

Análisis de la disposición a pagar por servicios ambientales y una carne diferenciada por parte de los restaurantes y comercializadoras

Este estudio se realiza como parte del proyecto socio-económico “Estudio de sistemas de pequeños ganaderos eco eficientes hacia diferenciación de productos y pago de servicios ambientales en los municipios de Patía y Mercaderes, Cauca”, contribuyendo al cumplimiento del objetivo general “Valorar el beneficio de sistemas ganaderos eco-eficientes, con enfoque en diferenciación de productos y pagos de servicios ambientales”. Dicho proyecto se encuentra en el marco del programa de investigación “Desarrollo y uso de recursos forrajeros para sistemas sostenibles de producción bovina para el departamento del Cauca”, realizado entre la Universidad del Cauca y el Programa de Forrajes Tropicales del CIAT, y financiado por Sistema General de Regalías (SGR). El programa está compuesto por cinco proyectos basados en el uso de forrajes tropicales que responden a los siguientes componentes: Germoplasma, Agua, Ambiente, Suelos, y Socio-económico.

Paola Llanos, Stefan Burkart

Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT)



1. Introducción

La producción pecuaria tiene un gran impacto en recursos globales como el agua, la tierra y la biodiversidad y contribuye significativamente al cambio climático. La ganadería es, con gran diferencia, la actividad humana que ocupa una mayor superficie de tierra. En total, a la producción ganadera se destina el 70 por ciento de la superficie agrícola y el 30 por ciento de la superficie terrestre del planeta. La expansión de la producción ganadera es un factor fundamental en la deforestación, especialmente en América Latina. El sector ganadero reviste una importancia fundamental ya que es responsable del 18 por ciento de las emisiones de gases de efecto invernadero medidos en equivalentes de CO₂, un porcentaje mayor que el correspondiente a los medios de transporte. También responsable en medida aún más significativa de la emisión de algunos gases que tienen un mayor potencial de calentamiento de la atmósfera. (FAO, 2006)

La ganadería bovina es una de las principales actividades en los procesos de desarrollo rural, no solo por el incremento de ingresos sino también por ser una fuente generadora de empleo, al punto que participa con el 53 por ciento del Producto Interno Bruto pecuario, el 19,5 por ciento del agropecuario y el 1,3 por ciento del PIB nacional. (FEDEGAN, 2014)

En la actualidad, 34,9 millones de hectáreas (32% del territorio nacional) se utilizan como pastos para 23,5 millones de animales, la Población Bovina en el país está distribuida en 514.794 predios y constituida aproximadamente por 23'475.022 animales, ubicados principalmente en los departamentos de Antioquia (11,75%), Córdoba (8,74%), Casanare (7,93%), Meta (7,38%), Caquetá (6,33%), Santander (6,14%) Cesar (5,56%), Magdalena (5,13%) y Cundinamarca (4,88%) que agrupan el 63,84% de la población total nacional. (ICA, 2016)

En Colombia, la Federación Colombiana de Ganaderos (FEDEGAN), y el gobierno nacional a través del Programa de Transformación Productiva (PTP), afirman que la situación y las tendencias en el mercado mundial de carne bovina, representan oportunidades para que Colombia se convierta en líder productor y exportador de productos cárnicos en el mundo. Además, describen a Colombia como un país con alto potencial exportador para este mercado con productos de valor agregado (Lafaurie, J.F, Mayo de 2011)

“La ganadería nacional y sus productos derivados, se han destacado por ser capaces de abastecer por si solos la demanda interna, no obstante, tanto el sector privado como el gobierno nacional, han

emprendido acciones para alcanzar los mercados internacionales a través de mejorar su productividad y competitividad” (Departamento Nacional de Planeación (DNP), 2010, p.8)

Según en el Documento CONPES 3676 de 2010 “en los mercados mundiales se han posicionado progresivamente productos cuyas características favorecen la percepción de calidad del consumidor en lo relativo a la salud humana, el bienestar animal y el cuidado del ecosistema”, por lo que no se trata únicamente de producir más carne, sino de producir bajo unos estándares que permitan cumplir con las exigencias del mercado.

A nivel mundial, la eco-eficiencia es un concepto que ha tomado fuerza, pues la optimización de los recursos económicos, sociales y ambientales representa un factor generador de competitividad e innovación, y es considerado de gran importancia en temas como cambio climático, seguridad alimentaria y comercio internacional, entre otros. El Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT), describe la agricultura eco-eficiente como amigable con el medio ambiente, competitiva y rentable así como sostenible y resiliente (Centro Internacional De Agricultura Tropical, 2014)

Con el propósito de contribuir con estos estudios el Centro Internacional de Agricultura Tropical – CIAT en convenio con la Universidad del Cauca y productores de los municipios de Patía y Mercaderes del departamento del Cauca, implementan el programa de investigación: Desarrollo de recursos forrajeros en sistemas sostenibles de producción bovina para el departamento del Cauca, financiado por el Sistema General de Regalías, que consiste de cinco proyectos enfocados al uso eficiente del agua, recuperación de suelos degradados, medición de gases efecto invernadero, evaluación de especies forrajeras y el pago por servicios ambientales y productos diferenciados.

El objetivo principal de este informe es presentar un análisis de la disposición de las comercializadoras y restaurantes de carne de la ciudad de Cali para pagar por servicios ambientales (carne producida bajo sistemas ganaderos eco-eficientes), como un mercado potencial para la carne producida en el municipio del Patía. Además de conocer el nivel de conciencia ambiental y el interés por comercializar productos diferenciados que generan una menor huella en el medio ambiente y que a su vez les permitan retornar beneficios a los productores.

2. Estado del arte

Diversos estudios indican que el comportamiento de los consumidores es un proceso que requiere de investigación de mercado para el posicionamiento de un producto alimenticio, más aún, teniendo en cuenta las nuevas tendencias de consumo saludable y cuidado del medio ambiente. La calidad de la carne tradicionalmente se ha determinado por los aspectos sensoriales como la textura, frescura, sabor y color. Sin embargo, los aspectos de nutrición y bienestar animal han ganado mucha importancia como atributos relevantes al momento de comprar.

A continuación se mencionan algunos estudios realizados durante los últimos años relacionados con la disponibilidad a pagar, la carne diferenciada y los pagos por servicios ambientales.

Disponibilidad a pagar

Según (Charry, 2017), el segmento inicial para explorar el potencial de un producto cárnico diferenciado por beneficios ambientales, está caracterizado principalmente por mayores niveles de ingreso y educación. Con los hallazgos de esta investigación se obtiene un punto de partida para la estrategia de desarrollo de productos diferenciados de sistemas silvopastoriles con pasturas mejoradas. Teniendo un estimado de la disposición a pagar por estos productos, se sugiere continuar el proceso con la definición de características específicas para el desarrollo de un producto ajustado a los requerimientos del segmento identificado, considerando factores como empaque, puntos de distribución, presentación, etc. Los resultados obtenidos durante las etapas de este estudio son consistentes y permiten concluir que existe un potencial para el desarrollo de un producto cárnico con diferenciación por beneficios ambientales y de bienestar animal en el segmento de consumidores de ingresos medios y altos en la ciudad de Cali.

Carne de res diferenciada o sostenible

La Mesa Redonda Global para la Ganadería Sostenible reconoce que la industria de la ganadería juega un papel importante en las vidas de las personas y comunidades que producen y consumen la carne; en el bienestar de los animales bajo nuestro cuidado, en el manejo de los recursos naturales y al satisfacer las demandas mundiales de proteína animal de manera eficiente.

Define la carne sostenible como un producto socialmente responsable, que respeta al ambiente y que es viable a nivel económico; a su vez, también es aquél que prioriza al Planeta (principios más

relevantes: Recursos Naturales, Eficiencia e Innovación; Individuos y Comunidad); a los Individuos (principios más relevantes: Individuos y la Comunidad y sus Alimentos); a los Animales (principios más relevantes: Salud y bienestar animal, Alimentos, Eficiencia e Innovación) y al Progreso (principios relevantes: Recursos Naturales, Personas y Comunidad, Salud y Bienestar Animal, Alimentos, Eficiencia e Innovación) (MSRGGGS, 2017)

Pago por Servicios ambientales (PSA)

De acuerdo con (Zapata,2007) La falta de capital para el establecimiento, la escasa disponibilidad de semillas y el poco conocimiento de los SSP (Dagang y Nair 2003) han sido las principales barreras para la adopción de estos sistemas en la zona, a pesar de que se han encontrado incrementos en la producción de leche (entre 40 y 60%) con SSP intensivos y bancos forrajeros multiestrato (Murgueitio et ál. 2006). El proyecto Enfoques Silvopastoriles Integrados para el Manejo de Ecosistemas (GEF-Silvopastoril, financiado por GEF, FAO y Banco Mundial e implementado por CATIE en Costa Rica, Nitlapán en Nicaragua y CIPAV en Colombia) en el Quindío evaluó el impacto del pago por servicios ambientales (PSA) en el cambio de uso de la tierra para establecer sistemas ganaderos amigables con el ambiente. En este período hubo un incremento de un 8% en las ganancias de los productores, mostrando la tendencia hacia usos de la tierra con mayores beneficios ambientales (carbono y biodiversidad). Esto demuestra que el PSA tuvo un impacto positivo en fomentar los cambios de usos de la tierra hacia sistemas más amigables con el ambiente. El financiamiento en la fase de establecimiento es primordial para que los pequeños productores puedan implementar estos sistemas. (Zapata, Murgueitio, Mejía, Zuluaga, & Ibrahim, 2007)

3. Diseño metodológico

Exploración de literatura:

Para iniciar se realizó la búsqueda de información donde se indican los beneficios ambientales de prácticas ganaderas sostenibles, específicamente de los sistemas silvopastoriles con pasturas mejoradas. Se obtuvo información para determinar la reducción de emisiones de GEI, en comparación con las emisiones de los sistemas ganaderos tradicionales. Adicionalmente se obtuvo información sobre los beneficios de la cadena de valor y su efecto en la retribución de beneficios a los productores.

Técnica de recolección de datos:

Se hizo el diseño, aplicación y análisis de una encuesta para indagar la percepción sobre el cambio climático y la disponibilidad a pagar por productos diferenciados entre los gerentes de los restaurantes y comercializadoras, como clientes potenciales para la carne producida en el municipio de Patía, con el propósito de identificar sus opiniones, políticas e intereses sobre estos temas y crear conciencia de la importancia de su papel en la cadena cárnica.

Caracterización de la muestra:

La muestra fue seleccionada de forma aleatoria entre los restaurantes ubicados en la ciudad de Cali, de alto nivel adquisitivo, pertenecientes a estratos económicos 5 y 6. Se realizó la entrevista directa con los gerentes o funcionarios a cargo de las compras en 7 restaurantes que promocionaran productos de carne de res. Se hizo la prueba piloto, recolección de información, captura y depuración de datos. Se utilizó un único formulario de la entrevista semi-estructurada con elementos cualitativos y cuantitativos, para reunir información sobre las políticas de compra y disponibilidad a pagar por productos diferenciados.

Herramientas de consulta:

Inicialmente se consulto acerca de las preferencias y políticas de compra de la carne de res, la procedencia de la carne (Nacional o importada), las características físicas que debe cumplir el producto, la ciudad de origen, la trazabilidad, proveedores y razas de ganado. Fue importante conocer la cantidad de carne que se compra mensualmente, los cortes que más se venden y la preferencia entre res, cerdo, pollo y pescado.

Algunas preguntas relevantes fueron sobre el interés en comercializar productos diferenciados, si los conoce o los distribuye, si le han solicitado estos productos, y si venderían carne de res sostenible pagando un mayor valor, y cuál sería el porcentaje adicional que pagaría.

Finalmente se entregó un cuestionario para ser diligenciado, en el que se relacionan preguntas sobre conocimiento ambiental, impacto de la ganadería, conciencia ecológica, prácticas eco-eficientes o si realizan algún tipo de manejo en su restaurante para mejorar y/o ayudar el medio ambiente.

Se hizo énfasis en la posibilidad de comercializar productos diferenciados y/o con valor agregado y su disposición para retribuir los beneficios obtenidos con los productores.

4. Resultados

Características de compra y oportunidades para la distribución de productos diferenciados

Las políticas de los establecimientos definen que los elementos principales a tener en cuenta al momento de comprar carne de res, son el olor, el color, la textura de la carne y el tamaño de la pieza, es importante conocer la trazabilidad del producto ya que la temperatura, el transporte y las plantas de sacrificio juegan un papel importante en el resultado del producto final. El punto de maduración es relevante ya que esta característica es muy solicitada por los restaurantes.

La raza Angus se destaca entre los compradores por el sabor diferente de la carne, generalmente se consigue importada ya que hay piezas que salen a mejor precio y de mejor calidad en el mercado importado, como la tira, que se consigue en países como Argentina y Uruguay, piezas como el lomo redondo se compran en Estados Unidos. El corte que se encontró común entre los entrevistados es el lomo viche que se populariza por la terneza lo que permite que sea fácil de trabajar, además, se compra sobrebarriga, lengua y jarrete, que se compran en el mercado nacional.

Se identificó un proveedor en común que surte a los principales restaurantes de la ciudad, quien se encarga de seleccionar las piezas entre distintas comercializadoras y productores, en su mayoría lomo viche, según las características que le solicitan, él es quien se encarga del proceso de maduración de la carne y la distribuye entre los establecimientos. Esto hace que el costo sea mayor pero cuenta con la garantía de la calidad del producto. Actualmente se comercializa alrededor de 500kg/mes de carne de res, distribuida entre lomo y sobrebarriga, en algunos casos se presentan hasta 40 piezas de lomo mensuales. Es el quien confirma que la carne que se distribuye entre los restaurantes proviene de la costa colombiana.

Se los comerciantes tienen el referente de que el departamento del Cauca es mal proveedor para la carne ya que es más dura que la de otras regiones, pero que es mejor para la producción de leche. Existe un mercado potencial para la producción ganadera de la región por las características de su ubicación geográfica contando con variedad de pisos térmicos permitiendo la explotación de diferentes razas bovinas productoras de carne, leche y doble propósito.

Los productos diferenciados tienen una gran acogida en estos mercados, ya que promueven el consumo de alimentos orgánicos, artesanales, con sellos de bienestar animal, o que brinden algún beneficio al medio ambiente. Platos que incluyen cordero, el pescado obtenido con la pesca artesanal y el uso de

vegetales orgánicos le dan un valor agregado al establecimiento que los ofrece sus productos con esta premisa, por ende, su costo es más alto, valor que finalmente será retribuido al productor.

DAP por carne diferenciada, generando retribución de beneficios a los productores.

La producción de la carne de res ha sido uno de los productos que genera gran impacto ambiental, por lo que la producción bajo sistemas eco - eficientes que generan una menor huella en el medio ambiente, fue bien acogida entre los propietarios de los establecimientos quienes aseguraron que estarían dispuestos a pagar más por kilo de carne, siempre que el producto conserve la calidad que se requiere, ya que, aunque tenga certificaciones y sellos ambientales, lo más importante es el sabor y la textura.

Los participantes declararon estar dispuestos a pagar entre un 8% y un 10% más por carne de res que sea igual a la carne convencional en todos los aspectos de calidad, mientras que esta haya sido producida bajo condiciones que reduzcan los impactos ambientales negativos que se mencionaron anteriormente.

Conciencia ambiental de restaurantes y comercializadoras de carne y la promoción de productos diferenciados.

En Cali encontramos que en los establecimientos de consumo tienen gran interés en el tema de la conciencia ambiental, no solo en su manejo interno, sino promoviéndolo con sus clientes. Se están implementando estrategias de ahorro en el consumo para reutilizar los recursos de forma eficiente, como el uso de aguas lluvias para las labores de aseo, el uso de pitillos de papel, no se entregan pitillos si no lo piden, residuos líquidos en botellas, papel ecológico en los menús y sobre manteles; manejo apropiado de desperdicios clasificando y minimizando la cantidad de residuo, por mencionar algunas estrategias.

Encontramos que hay restaurantes que están en el proceso de certificarse como una empresa B, el cual le da un reconocimiento mundial, ya que la idea no es que sean las mejores empresas del mundo, sino que sean las mejores empresas para el mundo. La propuesta de Sistema B apunta a una economía que pueda crear valor integral para el Mundo y la Tierra, promoviendo formas de organización económica que puedan ser medidas desde el bienestar de las personas, las sociedades y la Tierra (SistemaB, n.d.)

5. Discusión

Es de gran importancia reconocer que los encuestados coincidieron en que están dispuestos a pagar un mayor valor por carne con un menor impacto ambiental, siempre que conserven sus características de calidad. Esto indica que existe un mercado potencial siendo necesario el desarrollo de estrategias que permitan comercializar productos sostenibles producidos en el Patía, promocionados bajo la premisa de carne sostenible producida con nuevas tecnologías forrajeras.

Estos resultados van acordes a los hallados en estudios similares y ayudan a generar la caracterización del comercializador y distribuidor de carne “eco-amigable” en la ciudad. Se requiere un ejercicio de segmentación de la población objetivo a mayor escala para obtener un análisis más detallado.

Entre los productos diferenciados más comunes se encontró el uso de la carne de raza Angus, la principal característica de esta (y de los animales producto de cruzamiento con ella) es tal vez su tamaño medio, característica que explica en gran porcentaje su calidad de carne, que proveniente de animales que logran terminarse a menor edad y menor peso que otras razas y por tanto, de ejemplares más jóvenes, es determinante para la terneza de su carne. (Peláez M., 2015)

Este tipo de carne tiene un costo mayor, en comparación con otras razas, siendo este un valor agregado que ofrecen los establecimientos y que por su puesto, esta implícito en el valor del producto final. Por ello, si el consumidor está dispuesto a pagar el valor adicional, habrá una retribución al productor, siendo así, este ingreso adicional funcionaría como incentivo para la adopción de las prácticas mencionadas anteriormente.

Para garantizar que los ingresos adicionales obtenidos por los productos diferenciados no sean capturados por intermediarios, distribuidores o élites, es necesario continuar con el fortalecimiento del poder de negociación de los pequeños productores y desarrollar un marco institucional que promueva la inclusión y garantice la distribución justa de los beneficios a lo largo de la cadena. Solo garantizando que el valor agregado esta efectivamente llegando al pequeño productor, tiene sentido implementar una estrategia de productos diferenciados para fomentar la adopción de prácticas productivas más sostenibles (Charry, 2017).

6. Conclusiones y recomendaciones

Las nuevas tendencias alimenticias en el mundo están girando en torno a los mercados verdes, productos orgánicos, el interés por el bienestar animal y el cuidado del medio ambiente, por lo que los establecimientos de consumo deben estar en una actualización constante con el fin de llegar de manera más certera a sus clientes y aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece el mercado.

La economía mundial ha experimentado una expansión sin precedentes durante las últimas décadas. El crecimiento de la población, junto con los adelantos científicos y técnicos, los cambios políticos y económicos y la liberalización del comercio, han contribuido al crecimiento económico. En los países en desarrollo este crecimiento se ha traducido en un aumento de los ingresos per cápita y en una clase media emergente con un poder adquisitivo por encima de sus necesidades básicas. (FAO, 2006)

Estos factores confirman que existe un mercado para los productos diferenciados como la carne de res producida bajo sistemas amigables con el medio ambiente. Para aprovechar ese potencial se necesita abrir nuevos canales de comercialización y fortalecer y formalizar los existentes, así como las vías de acceso y la regulación del transporte. La comercialización debe abordarse desde las políticas nacionales, formalizando los medios de producción, procesamiento y distribución de carne en los establecimientos expendedores.

Parte del éxito estará entonces en saber aprovechar los Tratados de Libre Comercio que se tienen, a los que Colombia podría exportar miles de toneladas, sin desabastecer el mercado interno. El panorama nacional de los productos cárnicos está caracterizado por desafíos que plantean variables como los altos costos de alimentación, un consumo estancado y una rentabilidad decreciente. Es importante que los eslabones de la cadena de la carne funcionen de manera articulada y las acciones estén encaminadas a satisfacer el mercado con productos que no solo generen rentabilidad, sino un mayor bienestar social y ambiental.

En cerca de 1000ha dedicadas a la ganadería en Valle del Patía, se han implementado sistemas silvopastoriles produciendo carne sostenible, si el comercializador está dispuesto a pagar un mayor valor por carne sostenible, este pago por servicios ambientales resulta beneficioso tanto para los productores como para el medio ambiente y puede funcionar como incentivo para promover distintas regiones el establecimiento de sistemas silvopastoriles y la implementación de prácticas eco-eficientes.

Con los datos obtenidos de este informe se da un punto de partida para nuevas investigaciones sobre los productos diferenciados en la adopción de tecnologías forrajeras, conociendo la disponibilidad a pagar por carne sostenible, se sugiere continuar con el proceso de concientización, divulgación y promoción, definiendo las herramientas para cumplir con los requerimientos del mercado.

Bibliografía

- Centro Internacional De Agricultura Tropical, C. (2014). Obtenido de Estrategia CIAT 2014–2020: Construyendo un futuro eco-eficiente.: Recuperado de: https://ciat.cgiar.org/wp-content/uploads/2014/04/estrategia_ciat_2014_2020.pdf
- Charry, A. (2017). *Disposición a pagar por carne de res con menor huella ambiental y bienestar animal en Cali*. Cali, Colombia.
- Departamento Nacional de Planeación (DNP), R. d. (2010, p.8). *Documento CONPES 3676: Consolidación de la política sanitaria y de inocuidad para las cadenas láctea y Cárnica*.
- FAO. (2006). *La larga sombra del ganado problemas ambientales y opciones*. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.
- FAO. (2013). *Pendiente titulo*. Obtenido de FAO: <http://fao.org>
- FEDEGAN. (2014). *Plan de desarrollo ganadero 2014-2019: Por una ganadería moderna, sostenible y solidaria*. Obtenido de Federación Colombiana de Ganaderos: <http://en.calameo.com/read/001228757d3f8fa150387>
- Gutierrez, J. F., Sotelo, M., Hincapie, B., & Peters, M. (2016). Producción de carne bovina sostenible bajo asociaciones forrajeras para el topico americano.
- ICA. (2016). *Censo Pecuario Nacional-2017*. Obtenido de Instituto Colombiano Agropecuario: <https://www.ica.gov.co/Areas/Pecuaria/Servicios/Epidemiologia-Veterinaria/Censos-2016/Censo-2017.aspx>
- Lafaurie, J.F. (Mayo de 2011). *Situación actual y perspectivas de la producción de carne de res. En Expofrigorífico, 2011*. Federación Colombiana de Ganaderos (FEDEGAN), Bogotá, Colombia.
- MSRGGGS, L. M. (2017). *Principios y Criterios Para Definir Global Beef Sostenible*.
- Peláez M., J. D. (2015). Angus y Brangus y sus ventajas para producir la mejor carne en potrero. *Angus & Brangus*.
- SistemaB. (s.f.). Obtenido de <https://sistemab.org/movimiento-global/>
- Zapata, Á., Murgueitio, E., Mejía, C., Zuluaga, A. F., & Ibrahim, M. (2007). Efecto del pago por servicios ambientales en la adopción de sistemas silvopastoriles en paisajes ganaderos de la cuenca media del río La Vieja, Colombia. *Agroforestería en las Americas*.