

# ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION DE LOS CAPRICULTORES MINIFUNDISTAS DEL NOROESTE DE LA PROVINCIA DE CORDOBA

M. BARRIENTOS<sup>1</sup>, G. SAAL<sup>1</sup>, G. FERRER<sup>1</sup> y A. VISINTINI<sup>2</sup>

Recibido: 12/02/98  
Aceptado: 1/07/98

## RESUMEN

Se estudiaron las estrategias de comercialización de los capricultores del noroeste la provincia de Córdoba mediante el seguimiento de unidades de producción a través del período 1995-1996.

Se observó la existencia de un canal mayoritario constituido por diferentes modalidades de venta directa al público y otro minoritario con eje en intermediarios,

Favorecidos por una producción cada vez menor y una demanda creciente, los capricultores han desarrollado estrategias informales de venta que les permiten recibir un mayor precio por cabrito vendido. Estas estrategias, que se constituyen como canales informales en los cuales no existe control oficial, registros ni se pagan ningún tipo de tributos, tienen una magnitud tal que regulan los precios pagados en esta zonas por el sistema formal.

Los capricultores maximizan su ingreso monetario comercializando la mayor parte de su producción en forma directa o a través de su red familiar urbana, vendiendo a los intermediarios el remanente.

**Palabras Clave:** Caprinos, minifundio, Córdoba, comercialización.

## COMMERCIALISATION STRATEGIES OF GOAT-RISING IN NORTHWESTERN CÓRDOBA

### SUMMARY

The paper studies the commercialisation strategies of goat-rising in Northwestern Córdoba. The data was surveyed by following the productive process throughout the period 1995-1996.

We observed a main trading channel where we identified different ways to sell the product to the final consumer. A second (less important) channel is addressed to middlemen.

Taking advantage of a decreasing goat production in the region and a growing demand, peasants have developed non-formal strategies that allow them to sell goat-kids at higher prices. These strategies are beyond the government control since these are non regulated channels and peasants do not pay any taxes for their sales. Nevertheless, those black-market operations strongly influence the prices paid by middlemen.

Goat-rising peasants maximise their monetary income by trading the main share of their production through the members of their families who live in neighbouring cities. The remaining kids are sold to the middlemen.

**Key words:** Goats, smallfield, commercialisation, Córdoba.

---

<sup>1</sup>Universidad Nacional de Córdoba. Facultad de Ciencias Agropecuarias C.C. 509 <sup>2</sup>Universidad Nacional de Córdoba. Facultad de Ciencias Económicas Estafeta 32. (5000)-Córdoba, Argentina.

## INTRODUCCION

La producción caprina en el noroeste de la provincia de Córdoba, Argentina, desde su origen ha sido mayoritariamente desarrollada en explotaciones caracterizadas como minifundios. Estos se reconocen como tales debido a su insuficiente dotación de recursos naturales, de capital aplicable a los procesos productivos, mano de obra predominantemente familiar y, en general, a una deficitario calidad de vida en relación a variables tomadas como indicadores entre las que se cuentan vivienda, estado nutricional, salud, educación, consumo e infraestructura de servicios (Caracciolo de Basco *et al.*, 1981).

Uno de los aspectos tomados en cuenta en estudios de tipologías de productores es la forma de relacionarse que estos tienen con los mercados, considerando que el poder para fijar precio está determinado, en gran medida, por su situación estructural, por lo cual los productores empresariales, al poseer un gran volumen de producto y capacidad financiera, están en mejores condiciones para intervenir en la determinación del precio de venta que los de tipo familiar, entre los que se encuentran los minifundistas.

En relación a los minifundistas capricultores, es aceptado por diferentes autores que padecen de una situación marcadamente desigual con los intermediarios y esto es considerado como una de las causas que explican la pobreza y el atraso de estos sistemas (C.F.I., 1992; Ucke y Salinas, 1994; Giménez, 1996).

En base al anterior diagnóstico se han generado proyectos de desarrollo que han hecho eje en crear nuevos sistemas de comercialización basados en mecanismos asociativos. Como ejemplos de estas acciones se cita la acción de instituciones oficiales como el gobierno de la provincia de Santiago del Estero a comienzo de la década del 70 o no gubernamentales como el CIPAC (UCC) en San José de la Dormida y la Fundación del Banco de la Provincia de Córdoba en Villa de María del Río Seco a comienzo de los 90, los cuales no han podido satisfacer su objetivo de aumentar el ingreso de los productores, habiendo suspendido sus actividades. Sobre sus resultados no se han encontrado trabajos

de evaluación ni estudios posteriores que los aborden.

En base al estudio general de las distintas cadenas de comercialización por la que circula el cabrito, desde las unidades de producción del noroeste de la provincia de Córdoba hasta los consumidores, se ha observado que los productores han desarrollado estrategias de comercialización que les permite maximizar el ingreso obtenido por la venta de cabritos. Estas estrategias, que se constituyen como canales informales en los cuales no existe control oficial, registros ni se pagan ningún tipo de tributos, tienen una magnitud tal que regulan los precios pagados en esta zonas por el sistema formal.

El sistema de comercialización de cabritos ha sido poco estudiado, Ucke Y Salinas (1994) en un estudio realizado tomando como base la provincia de Santiago del Estero, observan la existencia de un mercado poco transparente haciendo una relación entre el volumen de cueros de cabritos procesados a nivel nacional en 1992 (3.000.000) con los sólo 200.000 cabritos registrados en la faena de los frigoríficas habilitados por SENASA en el mismo año.

En este artículo se abordan las estrategias de comercialización de los capricultores de la provincia de Córdoba, diferenciando un canal mayoritario llamado informal y otro formal constituido a partir de los frigoríficas habilitados legalmente quienes no procesan más del 15 % de los cabritos producidos y comercializados en la zona en estudio.

El objetivo general es aportar al desarrollo de estos sistemas a partir del conocimiento de los mecanismos que intervienen en la comercialización a nivel de las unidades de producción.

### Objetivos específicos

Conocer las estrategias de comercialización de la producción caprina del norte y oeste de la provincia de Córdoba.

Comprender la racionalidad económica de los capricultores y la forma en que esta se manifiesta en la comercialización.

Determinar los volúmenes de cabritos destinados al autoconsumo y a las distintas cadenas de comercialización.

Analizar la legislación vigente sobre comercialización de carne caprina relacionándola con las estrategias de comercialización de los capricultores.

### MATERIALES Y METODOS

Se estudiaron las estrategias de comercialización a través de un seguimiento continuo de sesenta y tres unidades de producción ubicadas en los departamentos Ischilín, Tulumba y Río Seco, principales productores de caprinos durante los años 95, 96 y parte de 1997, por medio de entrevistas estructuradas periódicas, observación y entrevistas no estructuradas. El 76,2% de las majadas estudiadas correspondieron al departamento Ischilín, en el que las unidades de producción analizadas representan el 23% del total de las existentes. Del resto, el 12,7% pertenecen al Dpto. Tulumba y el 11,1 % al Dpto. Río Seco. Los sistemas analizados en estos dos últimos departamentos sirvieron para establecer similitudes y diferencias con los del Dpto. Ischilín, cuya muestra se consideró representativa.

En las unidades analizadas se registraron los cabritos logrados en las pariciones

de invierno y verano, el destino de los mismos, precios de venta, modalidad y expectativas de precios manifestadas por los productores.

Se realizaron estudios de fuentes secundarias bibliográficas y estadísticas para posibilitar inferencias regionales.

Se realizaron entrevistas a intermediarios y a funcionarios de SAGYRR y SENASA.

La información de tipo numérica fue analizada mediante estadística descriptiva simple.

### RESULTADOS Y DISCUSION

La producción caprina en la provincia de Córdoba se considera comenzó a mediados del siglo XVI con una introducción hecha por Cabrera y Nuñez de Prado desde Perú (Maubecín, 1991). En

su origen, su función fue la de proveer carne, y leche para el autoconsumo y posiblemente el abastecimiento de incipientes centros poblados.

En el Censo Nacional Agropecuario de 1908, en la Pcia. de Córdoba se registró la existencia de 810.831 caprinos. La estadística poblacional más cercana es el censo de población de 1914 en el que registran 735.472 personas en la provincia. Analizando estos valores vemos que la relación era de 1,1 caprinos/habitante. La cantidad de caprinos registrada permanece relativamente estable hasta el año 1930 (el CNA 1930 mide 745.182) y a partir de aquí empieza a disminuir significativamente; en el censo del año 1937 se registran 531.620 caprinos y en el de 1947 sólo 316.650, cuando la población era de 1.753.840 personas según el censo de población del mismo año. Estos valores nos dan una relación a 0,18 (seis veces menor a la de principios de siglo).

La tendencia decreciente en el stock caprino se percibe en todos los censos agropecuarios subsiguientes, registrándose en el último, de 1988, 166.804 caprinos al cuál relacionándolo con la población registrada en 1991 (2.766.683) nos da una relación de sólo 0,06 caprinos por habitante.

Sobre las causas de este proceso, que ha transformado al cabrito en un producto cada vez mas escaso podemos citar, por un lado el proceso de agriculturización vivido en la provincia de Córdoba, que ha ido limitando el área de producción de caprinos a las regiones que por características orográficas (como la región serrana) o climáticas (Región Chaqueña occidental) han mantenido la vegetación nativa, principalmente en base a monte. El segundo aspecto ha sido el proceso de migración rural urbana que ha vivido la zona en estudio y que se ilustra en el Cuadro N° 1 se observan los cambios en la población rural, para el departamento Ischilín, en el último siglo. De una población rural de

**Cuadro N° 1: Cambios en la población rural en el departamento Ischilín**

Censo (año)	1895	1914	1947	1960	1970	1980	1991
Población rural del departamento Ischilín	10.225	10.933	9.071	8.939	7.598	6.455	6.196

Fuente: Elaboración propia en base a información de censos nacionales de población y vivienda.

10.225 habitantes, en el año 1895, sufre una continua migración llegando, en el último censo (1991) a sólo 6.196 pobladores rurales.

La consecuencia directa de la despoblación sobre el stock, y la producción caprina se explica en el sistema de producción predominante, el cual se basa en una práctica semiintensiva en la cual la presencia de los criadores con una alta dedicación, es un requisito necesario para poder mantener la actividad. La fuerte merma en la cantidad de cabras para el Dto. Ischilín, se explica más por una pérdida de majadas (1.049 EAPs en el censo de 1908 y 209 EAPs en 1988), que por una disminución en la cantidad promedio de cabras por hato (46 cabezas por majada en 1908 y 44 cabezas en 1988).

La situación actual, en síntesis, muestra una producción cada vez menor, junto a un mercado provincial y nacional cada vez mayor. Esto ha hecho del cabrito un producto con demanda insatisfecha, de alto valor relativo en relación a otros productos sustitutos como la carne bovina y el pollo lo que ha repercutido sobre el sistema de comercialización generando estrategias informales de venta que permiten al productor recibir un mayor ingreso monetario por cabrito vendido.

Las preguntas que orientaron los estudios a nivel de predio se orientaron a responder cuántos de los cabritos producidos son consumidos por los productores, cómo deciden a quién venden, cómo se decide el precio de venta, cómo se desarrollan los canales alternativos de comercialización, cuál es la racionalidad con que operan los productores en la comercialización?

En el Cuadro N° 2 se observa que la producción de cabritos se orienta mayoritariamente al mercado, ya que solo un 10% se destina a consumo familiar.

Como se ve en el cuadro, para reposición de la majada se deja aproximadamente un 14 % y el restante 76 % se ubica en el mercado mediante distintas vías.

La práctica de autoconsumo de cabritos es baja, la realizan en situaciones excepcionales como recepción de visitas o fiestas familiares. Lo que se utiliza más frecuentemente para el autoconsumo son animales de descarte como cabras viejas, chi-

**Cuadro N°2. Destino de la producción de cabritos en %**

	Reposición	Consumo	Venta Intermedias	Venta Directa
Año 95	14,6	9,7	29,5	46,1
Año 96	13,5	11	26,5	49

Fuente: Elaboración propia

vos o leche. Esto marca una diferencia importante con otras zonas productoras como la provincia de Santiago del Estero en la que según Ucke y Salinas (1994) «la mayor parte de la producción es destinada al autoconsumo familiar y el excedente es vendido a través de largas cadenas de comercialización».

Al analizar los casos del estudio, se puede inferir que los productores tratan de colocar en forma directa al consumidor la mayor cantidad de cabritos posible. Las familias ubicadas cerca de centros poblados o rutas importantes, priorizan este tipo de ventas. Luego tratan de vender a través de las redes familiares. Para esto es importante también la ubicación cercana a los rutas o el contar con algún medio de transporte. En última instancia venden a los intermediarios el excedente. Este último canal es utilizado en mayor medida por las familias más aisladas geográficamente, o aquellas que carecen de una red familiar apropiada.

La razón de priorización de los canales alternativos la encontramos cuando analizamos los distintos precios obtenidos, donde se observa que el intermediario pagó entre un 73 y un 83% del precio de venta directa. El Cuadro N° 3 muestra los precios promedios, en pesos, obtenidos durante los años '95 y '96. Además la expectativa de precios manifestada por los productores en los citados años.

El elemento central que orienta la racionalidad económica de estos productores es el de maximizar el ingreso monetario, objetivo que cumplen con la venta directa en sus distintas alternativas con la cual logran entre el 85 y el 87% de su expectativa promedio de precios.

**Cuadro N° 3. Precios promedios obtenidos por unidad en la comercialización de cabritos en los años 1995-1996.**

	Precio de Venta Directa (\$)	Precio de Venta a Intermediarios (\$)	Precio deseado (\$)
Año 95	17,7	14,7	20,8
Año 96	22,4	16,4	25,7

En el Cuadro N°2 se observa que aproximadamente un 75% de los cabritos son destinados al mercado y de este total sólo son vendidos a intermediarios entre un 35 y un 39 % (años 1995 y 1996 respectivamente); el resto es comercializado bajo distintas modalidades de venta directa.

#### **La Comercialización a nivel de las unidades de producción**

El principal producto comercializado, y al cual se orienta la producción, es el cabrito mamón, que es vendido a una edad promedio de  $50 \pm 20$  días y con un peso vivo de  $9 \pm 1$  kilogramos.

Como subproductos de esta actividad, que pueden ser comercializados generando ingresos económicos ocasionales, se pueden contar:

-Cabrillonas (animales de menos de un año de edad) reservadas en un principio como vientres de reposición y que ante necesidades económicas son vendidas.

-Cueros, de animales consumidos en la unidad de producción o de cabritos faenados a campo y comercializados en forma directa.

-Guano. Este subproducto, empleado como fertilizante por los productores fruti-hortícolas de la zona de Cuyo, actualmente no tiene demanda, posiblemente debido al desarrollo y mayor accesibilidad de los fertilizantes industriales.

-Reproductores: Este es un mercado en desarrollo, conformado por nuevos capricultores que demandan animales de origen criollo para basar un plantel lechero, mediante cruzamiento por absorción con razas de esa aptitud. La posibilidad de colocar animales en el mismo es puntual y aislada.

-Leche. Constituye un mercado en expansión, en principio relacionada a las zonas de producción de queso, cuya demanda está en permanente aumento.

Por la significancia del producto principal, nos centraremos en la comercialización de carne de cabrito que es el que genera mayor ingreso y es al cual está orientada la producción. Diferenciamos dos modalidades principales, la primera es la venta a intermediarios y la segunda es la venta directa realizada por el productor o por miembros de su familia.

**VENTA A INTERMEDIARIOS:** Esta modalidad, como ya se ha mencionado, es la que canaliza un menor caudal en la zona de estudio y es en base a la cual se ha generalizado el diagnóstico sobre la problemática de comercialización. Esto es citado para Santiago del Estero por Ucke y Salinas (1994) y también por Giménez (1996) para la provincia de Córdoba. Este último, sin cuantificar cuanto va destinado a este canal, habla de un sistema comercial antiguo pagando los intermediarios bajos precios con mercaderías sobrevaluadas. Plantea, además, una alta rentabilidad de los frigoríficas.

Los intermediarios, bajo una modalidad semejante en la forma de operar en terreno, pueden ser divididos en dos grupos. Los primeros, pertenecen al canal informal, que participan de un mercado clandestino y el segundo grupo pertenecen al canal formal y trabajan en relación de dependencia de los frigoríficas o como compradores independientes que operan para el mismo destino.

El productor vende el animal vivo a un recorridor, vulgarmente conocido como 'cabritero'. La compra se realiza 'al bulto' por animal, con un alto grado de precisión por parte del comprador del peso real del mismo. En la zona en estudio el pago se hace en efectivo, habiéndose abandonado la modalidad de pago con mercaderías, sistema que aún se emplea en la provincia de Santiago del Estero y de La Rioja (Ministerio de la Producción y Desarrollo de La Rioja, 1994).

En el canal formal, el cabrito vivo es trasladado al frigorífico, donde es faenado, enfriado y distribuido en camiones con equipo de frío. Este canal

tiene su eje en los frigoríficos legalizados, cuya habilitación puede ser de alcance nacional o provincial. Los primeros, por su magnitud, son los de mayor peso en el mercado por el volumen comercializado y han sufrido, en los últimos 5 años, una disminución de más del 60%, lo que plantea una perspectiva incierta para el sector. Ucke y Salinas (1994) mencionan para el año 1992 la existencia de 16 frigoríficos con habilitación nacional en todo el país. De éstos, quedan, en la actualidad 6 establecimientos (sólo un 37%), cuya distribución es la siguiente: 4 en la provincia de Córdoba, 1 en la de San Luis y 1 en la de Santiago del Estero.

En entrevistas a responsables de frigoríficos con habilitación nacional, estos indican que la provincia de Córdoba, aporta sólo un 15% de los cabritos procesados dentro del canal formal, lo que correspondería a 19.500 animales. Esto es debido, por un lado, a la importante disminución del número y tamaño de majadas (Salinas y Dellepiane, 1994; Giménez, 1996) y, por el otro, a la derivación al canal informal de la mayor parte de la producción. Mencionan, además, que su fuente de provisión principal se encuentra distribuida entre las provincias de Mendoza (40%) y Santiago del Estero (30%). En Catamarca y La Rioja adquieren un 15%, obteniendo en Córdoba el resto, a pesar de la ventaja que esta última representa por, menores costos de movilidad.

Los productores encuestados vendieron a intermediarios el 29,3% de su producción en el año 1995 y el 26,6% en el año 1996, valores que indican una diferencia significativa con los números provinciales, absorbida, posiblemente por cabriteros pertenecientes al canal informal de comercialización. Por la modalidad de operación de ambos tipos de intermediarios, los productores no pudieron diferenciar con seguridad, entre los intermediarios formales y los informales ya que, todos compran con una manera semejante. El precio de venta de cada cabrito a los intermediarios fue, en promedio de \$ 14,7 en el año 1995 y de \$ 16,4 en 1996 (17 y 27% menos que lo obtenido en promedio en los mismos años con la venta directa).

Los cabriteros informales, realizan una actividad independiente, cuyo destino es el abastecimiento de pequeños frigoríficos clandestinos, car-

nicerías, restaurantes, etc. En este caso el intermediario es una persona que, por lo general, no es capricultora ni reside en la zona. Realizan una propuesta semejante a la de los intermediarios formales, es decir compra al bulto, lleva el animal vivo, lo vende vivo a frigoríficos clandestinos ó los sacrifica en lugares no declarados y vende el producto en restaurantes o comercios minoristas.

**VENTA DIRECTA:** Como ya se ha mencionado, este canal es el que lleva la mayor parte de la producción del área de estudio y, sumado a la venta que realizan a los intermediarios clandestinos, se entiende es el principal factor que explica la diferencia entre los registros oficiales de comercio legal de cabritos con la producción real observada por Ucke y Salinas (1994). El desarrollo de esta modalidad de comercialización estaría relacionada con el objetivo de maximizar ingresos destinando, en la práctica, a los intermediarios los cabritos que no puede vender con esta modalidad

Esta venta la realizan con dos modalidades, a través de familiares que han migrado a zonas urbanas o al público en las unidades de producción:

**Venta a través de familiares:** Dentro de las estrategias de reproducción campesina de los capricultores del área de estudio, se cuenta la migración de miembros de las familias a zonas urbanas en la búsqueda de fuentes de trabajo (Cáceres *et al.*, 1995). Este proceso se aceleró considerablemente durante el proceso de industrialización ocurrido a partir de la década del cincuenta lo que provocó una migración masiva. Esta migración, ha generado una red familiar que vincula a los pobladores rurales de esta zona, a través de las personas migrantes, con diferentes centros poblados como las ciudades de Córdoba, Buenos Aires y las distintas localidades turísticas de la zona serrana.

En muchos casos los migrantes permanecen vinculados a la unidad de producción, aportan parte de sus ingresos para la misma, poseen derechos sobre sus recursos y cuando su residencia es cercana, aportan mano de obra en actividades intensivas como marcación de hacienda, vacunaciones, construcción de instalaciones o siembras estacionales.

Es a través de este vínculo que los capricultores pueden comercializar los cabritos directamente a los consumidores de zonas urbanas. La manera en que se operacionaliza este canal se da a través de vehículos particulares cuando la distancia es corta o se utilizan 'encomiendas' que van a través del transporte público cuando los destinos son alejados como la ciudad de Córdoba o Bs. As. El precio recibido es semejante al obtenido con la venta en la unidad de producción.

**Venta al público en las unidades de producción:** Se hace principalmente a demandantes ocasionales (turistas, visitantes o pobladores de localidades vecinas). Las unidades de producción donde se profundizó el estudio, se encuentran mayoritariamente en la zona serrana del Departamento Ischilín que se encuentra sobre la parte occidental de las sierras Chicas la cual es una zona marginal de tránsito turístico no permanente. Los turistas y también pobladores de localidades como Deán, La Falda y Capilla del Monte, entre otras, demandan cabritos que son vendidos faenados en las unidades de producción.

Otra modalidad observada es la venta al consumidor que realizan algunos productores en localidades cercanas a la unidad de producción a donde llevan el cabrito faenado.

Los precios promedio obtenidos en la venta directa, fueron de \$17.7 por cabrito en el año 1995 (el menor valor fue de \$ 15 y el mayor de \$ 20) y de \$ 22.7 en el año 1996 (el menor valor fue de \$ 20 y el mayor de \$ 27).

### **Análisis de la problemática en relación a la legislación vigente**

La producción tradicional de carne caprina, en la zona de estudio, tiene particularidades que la diferencian significativamente de otros rubros de producción cárnica. Las diferencias más marcadas se presentan en los aspectos relacionados al tipo social agrario que en forma predominante desarrolla esta actividad, el cual es mayoritariamente campesino/minifundista. Su racionalidad es diferente a la de un productor capitalista, plenamente inserto en el mercado.

Uno de las principales estrategias de los capricultores minifundistas, consiste en disminuir al mínimo los gastos en efectivo, aún cuando éstos pudieran traer aparejados un, mayor ingreso futuro, y maximizar el ingreso total.

La comercialización de carne caprina está encuadrada, desde el punto de vista legal, por la legislación general aplicada a otros tipos de carnes, tanto a nivel nacional como provincial. Estas tienen la misma falta de especificidad y no contemplan aspectos diferenciales relacionados a la forma de producción, las características de los productores y la edad de sacrificio, entre otros.

El marco general que regula esta actividad, está dado por la Ley N° 17160 la que establece que el Poder Ejecutivo reglamentará, por intermedio de la Secretaría de Agricultura, Pesca, Ganadería y Alimentación, lo relacionado con habilitación, fiscalización sanitaria integral e inspección de los mercados de ganado, ferias, frigoríficas y establecimientos industriales que elaboren productos de origen animal

En relación a la situación de tenencia legal del ganado caprino se observa que en la mayoría de los casos los productores no cumplen con los aspectos contemplados en la ley provincial de marcas y señales (N° 5542 y sus modificaciones) que plantea que todo productor está obligado a tener una libreta de señales. Contempla señalar el ganado menor antes de los seis meses de edad, lo que implicaría la no obligatoriedad de hacerlo con los cabritos antes de su venta ya que ésta ocurre, por lo general, antes de los 60 días de vida.

La tenencia del boleto de señal, por parte de los productores capricultores del norte y oeste de la provincia de Córdoba, no es una práctica habitual, esto se atribuye a tres causas principales: el desconocimiento de su obligatoriedad, el costo económico que, al no redundar en ningún beneficio visible para el capricultor, es visto como un gasto innecesario que está en contra de su racionalidad y por temor de que su tenencia le ocasione una carga impositiva. Otro elemento a tener en cuenta es la poca adecuación de este sistema para la comercialización formal de cabritos, ya que se hace dificultoso, dado el escalonamiento de la

producción y la distancia a los municipios, la disponibilidad de la guía correspondiente en el momento de la venta.

El artículo 88 de la Ley de Marcas y Señales plantea que para establecer la legitimidad del faenamiento de animales se deberá presentar, ante el funcionario encargado del contralor, el boleto de señal o el certificado-guía de transferencia. Esto nos permite inferir, dado el conocimiento de que los productores no adquieren y por consiguiente no entregan el certificado guía al comprador, que el ingreso de los animales al establecimiento frigorífico, se realiza en forma irregular, utilizándose guías que no se corresponden, en la mayoría de los casos, con los animales que certifican.

### CONCLUSIONES

1. La provincia de Córdoba ha sufrido una permanente disminución en la producción caprina. Esto ha transformado al cabrito en un producto con demanda altamente insatisfecha.

2. El sistema de comercialización basado en la acción de intermediarios canaliza un volumen significativamente menor que los canales alternativos de venta directa por el productor en la unidad de producción o a través de su red familiar en zonas urbanas.

3. Los capricultores de la provincia de Córdoba se orientan a maximizar su ingreso monetario. Su estrategia de comercialización se basa en colocar la mayor parte de los cabritos en forma directa, luego en forma indirecta a través de la red familiar y por último venden a los intermediarios el remanente.

4. La legislación no contempla la situación estructural de los minifundistas capricultores ni la especificidad de estos sistemas de producción.

5. Las acciones de desarrollo de la producción caprina deben centrarse en el mejoramiento de las condiciones de la producción orientadas al aumento de productividad, antes que en proponer sistemas alternativos de comercialización.

### BIBLIOGRAFIA

- CARACCILO DE BASCO, M.; P. TSAKOUMAGKOS, RODRÍGUEZ SÁNCHEZ y M BORRO. 1981. Esquema conceptual y metodología para el estudio de establecimientos agropecuarios con énfasis en el minifundio. Secretaría de agricultura y ganadería de la nación. Servicio nacional de economía y sociología rural. 77p
- CÁCERES, D.; F. SILVETTI, G. SOTO, G. FERRER y G. SAAL. 1995. Heterogeneidad interna y vulnerabilidad diferencial en comunidades de pequeños productores del noroeste de Córdoba, Argentina. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de La Plata*.
- CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES (C.F.I.). 1992. Acuerdo Federal para el Desarrollo Rural del Chaco Árido. *Documento Proyecto*. 261pp.
- GIMÉNEZ, R. 1996. Informe de situación del ganado caprino en la provincia de Córdoba. Secretaría de Agricultura y Ganadería. (Mimeo). 11pp.
- INDEC. «Censo Nacional Agropecuario» 1908,1930,1937,1947 y1988.
- INDEC:«Censo nacional de población y vivienda» 1895, 1914, 1947, 1960, 1970, 1980 y 1991
- Leyes: Nacional 17160 y provincial 5542.
- MAUBECÍN, R. 1991. Producción caprina. Edit. por el autor y librería El Algarrobo. Córdoba. 23 pp.
- MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE LA RIOJA - GTZ. 1994. Estudio, promoción y comercialización de productos de origen caprino. 28pp.
- SALINAS, A. y G. DELLEPIANE. 1994. Situación del Sector Caprino Nacional. Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. Bs. As. 35 pp.
- SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD ANIMAL. 1997. Información estadística de cabritos faenados en frigoríficos autorizados para el tráfico federal de carnes.
- UCKE, F. y A. SALINAS. 1994. Comercialización de carne caprina. Subsecretaría de producción agropecuaria y mercados. Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. Bs. As. 48 pp.