por los consumidores son: "Sobrebarriga, Falda, Lomo fino, Lomo Ancho (Chatas), Centro de pierna, Muchacho, Cadera, Bota de pierna, Bola de pierna, Lagarto de pierna (Murillo), Lagarto con hueso (Ossobucco), Tapa, Pecho, Cogote, Pailetero y bola de brazo, Lagarto de brazo, Descargue, Brazo, Hueso carnudo de pierna y de brazo, Costilla trasera, Costilla delantera" (Bernal, 2012, pg.31) de igual manera en este trabajo hace referencia a unos productos y sub productos que no aptos para consumo humano, los cuales se pueden comercializar para que sirvan de materia prima para otros productos entre estos se encuentran, la grasa o sebo, hueso poroso, el cuero y las vísceras (estas en algunos casos las venden los comercializadores de carne de manera directa).

La estructura de la cadena productiva de las carnes en Colombia, inicia con la cría y engorde de los animales. Continúa con el transporte del animal vivo hasta su sacrificio (Frigorífico), corte, congelación y, finalmente, se lleva a cabo la comercialización de las carnes. En estos procesos se generan algunos subproductos como grasas, sebos, sangre, vísceras, etc., y por otro lado, se deriva la producción de carnes embutidas, arregladas y frías. Algunos de estos sitios, además de ofrecer el servicio de matanza y corte, ofrecen servicio de refrigeración, desposte y en algunos casos hasta de comercialización. Finalmente, los productos son distribuidos a través de plazas de mercado, famas, puntos de venta especializados, tiendas detallistas, supermercados e hipermercados (Buitrago y Castillo, 2007).

Es importante mencionar que, para entender la relación entre el precio pagado por la carne en canal y el precio pagado por los consumidores de carne bovina en cortes, se requiere la estimación de las flexibilidades de transferencia de precios al detal de los diferentes cortes, porque un aumento de 1% en el precio de la carne bovina en canal, genera al mismo tiempo un aumento de 1% en el precio de cualquier corte, debido a la competencia de mercado de comercialización de carne en canal (Martínez & González, 2013), el principal objetivo de este trabajo fue la elasticidad de transmisión de pasar de carne en canal a otros cortes, donde estos últimos presentan mayor incremento de precios comparada con la carne en canal.

En cuanto a la industria de carne bovina en Colombia, (Espinal, et al, 2005) señala que está compuesta por cuatro importantes eslabones, donde el primero que relaciona es la producción de ganado en fincas establecidas en el territorio nacional, seguidamente se encuentra la comercialización de ganado en pie, posteriormente la industrialización que se desarrolla en las plantas de sacrificio y procesadoras de alimentos y por último el eslabón encargado de la distribución de carne fresca y sus derivados.

En Colombia, uno de los factores más importantes que determinan el alto precio del ganado en pie y, que afecta de manera directa el precio de la carne, son la baja productividad y el tiempo de duración del levante del ganado, al respecto (Guarín, 2008) plantea que la cría de ganado utilizado para la comercialización presenta tres etapas bien marcadas, la primera etapa, la crianza, mercado encargado de producir vender teneros al destete. La segunda el levante etapa en la cual el ganado adquiere su mayor peso. Por último la etapa de engorde o cebado, etapa en la cual el ganado bovino se encuentra en alimentación durante 3 o 4 meses antes del sacrificio. Al respecto el autor manifiesta que un primer problema es que estos tres eslabones de la cadena están muy pobremente integrados, lo que significa que el ganado cambia de manos frecuentemente y adicionalmente las tres etapas acontecen en sitios diferentes, lo cual genera ineficiencias que significan aumento en los costos

La ganadería bovina es la actividad agropecuaria de mayor importancia en el Departamento del Caquetá, en esta región se cuenta con una tradición ganadera

reconocida a nivel nacional la cual ocupa un importante sector de la productividad con 2.0520459 de hectáreas dedicadas a la actividad ganadera (Secretaría de Agricultura del Caquetá, 2013) para un lote de cerca de 1.180.470 cabezas de ganado; durante los últimos 30 años se ha consolidado en la mayor parte de la región el modelo de producción ganadera denominado “doble propósito”, que genera flujo de caja para el sostenimiento de la explotación y que se acompaña del aumento en los pastos mejorados, la ampliación de la red vial y la presencia de la industria lechera. El Comité Departamental de Ganaderos del Caquetá (2009), señala que de los 13.500 predios ganaderos registrados (2% del total nacional), unos 9.500 son de vocación lechera (70.3% del total departamental) y según la distribución por número de cabezas bovinas, el 66% de las mismas tienen menos de 100 unidades (Beltrán y Torrijos, 2013)

En el tema concerniente a los lineamientos de costos para la comercialización de carne en el sector agroindustrial frigorífico se encuentra el trabajo realizado por (Rojas et al. 2016) en el Estado Mérida Venezuela, en este estudio se presenta un sistema de costos por acumulación con el fin de permitir el costeo de los productos para la toma de decisiones basados en información real, los resultados arrojados evidenciaron registros contables tradicionales que no satisfacen las necesidades de este mercado dinámico, se evidenciaron 4 etapas en los procesos que se manejan en estas organizaciones, donde simultáneamente se obtienen varios productos a la vez, por lo que se requiere la implementación de un sistema de acumulación de costos por procesos con aplicación de métodos de asignación de costos conjuntos basados en precios de mercado para posibilitar un establecimiento de costo unitario, valorar el inventario y de paso calcular el costo unitario a fin de identificar la utilidad y también poder ejercer control y tomar decisiones en políticas de precios

Teniendo en cuenta que para mejorar el desempeño de las empresas, se requiere que estas cuenten con sistemas de información contable, donde los costos desde el control de gestión aporten a la toma de decisiones con información oportuna, donde este dúo contabilidad de costos y de gestión son un sistema de información preparada para proveer información relevante para la gestión empresarial. Donde son los directivos o propietarios se benefician con información que les permitirá planificar y ejercer control en las diferentes operaciones requeridas por la organización, donde se encuentra una cantidad de costos que pueden depender de las diferentes actividades que están realicen, al respecto (Shank y Govindarajan 1995) desde la gerencia estratégica de costos manifiestan que los costos son ocasionados por múltiples factores interrelacionados complejamente, por lo que el comportamiento de los costos implica el análisis de las causas y actividades que se forman, donde el costo está en función del volumen de producción

Desde otra perspectiva, otros autores definen la estructura de costos de una empresa teniendo en cuenta la estructura de los cargos que tiene la organización, en razón a que estos representan el estimativo de cargos fijos y de cargos variables en un escenario determinado, lo que significa que la alteración de la estructura de costos puede significar aumento o la disminución del importe de cargos fijos o de cargos variables a la hora de establecer el costo (Crôteau et al., 1986)

(Strategor, 1997, p. 70) plantea que “Construir la estructura de costos de un producto, de un servicio o más generalmente, de una actividad consiste en identificar, dentro del costo total de esta actividad, la parte que representa cada uno de los costos elementales”

Se entiende que el sistema de costos desde el punto de vista administrativo es primordial en las empresas, por la cantidad de información que provee, donde se requieren procedimientos lógicos que aporten a resultados objetivos que permitan garantizar el mejoramiento del proceso en la toma de decisiones acertadas, de igual

manera es necesario comprender que la aplicación de un sistema de costeo abarca una serie de etapas que inician con el registro de actividades hasta la culminación de la elaboración del producto o la prestación de un servicio que sería la etapa de evaluación que requiere de una rigidez porque en ella se pueden analizar los resultados obtenidos versus las expectativas establecidas inicialmente en pro del uso eficiente de los recursos que afectan (Pabón, 2010).

En el mismo sentido, (Chacón, 2007) manifiesta que conocer el costo como tal de las operaciones, no garantiza el éxito en un mercado competitivo, al respecto manifiesta que también debe conocerse cuales son los costos de la cadena de valor que encierra el producto en general, esto con el fin de trabajar con los demás eslabones buscando una mejor gestión que permita la maximización de los costos y de paso conocer cómo actúa la competencia, debido a la complejidad que presentan los negocios en un mundo competitivo como el actual.

Es así como para hablar de costos al interior de las organizaciones, implica que se debe tener en cuenta un encadenamiento de todos aquellos recursos inevitables que le garantizan a una empresa alcanzar una meta y cumplir con su objetivo misional, estos costos pueden verse representados económicamente en cantidades mínimas de recurso que la empresa debe tener en cuenta para la elaboración de sus productos o prestación de un servicio. Estos son necesarios ya sea para las actividades de compras, almacenamiento, producción, mercadeo, servicio al cliente, administración y adquisición de recursos financieros entre otros (Rincón, 2001).

En el trabajo realizado sobre el interrogante ¿el proceso de convergencia en Colombia excluye la contabilidad de costos? (Duque & Osorio, 2013) hace todo un barrido de los conceptos de costos y su importancia para las empresas, sin embargo por la adopción de la Ley 1314/2009 inicialmente se generaron algunas controversias si esta norma se extendía o no a la contabilidad de costos, pero con esta investigación se encontró que la contabilidad de costos va de la mano si se quiere mejorar en competitividad y productividad en el campo empresarial y además que estos aportan a la información que se ve reflejada en la contabilidad financiera porque para la establecer los costos en las empresas se requiere de la elaboración de múltiples registros de costos que se hacen evidentes en los estados financieros y de igual manera el componente normativo NIC/NIIF establecen normas claras respecto a la contabilidad de costos: Es así como con la aplicación de estas normas significó una serie de cambios en la forma en el “reconocimiento contable, la distribución, el cálculo u la revelación de la información de costos en los estados financieros y en la cultura de manejo de los costos” pg.1122; esto garantizara información confiable y de utilidad para la toma de decisiones.

Para el desarrollo de este trabajo, también es necesario entender el proceso de comercialización como la distribución de un producto entre la producción y el consumo, por lo que el uno debe considerar al otro (Caldentey y De Haro, 2004)

Si bien es cierto, la labor de comercialización en su gran mayoría no puede estar a cargo del productor primario, por los problemas que deben enfrentar, entre ellos la precaria infraestructura, recursos limitados, falta de organización, entre otros, por lo cual estos deben acudir a la intermediación, que son agentes encargados de efectuar la compra al productor primario, a fin de dar inicio a una cadena que termina cuando la carne llega al consumidor final (Cuellar, et. al 2016).

Para que una empresa pueda cobrar un precio justo, debe establecer un buen sistema de costos que le permita conocer los costos unitarios de los productos o servicios que oferta, (Del Río González, 2011), define un sistema de contabilidad de costos como el conjunto de operaciones, técnicas y métodos aplicados que permite el establecimiento del costo unitario, que sirve de base en para determinar los precios de venta, que serán de apoyo a la gerencia en la toma de decisiones. En este sentido las empresas deben

contar con sistemas contables en concordancia que se puedan adaptar a la empresa conforme a las necesidades de control que estas requieran.

Al ser un negocio con mucho futuro debido al crecimiento de la demanda de carne, el trabajo realizado por (Vargas et. al.2015) hace una contribución, a través del análisis de dos empresas, una que ostenta el liderazgo mundial (JBS-Friboi), y la empresa que lidera el mercado nacional y las exportaciones mexicanas (Su Karne) donde se realiza un análisis para conocer las tendencias más importantes en una red de valor destacándose “la integración vertical de los procesos de producción, sacrificio, empaque, embalaje y distribución; la internacionalización de las estructuras empresariales y sus capitales financieros para disminuir los costos de transacción y comercializar volúmenes que les permitan depurar los costos de coordinación interna” pág.79.

Colombia es un país que poco ha evolucionado en términos de productividad y competitividad ganadera, analizando específicamente producción de carne. Y esto se ha debido a múltiples factores dentro de los que se destaca la presión que se ha ejercido sobre los recursos naturales, lo que generado efectos contraproducentes pues hoy en día son más las hectáreas utilizadas para la explotación ganadera, no obstante, cada vez es más difícil conseguir los requerimientos de diversa índole (relacionadas con la calidad de la tierra), necesarias para beneficiar el crecimiento de los animales en sus distintas etapas (FEDEGAN, Plan Estratégico de la Ganadería Colombia 2006 - 2019).

Pese a la importancia del sector ganadero en Colombia, es necesario resaltar el trabajo realizado por (Bustos & Contreras, 2018) en el departamento de Córdoba, donde se ejecutó análisis del desempeño del sector cárnico bovino por la crisis que viene enfrentado en cuanto a la rentabilidad y productividad debido a los impactos generados por el cambio climático, los elevados costos de los insumos para la producción, la debilitada capacidad industrial para el procesamiento y la falta de inversión pública en infraestructura vial, asistencia técnica y conocimiento para generar innovación. “El nivel de exportaciones obtuvo un auge en el año 2012, específicamente hacia el mercado venezolano. El cierre de la frontera afectó notablemente los ingresos operacionales de los frigoríficos. El sacrificio de ganado refleja otra dinámica en 2015, cuando se reactiva el mercado exportador hacia nuevos países como Rusia, Chile, Curazao, entre otros. Sin embargo, los ingresos no crecen lo esperado porque son exportaciones correspondientes al tren anterior (cortes o músculos en extremidades delanteras), es decir, son carnes más duras que, por su baja categoría, no se cotizan en el mercado internacional a buenos precios.”pág.74.

Sin embargo es bueno reconocer que también para los años 2015 y 2016, tanto el sacrificio como el consumo de carne bovina han venido descendiendo, tal como lo demuestra el informe de resultados de sacrificio de ganado, donde para el año 2015, el sacrificio fue de 3.986.680 cabezas y para el 2016 el total de cabezas sacrificadas fue de 3.652.236, presentándose una disminución de 334.444 cabezas de ganado; encontrándose que al hacer un análisis por departamento, las mayores participaciones en el sacrificio de por cabeza de ganado, se registraron en Antioquia, Bogotá, Santander, Córdoba y Atlántico. Donde las plazas y famas representan la mayor participación del consumo interno de carne en canal, seguido de los supermercados (Boletín técnico DANE, 2017).

#### **Metodología:**

Se realizó un estudio de tipo descriptivo, ya que se busca a través de unos comercializadores, cuales son las situaciones, actitudes predominantes a través de la descripción exacta de los procesos que desarrollan en este tipo de mercado. El propósito del estudio descriptivo es la delimitación de los hechos que conforman el

problema de la investigación. El enfoque utilizado fue mixto, de tal manera que integra sistemáticamente métodos cuantitativos y cualitativos para alcanzar el objetivo de estudio.

El diseño fue no experimental, Transaccional y el tamaño de la muestra no probabilístico, el universo de la muestra son los comercializadores de carne en canal y carne en cortes que se encargan de mercadear estos productos.

Es necesario manifestar que no se pudo ubicar el registro completo del número total de expendedores de carne que existen en el municipio de Florencia, en tal razón se decidió tomar aleatoriamente dos comercializadores ubicados en la Galería Central, dos de la Galería Satélite, uno de la zona norte, dos de la zona occidente, dos ubicados en zona oriental y cuatro en la zona sur, para un total de 13 comercializadores encuestados.

Se realizaron entrevistas a un funcionario de COFEMA, a fin de conocer la cantidad de bovinos sacrificados semanalmente en Florencia y el rol que esta empresa juega en la comercialización de carne en canal y carne en cortes. De igual manera se entrevistó a la presidenta de la organización que agremia a estos comercializadores de carne para conocer como están organizados y las dificultades que deben enfrentar; así mismo se realizó entrevista al funcionario de la secretaria de Salud Municipal, encargado de realizar las visitas de sanidad a estos comerciantes. Para contrastar el precio que ofertan los comercializadores se aplicaron al azar 35 encuestas a consumidores de carne, a fin de establecer su opinión respecto al precio que pagan por kilo de carne. Los resultados fueron procesados a través del software SPSS.

### **Resultados:**

En el caso del municipio de Florencia-Caquetá, la empresa encargada de realizar el sacrificio de ganado en pie es COFEMA (Compañía de Ferias y Mataderos), las plantas de sacrificio en Colombia, son empresas prestadoras de servicios, en la actualidad hay frigoríficos que han adoptado un nuevo enfoque del beneficio bovino, llevando este negocio hacia un centro de negocios donde se integra el sacrificio, transformación, maquila y comercialización de los procesos. En el eslabón de la industrialización, la planta de beneficio es el principal agente, dado que todos los productos intermedios y finales son obtenidos allí, siendo su participación fundamental en la determinación de la calidad higiénico-sanitaria y organoléptica del producto y en diferenciación del mismo por valor agregado. Por tanto, revisten de especial importancia en la medida en que tienen implicaciones no sólo sobre la economía, el mercado laboral y el entorno tecnológico, sino también sobre la salud pública y el medio ambiente (Buitrago y Castillo, 2007).

La Compañía de Ferias y Mataderos COFEMA S.A., es una Sociedad Anónima de Economía Mixta, tiene como objeto social explotar, comercializar los subproductos derivados del sector agropecuario, integrar y desarrollar todas las actividades que comprende el sector agropecuario en general, realizar cualquier operación de crédito que tenga directa relación con las actividades de la sociedad y dentro del límite que señale la ley. Esta empresa se encuentra ubicada en el municipio de Florencia, a ella ingresan y son comercializadas semanalmente un promedio de 2.100 vacunos, de los cuales el 50% se sacrifican en el frigorífico, el resto son comercializados en pie a otras ciudades del país.

En la comercialización de carne, se identificaron a los diferentes tipos de distribuidores, así:

Distribuidores mayoristas. En el mercado colombiano intervienen esencialmente los colocadores mayoristas y las carnicerías especializadas como canal de distribución hacia los distribuidores minoristas.



Los comercializadores objeto de estudio, en su gran mayoría compran la carne en canal (una canal es un novillo ya sacrificado que no tiene piel ni viseras) sin embargo no hay claridad de cuantas libras despostadas pueden salir de una canal y cuál sería su rendimiento, en su momento no se contaba con un histórico, lo que no se entiende como se generan los ingresos que produce cada corte.

También se encontró que algunos de los establecimientos donde se comercializa carne bovina, venden únicamente carne bovina, algunos venden todo tipo de carnes y otros la comercializan junto con alimentos perecederos y no perecederos, a parte de las carnes, estos también comercializan a la par granos frutas, verduras y demás alimentos de la canasta familiar, entre los cuales se pudo identificar que son supermercados, en su gran mayoría expendios de carnes y también se encontraron carnicerías, ver gráfica 1.

Gráfico 1: Tipo de establecimientos donde se comercializa carne bovina



Fuente: esta investigación

De los 13 comercializadores, se identificó que quienes se dedican a la actividad de comercializar carne bovina son personas con bastante experiencia; los rangos encontrados van entre los 8 hasta los 35 años ejerciendo esta labor, lo cual indica que tienen pleno conocimiento acerca de la clasificación y el proceso de comercialización.

Es de resaltar que esta actividad de producción, faenado, desposte y distribución de la carne de res en Colombia está regulada por el Decreto 1500 de 2007 y la resolución 2905 de 2007, normatividad que establece el reglamento técnico a mediante el cual se crea el Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne, Productos Cárnicos Comestibles y Derivados Cárnicos Destinados para el Consumo Humano y se dan a conocer los requerimientos sanitarios y de inocuidad para la producción primaria, beneficio, desposte, desprese, procesamiento, almacenamiento, transporte, comercialización, expendio, importación o exportación de este producto..

Frente al tema de cumplimiento de la norma, los comercializadores, deben practicar los siguientes requisitos para operar en su establecimiento de comercio:

- Estar debidamente inscritos en la cámara de comercio,
- Cumplir con una normatividad sanitaria tanto con el personal que desarrolla la actividad y por ende el establecimiento en el cual se va a ofrecer los productos, es decir tener formación en educación sanitaria, prácticas higiénicas en manipulación de alimentos, deben estar capacitados para llevar a cabo las tareas que se les asignen o desempeñen, así mismo contar con la infraestructura adecuada.
- Adquirir el carnet de sanidad y el carnet de manipulación de alimentos.

En lo referente a la infraestructura donde funcionan los 13 comercializadores de carne bovina encuestados, se pudo identificar que para poder operar y ofrecer el producto al público, requieren un local en el cual las paredes deben estar pintadas de color blanco y el piso igualmente de color blanco, también se exige la utilización de una mesa en acero inoxidable, cuchillos, panorámicas, congeladores, cuarto frio, sierra, nevera exhibidora, bascula y molino, sin embargo se encontró que algunos aun manejan herramienta rudimentaria como el tronco en madera y el hacha los cuales, según ellos

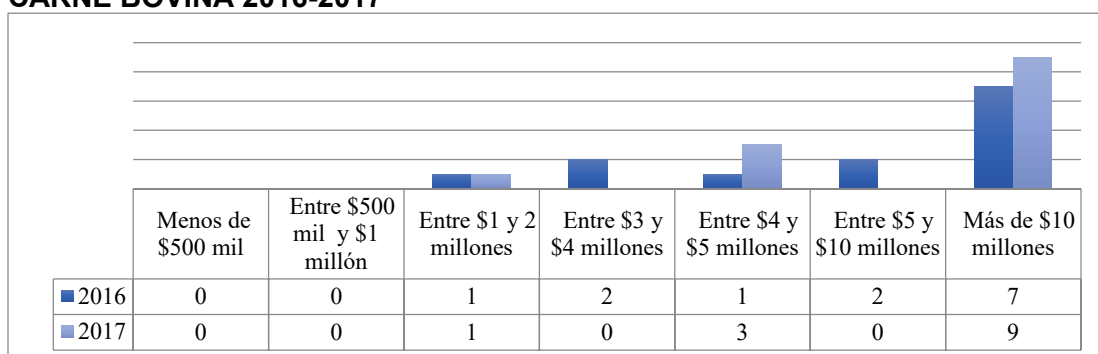
los van reemplazando poco a poco, en razón a los altos costos que deben asumir para poder operar.

Al respecto varios de los comercializadores manifiestan que tienen diversos problemas debido al proceso de manipulación que requiere este producto y por los problemas de índole sanitario, por ser este producto de consumo humano, para mejorar las condiciones sanitarias y de inocuidad de la carne, lo que genera asumir costos adicionales para poder laborar y ofertar el producto, al respecto la presidente de la organización que agremia a los expendedores de carne bovina, manifestó que el sector presenta una serie de dificultades, que impide mostrar el máximo esplendor de dicha actividad.

- ✓ La informalidad del sector: son muchos los comercializadores que no están legalmente constituidos, y tampoco hacen parte de la agremiación Asociación De Expendedores De Carne Bovina Del Municipio de Florencia Caquetá (ASEXCAR), lo que los excluye de beneficios para mejorar su actividad económica, tales como: micro créditos, capacitaciones, etc.
- ✓ Elevada intermediación: las difíciles condiciones viales en el departamento del Caquetá, impide que los ganaderos puedan vender su producto directamente al comercializador, por tanto la existencia de los intermediarios se hace necesaria para finiquitar esta cadena de comercialización, por tanto aquellos intermediarios se quedan con un buen porcentaje de la ganancia del ganadero y del comercializador.
- ✓ Mataderos clandestinos: Debido al alto costo de sacrificio de ganado, muchos optan por hacerlo de forma artesanal, lo que ocasiona una disminución en el costo de la misma, pero a su vez puede acarrear muchas dificultades en la salud del consumidor, debido que en estos lugares no se presentan las condiciones fitosanitarias necesarias para el buen estado del producto.

Pese a los diferentes problemas que deben sortear estos comercializadores, mediante la información obtenida se pudo evidenciar la importancia que tiene este sector para la economía local, según los comercializadores de carne bovina, el consumo de en el municipio objeto de estudio va en aumento, tal como se puede contemplar en la gráfica 2:

**GRÁFICA 2: INGRESOS DE LOS COMERCIALIZADORES POR VENTA DE CARNE BOVINA 2016-2017**



Fuente: esta investigación, 2017

Los comercializadores de carne bovina para poder ofertar el producto al mercado, anticipadamente deben incurrir en una serie de actividades como:

- ✓ Compra de carne en canal o en pie.
- ✓ Sacrificio.
- ✓ Transporte.
- ✓ Desposte y limpieza.

- ✓ Refrigeración en contenedores y neveras para la venta al público.

Inicialmente se efectúa la compra de ganado directamente en COFEMA (Compañía de Ferias y Mataderos); proceso que en la mayoría de casos se compra en canal, pero hay expendedores que prefieren comprar en pie aprovechando su experiencia de análisis en el peso de los animales, seguidamente se realiza el proceso de sacrificio del ganado, el cual también se lleva a cabo en la empresa COFEMA, luego se procede al transporte del producto hasta el expendio de carnes, centros comerciales o supermercados donde se realiza el desposte y limpieza, proceso realizado por el personal encargado y debidamente capacitado, para finalmente ubicar el producto en cuartos fríos, la carne que luego se va a vender se ubica directamente en neveras y refrigeradores para garantizar el producto para venta al público, a fin de cumplir con el proceso que exige una cadena de frío de 48 horas.

Actualmente la comercialización de carne bovina tiene autorización de precios, es decir tiene libre comercio y depende del manejo que le da cada expendedor, es por ello que esto obedece a la demanda y la oferta, la cual establecen los precios de venta al consumidor, teniendo en cuenta por supuesto el costo de la materia prima que es el ganado y los demás costos adicionales que se generan mediante el proceso de adquisición hasta la disposición para la venta al público, como también la rentabilidad esperada. Es de aclarar que se llega a un acuerdo entre los comercializadores para ofrecer un precio estándar a los consumidores, el cual varía por factores como el tipo de establecimiento, la zona de ubicación, tratamiento que se le da a la carne en el desposte, la limpieza y la calidad de la misma, cada uno de los procesos tiene implícito una serie de costos que ellos deben asumir, los cuales se pudieron establecer, de acuerdo con la información suministrada por los comercializadores de este producto.

En Florencia, la comercialización de bovinos se realiza mediante productores, comercializadores o intermediarios, acopiadores, engordadores y finalizadores que aportan bovinos en pie y carne en canal para abastecer el mercado interno y otros sitios de la geografía colombiana, generalmente, en el municipio objeto de estudio, la comercialización de bovinos se realiza principalmente en torno a COFEMA que para este caso será el centro de acopio, espacio donde convergen todos los agentes de la cadena productiva de bovinos de carne (Orantes, 2010).

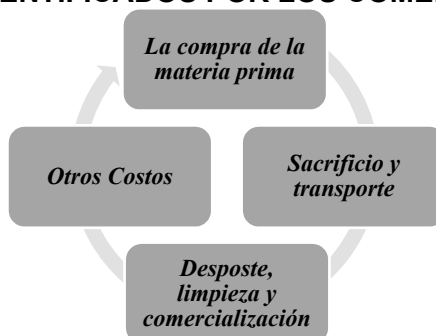
La estructura de costos que debe asumir el comercializador, inicia con el proceso de sacrificio que oferta COFEMA, para dar inicio al mercadeo de su producto. En dicho establecimiento se recibe un animal en pie para posteriormente realizar el sacrificio y hacer entrega de la carne en canal, con las extremidades, vísceras rojas y blancas y la piel del bovino. Por este servicio se debe pagar por unidad sacrificada, es así como el presente ejercicio de investigación pretende identificar como los comercializadores de la carne bovina, como encargados del despiece de los cuartos o medias canales en piezas de carne, son los encargados de fijar los precios de este despiece, es así como cada una de las piezas separadas, son clasificadas por categorías comerciales en extra, primera, segunda y tercera, y a su vez estas categorías son valoradas en distintos precios y aptas unas más que otras para determinadas preparaciones en la cocina. Es así como se cuenta con Categoría extra Categoría 1ª A, Categoría 1ª B, Categoría 2ª, Categoría 3ª, y bajo esta clasificación se establecen los precios de comercialización.

El consumidor normalmente sabe cuánto le cuesta consumir los diferentes productos que requiere para sus necesidades de alimentación, aseo, vestuario etc; sin embargo, no todos sabemos si en verdad estamos pagando un precio justo por los diferentes cortes de carne que se comercializan en el mercado, la diferenciación de costo entre corte y corte depende de la distribución que hacen los expendedores, así mismo señala que la diferenciación de precio en almacenes de cadena se da por el uso culinario que tiene cada corte cárnico. En muchas ocasiones, es más económico comprar un tajo

específico de carne en un expendido de barrio, que en un establecimiento de grandes superficies (Gómez, 2014)

Uno de los criterios más importantes para los comercializadores encuestados tiene relación con los costos, es así que estos identificaron los siguientes ver gráfica 3:

**GRAFICO 3: COSTOS IDENTIFICADOS POR LOS COMERCIALIZADORES**

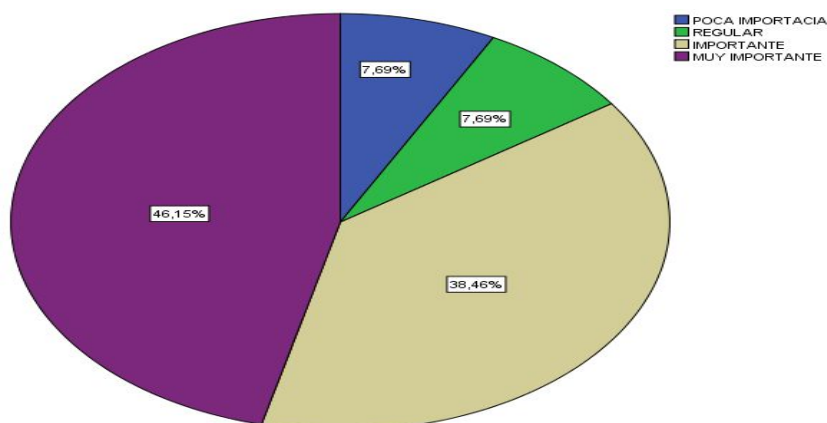


Fuente: esta investigación

Según lo informado por los comercializadores, el ganado de mayor comercialización en la ciudad de Florencia Caquetá es la carne de novilla porque es un animal que rinde y es carne de buena calidad, sin embargo, en calidad la supera la carne de novillo, pero esta no se comercializa en la ciudad de Florencia sino que tiene mayor demanda en otras regiones donde exigen la mejor calidad en carnes, finalmente este tipo de carne no es bien vista por los comercializadores, en razón a que según lo manifestado es que en este tipo de carne, se desperdicia mucho producto y genera poca rentabilidad, esta carne es más apetecida para procesos industriales.

Actualmente la comercialización de carne bovina depende en gran parte de los costos en los que incurre cada comercializador para poder ofertarla, como también lo es la fuerza de mercado (oferta y demanda), sin embargo los comerciantes manifestaron que en el establecimiento del precio final, el costo más oneroso es la materia prima que es la carne en canal y los demás costos adicionales que se generan mediante el proceso de adquisición hasta la disposición para la venta al público, como también la rentabilidad esperada, por tanto para los comercializadores es de suma importancia la identificación de los costos en su empresa, esto se puede ver reflejado gráfica 4:

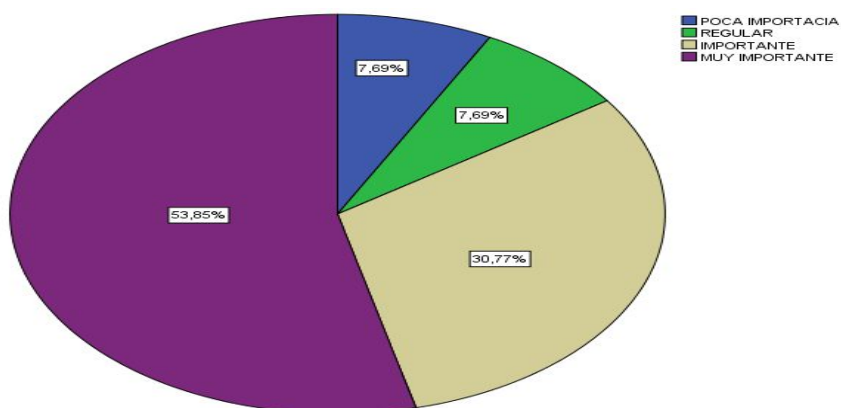
**GRÁFICA 4: IMPORTANCIA DE LA INFORMACION DE COSTOS PARA LOS COMERCIALIZADORES**



Fuente: esta investigación 2018

Lo anterior, corrobora que para los comercializadores si es importante la identificación de los costos en su empresa, en razón a que estos son trascendentales en el establecimiento de los precios de venta al consumidor, sin embargo los precios al consumidor varían por factores como el tipo de establecimiento, la zona de ubicación, tratamiento que se le da a la carne en el desposte, la limpieza y la calidad de la misma. Es así que el 85% de los entrevistados manifestaron que los costos son importantes, para el establecimiento del precio de venta al consumidor final, eso se puede comprobar en la gráfica 5 donde se le pregunto a los comercializadores si los costos que identifican son claves para establecer los precios al consumidor final:

**GRÁFICA 5: LOS COSTOS QUE USTED IDENTIFICA SON DETERMINANTES PARA ESTABLECER LOS PRECIOS DE VENTA AL CONSUMIDOR**

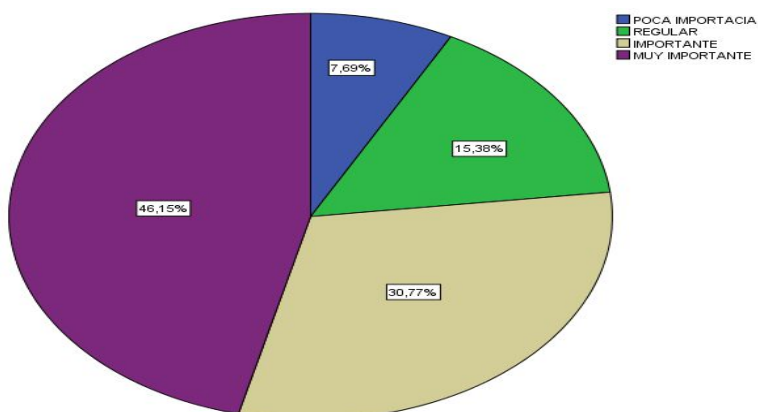


Fuente: Esta investigación, 2018

Desde la percepción de los comercializadores, la identificación de los costos para establecer el precio de venta de la carne bovina, son necesarios porque un precio elevado puede afectar de manera directa, por tanto el margen de rentabilidad está acorde a los costos en los que ellos incurren para poder ofertar un producto de calidad.

Además del margen de rentabilidad, ellos s de gran importancia tener en cuenta otros gastos como son: alquiler de local si no es propio, el cual varía según las características del mismo, gastos de servicios públicos, empleados, mantenimiento de refrigeradores y neveras, los que son llamados costos fijos, por lo cual es necesario poder identificarlos y tenerlos en cuenta a la hora de establecer el precio de venta de la carne bovina.

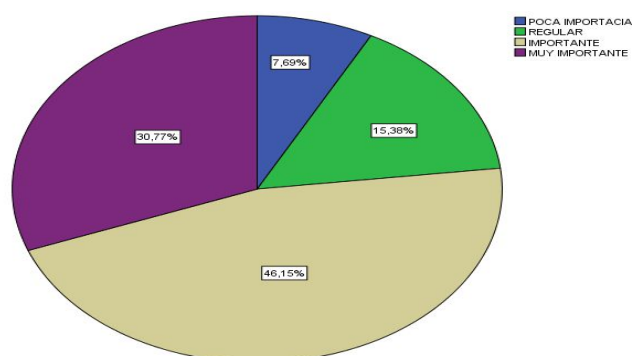
**GRÁFICA 6: IMPORTANCIA DE IDENTIFICAR LOS COSTOS FIJOS EN LAS ACTIVIDADES DE SU EMPRESA**



Fuente: Investigador, 2018

En la anterior gráfica se evidencia que 10 de los 13 comercializadores encuestados, si identifican sus costos fijos en las actividades de su empresa, ya que este es uno de los componentes para determinar el punto de equilibrio, esta información es importante conocerla porque son costos que deben cubrir independientemente de los ingresos que se obtengan, de igual manera, el tema contable es considerado por estos comercializadores como un factor clave en esta actividad económica, porque la información contable oportuna, permite a la empresa un buen funcionamiento y es la base para una correcta toma de decisiones, es por esto que los comercializadores la consideran útil en sus organizaciones, como se evidencia en la gráfica 7, cuando se les pregunto sobre la importancia de la contabilidad como herramienta para la fijación de precios:

**GRÁFICA 7: IMPORTANCIA DE LA INFORMACION CONTABLE COMO HERRAMIENTA PARA EFECTO DE FIJAR LOS PRECIOS DE VENTA**



Fuente: Esta Investigación, 2018

Por lo anterior, si se maneja de forma correcta la información financiera y no financiera en estas empresas, es posible tomar buenas decisiones y hacer una debida utilización de los recursos.

El margen de rentabilidad es un factor muy importante en el proceso de establecer el precio de venta puesto que dependiendo el porcentaje esperado así mismo será el precio al consumidor, es decir entre más alto sea el porcentaje mayor será el precio de venta, ciertamente mediante la investigación se encontró porcentajes de utilidad oscilan entre un 20% hasta un 10% según los encuestados, se puede decir que este es uno de los factores que más influye en el establecimiento del precio por libra de carne bovina y hace que varíe de un establecimiento a otro.

De acuerdo la información obtenida del sector estudio y con base en su saber práctico, a continuación se relaciona los componentes del precio venta que tienen en cuenta los comercializadores de carne bovina en el municipio estudio, junto con el margen de rentabilidad que les deja esta labor, ver tabla 2:

**TABLA 2: COMPONENTES DEL PRECIO DE VENTA DE LA CARNE DE RES SEGÚN COMERCIALIZADORES**

DETALLE	%
MATERIA PRIMA	40
SACRIFICIO DEGÜELLO, CUOTA DE FOMENTO Y TRANSPORTE	10

**DESPOSTE, LIMPIEZA Y COMERCIALIZACIÓN**  
**COSTOS FIJOS**  
**RENTABILIDAD**  
**PRECIO DE VENTA**

20
10
20
100

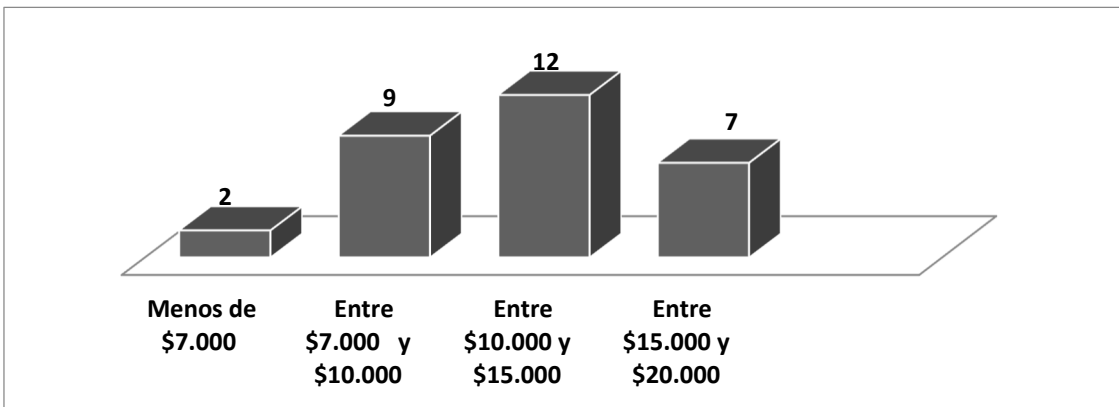
Fuente: Investigador, 2018

El resultado de esta investigación indica que los componentes que presentan mayor participación son: materia prima con una asignación del 40% y la rentabilidad con una asignación del 20%.

La participación del 40% en la materia prima indica que para los comercializadores el costo de la misma es alto, debido a la alta intermediación que existe y la participación del 20% en la rentabilidad deja en evidencia que no existe controles adecuados sobre la misma.

Teniendo en cuenta que los comercializadores de carne bovina identifican sus costos para establecer el precio de venta al consumidor, este trabajo quiso contrastar la percepción que tiene el comprador final de la carne bovina con respecto al precio de los tipos de corte, si los conocen y solicitan a la hora de la compra, para saber si está de acuerdo con el precio fijado; al respecto se encontró que los consumidores apetecen de los diferentes cortes según la ocasión, sin embargo, el factor precio los obliga a tomar decisiones razonables a la hora de comprar, ya que según las encuestados, el valor que ellos están dispuestos a pagar por kilogramo de carne se puede apreciar en la gráfica 6.

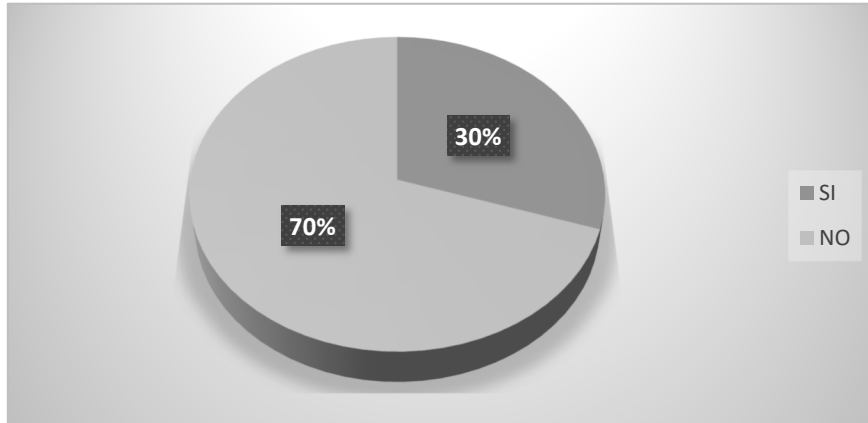
**GRÁFICA 8: CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN KG DE CARNE**



Fuente: Investigador, 2018

Por lo anterior, los consumidores son conscientes de que a mayor calidad, mayor será el precio de la carne, ya que solamente 2 de los encuestados se inclinaron por pagar menos de \$7.000, esto indica que para estos 2 consumidores no es importante la calidad del producto, mientras que 9 de ellos se inclinaron por pagar entre \$7.000 y \$10.000, se evidencia que estos consumidores buscan calidad a muy buen precio, 12 consumidores se inclinaron por pagar entre \$10.000 y \$15.000, esto indica que prevalece la calidad pero se busca un buen precio también y 7 consumidores se inclinaron por pagar entre \$15.000 y \$20.000, esto revela que se busca calidad antes que precio, pero pese a que los consumidores se inclinen por la calidad, muchos desconocen la variedad de cortes que se encuentran en una res, esto se puede evidenciar en la siguiente gráfica 9:

### GRÁFICA 9: CONOCE LA VARIEDAD DE CORTES DE CARNE BOVINA



*Fuente: Investigador, 2017*

El desconocimiento de los diferentes cortes de carne de res, hace que los consumidores desaprovechen las bondades culinarias de cada uno de ellos, ya que cada uno ofrece texturas y sabores diferentes, dándole un toque único a cada preparación, por tanto un conocimiento básico en cortes de carne de res le permitirá al consumidor escoger lo que realmente necesita y así poder preparar exquisitos platos para deleitar el paladar.

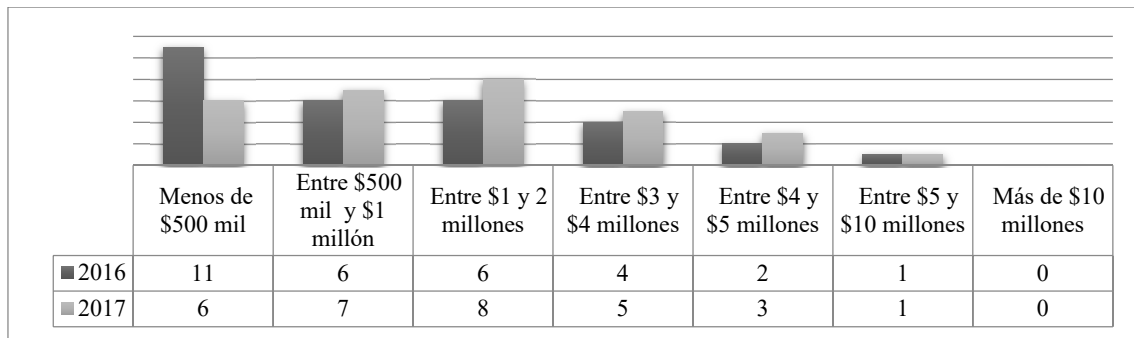
La gráfica 10, se proyectó la suma de dinero que los consumidores invierten al año en la compra de carne bovina, donde indica que para el 2017 los consumidores entrevistados presentaron una tendencia de aumento respecto al año 2016, lo anterior demuestra que la carne bovina es de gran importancia para los consumidores, siendo un importante complemento de la canasta familiar, esta tendencia puede ser por dos factores:

1. Debido a la importancia que tiene dentro de la dieta alimentaria, los consumidores siguen adquiriéndolo independientemente de su precio.
2. La cantidad de consumo per cápita tiende a aumentar, es decir, con el paso del tiempo la población aumenta su consumo individual de carne bovina, situación benéfica para los comercializadores.

Se puede resaltar el gran aporte de la comercialización de carne bovina en la economía local, y la variedad de precios que por el mismo corte se puede dar en los establecimientos comerciales donde se realiza este mercado, lo cual genero la necesidad de tener información que permitiera identificar los factores que inciden en el precio de venta de la misma en el municipio, de tal manera que se logre ayudar a los comercializadores en establecer un precio justo para los consumidores finales.



**GRÁFICA 10: CONSUMO DE CARNE BOVINA 2016-2017**



Fuente: Investigador, 2018

Como resultado, se puede evidenciar que este negocio de la comercialización de carne en canal y en cortes, es una actividad económica que genera rentas pero que requiere un conocimiento más amplio de cómo se desarrolla internamente la información financiera y de costos.

### **Conclusiones:**

Si bien es cierto, la comercialización de carne bovina es una actividad importante tanto a nivel nacional como a nivel local, por ser este parte de la dieta alimentaria de la población, es necesario que se garantice un precio justo, por lo cual se requiere que se legisle respecto al establecimiento del precio de la carne, en razón a que este valor se encuentra al vaivén de los diferentes establecimientos comerciales y depende de la limpieza que estos realicen al producto ofertado, porque buscan la satisfacción del cliente, sin embargo el margen de rentabilidad que establecen los comercializadores es incrementado dependiendo de las condiciones de su establecimiento comercial.

Así mismo se deduce que las características y condiciones de un establecimiento y la capacidad adquisitiva del consumidor, influyen de manera significativa en los precios de venta al consumidor y es por ello que podemos encontrar precios más altos en un supermercado de cadena en comparación con una carnicería o un expendio de carnes, así mismo el precio puede variar elocuentemente dependiendo de si el establecimiento comercial está ubicado en un barrio residencial un sitio comercial o si está ubicado al interior de la galería, sin embargo los precios son manejados de manera estándar es decir que varían pero en baja proporción.

Teniendo en cuenta los escenarios del mercado como elemento fundamental de una política de fijación de precios, queda claro que los precios al consumidor varían en primer lugar por el desposte y la limpieza que realizan a la carne bovina, también por los desechos como huesos que no se pueden vender porque estos sobre- costos deben ser asumidos por los comercializadores, quienes pagan el canal a precio estándar sin embargo al hondar sobre este tema los comercializadores no fueron claros en explicar cómo eso que ellos pueden recuperar en algo estos costos, sin embargo se encontró que los comercializadores no tienen claro cuánta carne de primera puede salir de un canal y cuántos tipos de corte, lo que lleva a pensar que el negocio es rentable, por el tiempo que llevan desarrollando esta labor.

Los comercializadores de carne fueron enfáticos en manifestar que la carne bovina es adquirida a través de los comercializadores de carne en pie, pero que el degüello lo realizan en la planta de sacrificio de COFEMA que reúne todas las condiciones de salubridad exigidas, por lo que pueden garantizar un producto de calidad.

El análisis de la información obtenida nos permite evidenciar que la forma en que está constituida la cadena de la carne bovina, teniendo en cuenta la producción hasta su venta, genera unos altos costos de adquisición para el consumidor final, debido a los factores intrínsecos que de alguna manera afectan la productividad y aumentan el precio del ganado vivo. De igual manera la intermediación que se evidencia en la comercialización hacen que el poder se centre en los intermediarios y mayoristas que operan y manipulan a su conveniencia la cadena, lo que hace que el precio de la carne no pueda ser consumida por las clases menos favorecidas y esto obedece quizá a la falta de seguimiento y control de los precios de venta.

Es necesario plantear una posible investigación para que se centre en analizar cuál es el beneficio que tienen los comercializadores de carne quienes por el degüello de ganado deben aportar a los Fondos de Estabilización de Precios como parte de la cuota parafiscal que aportan los ganaderos por la venta de leche y el sacrificio de ganado. Porque según informes de la Contraloría General de la Nación, Se estima que las transferencias de la cuenta de carne y leche al administrador del FEP ascienden al 16% del recaudo de la cuota.

### **Agradecimiento**

El documento se realizó con base a los informes oficiales del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, informes de FEDEGAN y los resultados recolectados en los instrumentos de investigación aplicados a los comercializadores de carne bovina, la asociación ASEXCAR, la empresa COFEMA del municipio de Florencia del departamento del Caquetá.

Cualquier error u omisión deberá imputarse exclusivamente a los autores de este artículo.

### **Bibliografía**

Beltrán, Y. Torrijos, R. 2013. Línea base de la industria láctea del Caquetá. Comité de ganaderos del Caquetá y Cámara de Comercio. Disponible en:<http://www.ccflorencia.org.co/descargas/informes%20presidencia/2014/L%C3%ADnea%20Base%20de%20la%20Industria%20L%C3%A1ctea%20del%20Caquet%C3%A1.pdf>

Benítez, C. A. (2014). Determinantes del margen de comercialización en el mercado de carne vacuna en Colombia, 1998-2008 (Master's thesis, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas). Trabajo de tesis de maestría. Disponible en: [https://repository.javeriana.edu.co:8443/bitstream/handle/10554/14850/BenitezPinzon CarlosAndres2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.javeriana.edu.co:8443/bitstream/handle/10554/14850/BenitezPinzon%20CarlosAndres2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Bernal Castillo, K. L. (2012). Proceso de transformación de insumo a producto cárnico bovino de la organización HB carnes PC SAS del Frigorífico Guadalupe. Disponible en: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4079/1016016986-2012.pdf?sequence=4>

Boari, R., Chuard, N., Fernández, V., & Pouiller, P. (2016). Mercado de ganados y carnes. Proyecciones 2023. OCDE-FAO 2014. Disponible en: <file:///F:/000001-Proyecci%C3%B3n%20OCDE%20FAO%20carnes%202014-2023.pdf>

Buitrago, W. Castillo J. 2007. Tesis de grado: Comercializadora de ganado bovino en pie proveniente de San José del Guaviare y Monterrey Casanare hacia el centro del país con distribución en canal a almacenes de cadena ubicados en Bogotá. Universidad de la Salle. Bogotá.

- Bustos, J. M. P. B., & Correa, G. C. (2018). Evolución del desempeño financiero de las empresas del sector cárnico bovino del Departamento de Córdoba en el período 2012-2015: una mirada desde el neopatrimonialismo. *Science of Human Action*, 3(1), 66-97. Disponible en: <http://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/SHA/article/view/2708>
- Caldentey, A., De Haro, T. (2004). *Comercialización de Productos Agrarios*. Quinta Edición. Editorial Agrícola Española. España. 347 p.
- Chacón, G. (2007). La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial. *Actualidad contable FACES*, 10(15). Disponible en: <http://www.redalyc.org/html/257/25701504/>
- Crôteau, O., Ouelette, L., Felix, V., & Boisvert, H. (1986). *Comptabilité de Gestion*. (2a. edition ed.): Editions du renouveau pédagogique.
- Cuellar, Y. López, O. & Santos, F. E. (2016). Comercialización de ganado bovino en pie entorno a la compañía de ferias y mataderos del Caquetá (COFEMA) Florencia-Caquetá. *REVISTA FACCEA*, 6(1), 81-89. Disponible en: <http://www.udla.edu.co/revistas/index.php/faccea/article/viewFile/562/573>
- DANE, Boletín Técnico. Febrero de 2017. Encuesta de sacrificio de ganado-ESAG IV trimestre de 2016. Disponible en: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/sacrificio/bol\\_sacrif\\_IVtrim16.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/sacrificio/bol_sacrif_IVtrim16.pdf)- Recuperado el 10 de mayo de 2017.
- Del Ángel, V., Ángel, M., Muñoz Rodríguez, M., & López Tirado, Q. (2014). Modelos De Negocio De Dos Líderes Latinos En Carne Bovina (Business Models of Two Leading Latino in Beef). Disponible en: <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rqnego/rqn-v3n1-2015/RGN-V3N1-2015-6.pdf>
- Del Río González, C. (2011). *Costos I. Históricos: Introducción al Estudio de la Contabilidad y Control de los Costos Industriales*. Vigésima Segunda Edición. Cengage Learning. México, D.F.
- Espinal, Carlos F, Martínez Covaleda, H. J., y Acevedo Gaitán, X. (2005). Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Observatorio Agrocadenas Colombia. La Cadena de la carne bovina en Colombia. 1991-2005. Bogotá .Disponible en: [http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/bitstream/11348/6320/2/2005112144930\\_caracterizacion\\_bovina.pdf](http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/bitstream/11348/6320/2/2005112144930_caracterizacion_bovina.pdf).
- FEDEGAN. (2006). *Plan Estratégico de la Ganadería Colombia 2019*. Bogotá.
- FEDEGAN (2017), Fondo Estabilización de Precios. Disponible en: <http://www.fedegan.org.co/estadisticas/precios>
- Gómez. I. 2014. Conozca el precio que usted debería pagar por cada corte de carne. Disponible en <http://www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/conozca-el-precio-que-usted-deberia-pagar-por-cada-corte-de-carne>
- Gong, W., Parton, K., Cox, R. J., & Zhou, Z. (2006). Transaction costs and cattle farmers' choice of marketing channels in China: A Tobit analysis. *Management Research News*, 30(1), 47-56. Disponible en: <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/01409170710724296>
- INVIMA. (4 de mayo de 2007). DECRETO 1500 DE 2007. Ministerio de la Protección Social. Bogotá.
- Guarín, A. (2008). Carne de cuarta para consumidores de cuarta. *Revista de estudios sociales*, (29), 104-119. Disponible en: <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.7440/res29.2008.06>
- Martínez-Damián, M. Á., & González-Estrada, A. (2013). Transmisión de precios de carne de res en México. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 4(1), 143-151.

Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/remexca/v4n1/v4n1a11.pdf>. Recuperado e 13 de octubre de 2018.

Orantes, M. (2010). Factores limitantes de la productividad en los agroecosistemas tropicales con ganado bovino de doble propósito en la región Centro de Chiapas, México. Tesis Doctoral. Colegio de Postgraduados. Campus Veracruz, pp. 96-105.

Pabón, H. (2010). Fundamentos de Costos. Bogotá, Colombia. Editorial Alfaomega.

Rincón de Parra, H. (2001). Calidad, productividad y costos: análisis de relaciones entre estos tres conceptos. *Actualidad contable faces*, 4(4). Disponible en: <http://www.redalyc.org/html/257/25700405/>

Rojas, E. S., Molina, O. R., & Chacón, G. (2016). Un sistema de acumulación de costos para las empresas del sector agroindustrial frigorífico. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 24(2), 111-132. Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v24n2/v24n2a07.pdf>

Roldán, M. I. D., & Agudelo, J. A. O. (2013). ¿El proceso de convergencia en Colombia excluye la contabilidad de costos? *Cuadernos de contabilidad*, 14(36), 1121-1146. Ed. Javeriana. Bogotá.

Shank, J. K. Y Govindarajan, V. (1995). *Gerencia Estratégica de Costos*. Ed. Norma, Bogotá.

Schnettler, B. & Sepúlveda, N. (2007). Márgenes de comercialización de la carne bovina en Chile. *Revista Científica*, 17(6), 606-613. Disponible en: [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0798-22592007000600008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-22592007000600008&lng=es&tlng=es). Recuperado en 13 de octubre de 2018.

Stratégor. (1997). *Politique Generale de l'entreprise, Strategie, structure, Décision, Identité*. 3e. édition. Paris.

Vilaboa-Arroniz, J., Díaz-Rivera, P., Platas-Rosado, D. E., Ruiz-Rosado, O., González-Muñoz, S. S., & Juárez-Lagunes, F. (2009). Estructura de comercialización de bovinos destinados al abasto de carne en la región del Papaloapan, Veracruz, México. *Economía, sociedad y territorio*, 9(31), 831-854. Disponible en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-84212009000300009&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-84212009000300009&script=sci_arttext)