

La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L.

Walter Iván Cárcamo Gaitán

[wacagaitan@gmail.com](mailto:wacagaitan@gmail.com)

Estudiante carrera de Economía

Agrícola, UNAN-Managua

.....

Fecha recepción: octubre 24 del 2015

Fecha aceptación: nov. / 20 del 2015

Palabras claves: Cooperativa,  
Producción de queso, Márgenes de  
Comercialización. Cadena de  
Comercialización. Productor Ganadero

Key words: Cooperative, Cheese  
production. Marketing Margen. Livestock  
producer. Comercial Chain

ISSN: 2308 – 782X



Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas  
<http://revistacienciaseconomicas.unan.edu.ni>  
[revistacienciaseconomicas@gmail.com](mailto:revistacienciaseconomicas@gmail.com)  
[revistarucfa@unan.edu.ni](mailto:revistarucfa@unan.edu.ni)

## Resumen

El presente ensayo contempla los aspectos agroindustriales, económicos y comerciales de la cadena de distribución o conocida también como cadena de comercialización de la cooperativa Masiguito R.L. El objetivo es analizar la cadena de comercialización del queso de la cooperativa y como objetivo específico es identificar los eslabones de la cadena productiva del queso en el mercado agropecuario. A su vez determinar la importancia agroindustrial del queso para la economía campesina y valorar el

márgenes de comercialización de la cooperativa y la parte del agricultor de precio final del queso. La metodología de estudio fue documentada con visitas en el sitio donde está la cooperativa. Se ha encontrado que esta es una cooperativa insertada en canales de comercialización nacionales e internacionales muy dinámicos. Se encontró que la cooperativa opera en un mercado de alto margen de ganancia neta y que los productores ganaderos participan de la cadena como proveedores con una participación medianamente alta en leche fluida y con baja participación en el nivel de procesamiento, esto es en la fase de valor agregado.

## Abstract

This paper provides an analysis of the production and marketing of cheese cooperative dairy agribusiness Masiguito R.L. The aim is to analyze the cheese marketing chain identifying the links in the production chain. In turn, determine the agro industrial importance of cheese to the rural economy, assess the trading margins of the cooperative, and show the part that the livestock producer participates in the final price of cheese. The study methodology was qualitative document and a field visit. It has been found that the cooperative is operating into very dynamic domestic and international marketing channels. It was, also found that the cooperative operates in a market of high net profit margin. In addition, livestock producers involved in a chain of milk as suppliers with a high share of fluid milk and low participation, level of processing that is in phase, and this benefit is the production of cheese.

## **Introducción**

En Nicaragua la leche y sus derivados son consideradas uno de los productos esenciales en la dieta de la población nacional; La leche es un producto que figura como de las fuentes más importantes por su concentración de proteínas y su alta perecible, por lo que tiene que ser transformado para que pueda ser apto al consumo y su comercialización.

En este estudio se analiza la cadena de comercialización de la Leche y más específico el queso, y toda la estructura que conforman la cadena de distribución del producto. El objetivo es analizar la cadena de comercialización del queso de la cooperativa MASIGUITO R.L y como objetivo específico es identificar los eslabones de la cadena productiva del queso en el mercado agropecuario. A su vez determinar la importancia agroindustrial del queso para a la economía campesina y valorar el margen de comercialización de la cooperativa MASIGUITO R.L

## **Material y métodos**

El presente trabajo es de carácter investigativo exploratoria porque se busca información, sobre datos cualitativos y cuantitativos que permitan identificar el proceso productivo de la cooperativa Masiguito R.L. La información se recaudó por medio de encuestas realizadas a productores que son socios de la cooperativa. En este proceso investigativo se logró conocer las problemáticas que tienen los socios de la cooperativa respecto a los rendimientos que tienen sus cultivos, la tipología de finca y el uso potencial del suelo.

## Resultado y Discusión

Geográficamente la ciudad y municipio del departamento de Boaco en la República de Nicaragua a una distancia de 120 km de la capital Managua. Se localiza en la posición Geográfica de latitud 12°22'48"N y longitud: 85°30'36"W con una altitud aproximada de 520 m.s.n.m. La ciudad fue fundada el 23 de agosto de 1858 y elevada al rango de ciudad el 2 de marzo de 1926.

Limita al norte con los municipios de Boaco, Matiguas (Matagalpa) y Paiwas (RAAS), Al sur con Cuapa y Comalapa, Al este con los municipios de El Ayote (RAAS) y La Libertad Chontales. Al oeste con los municipios de San Lorenzo y Boaco. E

La población es de 40,700 habitantes (Censo oficial 2006) con una población urbana 33% / rural 67%. La densidad poblacional Total es de 28 habitantes /Km<sup>2</sup>. La densidad poblacional Urbana es de 12 habitantes / Km<sup>2</sup>. La densidad poblacional Rural es de 16 habitantes /Km<sup>2</sup>. La economía está basada principalmente en la agricultura y la ganadería. La ganadería constituye el movimiento económico más fuerte, siendo Camoapa una de las regiones ganaderas más prósperas de Nicaragua. Otra industria importante es la artesanía del cuero, y el tejido de los sombreros de pita.

La producción de ganado vacuno de leche puede darse en sistemas extensivos (basados únicamente en pasturas), sistemas intensivos, llamados también sistemas estabulados (basados en el uso de suplementos, concentrados o RTM), y en sistemas semi-extensivos (basados en pasturas y el uso de cantidades variables de suplementos). Cada sistema tiene sus propias características y puede ser altamente rentable si es manejado adecuadamente y se adapta a las condiciones del medio.

El sistema de producción que mejor funcione para un ganadero estará influenciado por factores asociados al mismo ganadero, factores ambientales, el precio de la leche, el costo del alimento y la eficiencia con que el alimento se convierte en leche.

La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L.  
 La sincronización adecuada de estos factores determinará la rentabilidad operativa  
 de un fundo

Tabla#1: Zonas productivas de eche leche de Nicaragua.			
Zonas Productivas	Principales departamentos	Producción Lechera Lts diarios	%
Zona 1	León ,Chinandega y sus respectivos municipios	224,802	10.43%
Zona 2	Managua, Mateares, Chiltepe, Tipitapa, Malacatoya, Tisma, Masaya, Carazo y Granada.	118,335	5.49%
Zona3	Nandaime, Rivas y sus Municipios	53,351	2.48%
Zona4	Chontales, RAAS, El Rama, y el cuadrilátero Lechero ( Nueva Guinea(RAAS) y El Almendro(Rio San Juan))	997,038	46.28%
Zona5	Boaco, Camoapa y el resto de sus municipios.	188,367	8.74%
Zona6	Matagalpa y sus municipios; el Colapar, San Pedro el Norte, Bocana de Paiwas y la RAAN y Triangulo Minero.	344,883	16.01%
Zona7	Jinotega, Estelí y Madriz con sus respectivos municipios.	227,780	10.57%
Fuente: IV CENAGRO, 2011			

El queso es uno de los principales productos agrícolas del mundo. Según la Organización para la Alimentación y la Agricultura (FAO) de las Naciones Unidas, en 2004 se produjeron en el mundo más de 18 millones de toneladas. Esta cantidad es superior a la producción anual de granos de café, hojas de té, granos de cacao y tabaco juntos. El mayor productor de queso es Estados Unidos, que asume un 30 por ciento de la producción mundial, seguida de Alemania y Francia

La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L. La industria nicaragüense produce básicamente leche pasteurizada, queso de exportación y leche en polvo, aunque en tiempos altos de producción incluyen queso para consumo local, crema, mantequilla, entre otros derivados. Sin embargo lo que permitirá a las industrias vender otros derivados de la leche más rentables, tales como queso, leche en polvo, yogurt y helados es la calidad de la materia prima, se demandan requisitos de calidad de composición y sanitaria relativamente estrictos, solamente una de las empresas grandes (Eskimo S.A.) tienen un sistema HACCP de inocuidad alimentaria certificado por MAG.

Existen tres tipos de mercados para leche cruda producida en fincas ganaderas:

1. El mercado de la industria procesadora de leche pasteurizada, leche en polvo y derivados lácteos.
2. El mercado de fabricación de quesos artesanales o semi industriales para el mercado centroamericano y local.
3. El mercado de leche cruda y/o cuajadas directamente para el consumo.

Según IICA-MAGFOR-JICA (2005) menciona que:

- La producción primaria: 97,000 fincas ganaderas, 616,000 vacas paridas;
- En la industria del queso: 10 pequeñas plantas pasteurizadoras, 29 pequeñas y medianas empresas que producen quesos de exportación (Morolique), y una pequeña proporción de productores artesanales de queso para consumo local.
- En la comercialización del queso intervienen los siguientes agentes: productor acopiador-procesador (o quesero), exportadores, intermediarios de importadores.

Actualmente existen aproximadamente unas 1,100 queserías de todos los tamaños a nivel nacional. De estas 10 producen para exportar a Centroamérica, se estima que unas 32 más están equipadas con sistemas y medios técnicos dispuestos para mejorar en el corto y mediano plazo y unas 50 que requieren de procesos profundos de reconversión posibles solo en el largo plazo. (Centro de promoción de exportaciones. NICAEXPORT).

La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L. La cadena láctea tiene sus particularidades ya que consiste en la producción y acopio de leche cruda, la producción de productos industriales derivados de la leche (queso, leche pasteurizada, crema, helados entre otros) y el comercio generado por los distribuidores de estos productos al por menor y al por mayor.

En la larga cadena agroindustrial se identifican cuatro eslabones de importancia: el eslabón de insumo, eslabón de acopio, eslabón de producción, eslabón de comercialización.

Eslabón de comercialización.

En este eslabón es importante la calidad del producto para entrar o mantener la participación de mercados, sin embargo para lograr esta calidad requerida es necesario realizar inversiones en las plantas para superar la forma artesanal de producción de la mayoría de las empresas que participan en el procesamiento de la leche, es por tal razón que se requiere de información de mercados, apoyo en el desarrollo de enlaces comerciales más estables, tramites de exportación, entre otros. Las PYMES constituyen actores muy numerosos en la economía de todos los continentes, desde américa latina; el sistema económico basado en Pymes dinámicas puede impulsar redes sistémicas de intercambio e interacción entre estos individuos y sus núcleos sociales y con los demás actores económicos en un contexto actual de mercados globalizados e institucionales.

Las Pymes en Nicaragua a través de su trayectoria han demostrado ser muy dinámicas e innovativas, están iniciando una ruta con un alto perfil competitivo proyectando una reconversión industrial que le agrega valor a la materia prima (leche fluida).

No obstante para que las Pymes despeguen con mayor rapidez y solidez se deben considerar poner más atención a los actores más importantes que gobiernan la cadena láctea desde su posicionamiento en los eslabones claves, sus interacciones,

La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L. sus vínculos que tienen estos agentes y la capacidad de integrarse hacia tras y hacia delante a lo largo de la cadena.

El estudio de Artola y Parrilli (2002) analiza las experiencias exitosas, identifica vacíos y oportunidades en las relaciones internas al cluster de Boaco y Chontales, y contribuyen en el afinamiento del modo de intervención de los principales actores internacionales (proyecto BID relativo al estudio), nacionales (PNC, MIFIC) y locales, de tal manera que se vinculen mejor con el desarrollo del cluster y la cadena en su conjunto.

De acuerdo a la literatura, la forma cuasi-jerárquica de gobierno tiende a predominar en este sector, siendo los compradores internacionales los que asumen el liderazgo. Sin embargo, la evidencia del estudio muestra que existe una variedad más amplia de formas de organización y gobierno de las cadenas productivas. Además de muchas formas cuasi-jerárquicas de gobierno, también se establecen relaciones basadas en el mercado y a menudo coexisten múltiples cadenas productivas en la misma concentración empresarial. Por ejemplo, en la concentración empresarial de productos lácteos de Nicaragua surgieron múltiples cadenas productivas a medida que se ha desarrollado el sector. Cada cadena cuenta con su propia posibilidad de progreso competitivo para las empresas locales y con un grado distinto de economías externas. Artola y Parrilli (2002) identificaron cinco tipos principales de cadenas productivas:

- a. Ganaderos semi-urbanos, que producen esencialmente leche cruda sin procesar y la venden a pequeños minoristas y productores de alimentos artesanales cerca de las zonas urbanas en las regiones de Boaco y Juigalpa-chontales.
- b. “manteros” nacionales, que compran leche en áreas de difícil acceso, la procesan de modo artesanal (no industrial) para producir quesos, cuajada, crema, mantequilla y otros productos lácteos. Los manteros abastecen principalmente los mercados populares y de bajo ingresos. También compran

La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L. leche de productores aislados para venderla a intermediarios o directamente a tiendas minoristas de los centros urbanos.

- c. Pequeños inversionistas del el salvador, que en los años 90 invirtieron en plantas de producción en las principales zonas lecheras del país y producen queso Morolique para exportar a el salvador y queso duro para los mercados étnicos de los estados unidos. Su principal ventaja competitiva es el hecho de conocer el mercado de exportación, sus exigencias y sus redes de venta.
- d. Cooperativas semi-industriales de pequeños y medianos productores de leche, que se han agrupado para compartir instalaciones (por ejemplo centros de acopio de leche, plantas procesadoras, puestos de venta) y otros servicios (crédito, asistencia técnica, maquinaria y equipo). Doce de estas cooperativas agrupan a más de 2000 pequeños ganaderos y vende leche refrigerada a plantas procesadoras y queso a comerciantes de el salvador. También está incursionando en el mercado de exportaciones estadounidense con cierto éxito (progreso cooperativo funcional).
- e. La compañía transnacional Parmalat, que entro al mercado nacional en 1999 concentrándose en el mercado nacional y regional (centro americano). Parmalat compra leche de varias fuentes, incluyendo sus propios centros de acopio en Boaco y chontales y otros centros de acopio de la cooperativas mencionadas anteriormente. El principal mercado de Parmalat lo constituyen las tiendas orientadas a la población de mayor ingreso y los supermercados de Managua y de los principales centros del país.

### **Canales de Comercialización**

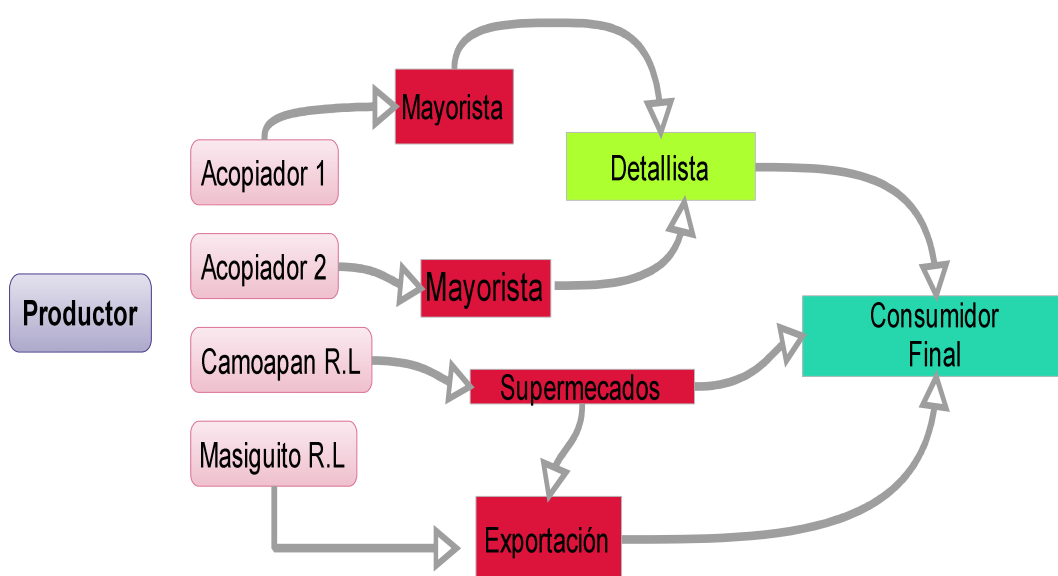
El canal de comercialización de los producto agropecuario están conformado por diferentes etapas de distribución los más importante entre estos están en primera parte la parte de los productores (conocida como la parte de concentración), después encontramos la parte media donde se encuentra los proceso de trasformación de la materia prima donde se le agrega donde interviene diferentes proceso y el producto pasa por varias manos dándole valor agregado (también conocida como la parte de



La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L. (transformación) y por último encontramos la tercera parte la parte de la distribución del producto final ya listo para ser consumido (también conocida como la dispersión).

Ilustración 1 Cadena de comercialización de queso

## Cadena de Comercialización del Queso



Fuente: Elaboración propia

### b. Los componentes de la cadena

La cadena de comercialización se compone de por diferentes eslabones que la unen entre sí pareciendo un flujo lineal comenzando con los productores y terminando con el consumidor final.

- 1. Productor:** Los términos productor o productora se refieren a la persona que realiza una producción, en cualquiera de los significados de este término. Para nosotros la es aquella que produce nuestra materia prima para así obtener un producto terminado con un valor agregado.

Para fines de comprender mejor este eslabón estudiaremos el caso de productor a quien llamaremos Ignacio Bodan, productor lechero de Camoapa miembro de la cooperativa Masiguito R.L., a quien también le vende su producción a doña Julia, el

La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L. posee alrededor de 70 Mz y posee un total de 50 cabeza de ganado donde su hato lechero actualmente es de 25 vacas paridas, el Ing. Bodan vende su producción a C\$12.50 por litro de leche a una acopiadora que se ubica a unos 700 mts de la ubicación de su finca.

**2. Acopiador 1:** El acopiador es la personas, sociedad, o cooperativas que se encargan de retirar el producto, trasportarlo, Almacenarlo, distribuido, y en algunos caso procesarlos, en el caso de estudio llamaremos a esta persona como doña Julia, doña julia recibe su producto del señor Bodan quien se lo vende ella al recibir su producto lo vierte en contenedores donde lo deja que se cuaje para así elaborar cuajadas artesanales que luego las vende por mayor siendo sus costos al por mayor de C\$15.00 y saca de un litro de leche 3 cuajadas lo cual le genera una ganancia neta de C\$32.50 por litro.

**3. Acopiador 2:** como igualmente lo definimos anteriormente el concepto de acopiador ahora hablaremos más a fondo de esa función

Se está estableciendo centros de acopios para elevar la posición del procesamiento organizado de la leche así como el mejorar la calidad de la leche cruda. El potencial de las cooperativas de productores que tiene un contrato especial con algún procesador de leche y recursos suficientes para pagar directamente a los productores o en algún caso concederles créditos, este hecho tiene que ser tomadas en cuenta por las diversas instituciones.

El principal problema está relacionado con la calidad de la leche fluida en dos aspectos:

- ✓ aseguramiento de calidad de la leche fluida ordeño, acopio
- ✓ el establecimiento de un sistema independiente de control de calidad.

Actualmente el precio por calidad está determinado por los criterios establecidos en los análisis de la leche realizados por las plantas industriales, sin conocer los registros de la calidad de los productores y centro d acopio (en aquellos casos donde se cuenta con equipos de laboratorios), esto trae desacuerdo en el pago por calidad

La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L. entre los suplidores y las plantas industriales lo que a su vez influye negativamente en las relaciones de proveeduría entre ambos actores productivos.

**4. Mayorista:** El mayor o distribuidor mayorista es un componente de la cadena de distribución ( o también conocida como de comercialización), en que la empresa o el empresario, no se pone en contacto directo con los consumidores o usuarios finales de sus productos, sino que entrega esta tarea a un especialista. El mayorista es un intermediario entre el fabricante (o productor) y el usuario intermedio(minorista); intermediario que:

- compra a una persona que produce (productor independiente o asociado en cooperativa), a un fabricante, a otro mayorista o intermediario en grandes cantidades.
- vende a un fabricante, otro mayorista o a un minorista, en cantidades más pequeñas, pero nunca al consumidor o usuario final.

Para continuar analizando nuestro modelo tenemos que ahora nuestro productor interviene en esta cadena ahora como mayorista comprando el producto y vendiéndolo a un precio al por mayor de C\$17.00

#### **Detallista o Minorista:**

El distribuidor minorista, minorista o detallista es la empresa comercial o persona en régimen de autónomo que vende productos al consumidor final. Son el último eslabón del canal de distribución, el que está en contacto con el mercado.

Con nuestro mismo agente económico vende su producto a un precio al detalle de C\$ 20.00 la unidad obteniendo una ganancia neta de C\$5.00 por cada cuajada que el venda.

**5. Camoapa R.L.:** La Cooperativa de Servicios para la Producción Agropecuaria San Francisco de Asís R.L. COOPESAFRA R.L.

La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L. Ubicada en Camoapa, departamento de Boaco Nicaragua, se constituye e inicia operaciones el 26 de septiembre del año 1991, contando con 25 miembros y acopiando inicialmente 471,580 litros de leche por año.

Actualmente la Cooperativa cuenta con una membrecía de 400 socios y acopia 50,000 litros diariamente, procesándose toda la leche en los diferentes productos derivados lácteos.

Una de nuestras metas es producir leche a nivel de finca con los estándares de calidad que exige el mercado, interno y externo y ofertar derivados lácteos garantizando la inocuidad de los mismos, contamos con infraestructura y equipos adecuados para su procesamiento, se han instalado varios centros de acopio cercanos a las fincas lecheras con el fin de conservar la materia prima (leche) en las mejores condiciones para este proceso.

La industria LACTEOS CAMPOAPAN, propiedad de esta Cooperativa, cuenta con licencias para exportar a El Salvador, Honduras, Costa Rica y Guatemala, también la certificación de la FDA, para exportar sus productos a Estados Unidos de América.

La cooperativa láctea también vende sus productos a nivel nacional con la siguiente gama y variedad de precios:

- Queso de crema C\$ 61.00
- Queso de crema ahumado C\$ 63.00
- Queso criollo C\$ 66.00
- Quesillo C\$ 72.00
- Queso Morolique C\$ 72.00
- Queso Fresco C\$ 61.00

**Supermercados:** Un supermercado es un establecimiento comercial de venta al por menor que ofrece bienes de consumo en sistema de autoservicio entre los que se encuentran alimentos, ropa, artículos de higiene, perfumería y limpieza. Estas tiendas pueden ser parte de una cadena, generalmente en forma de franquicia, que

La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L. puede tener más sedes en la misma ciudad, estado, país. Los supermercados generalmente ofrecen productos a bajo precio. Para generar beneficios, los supermercados intentan contrarrestar el bajo margen de beneficio con un alto volumen de ventas. También es parte de la cadena de distribución y funge la función ya sea mayorista como minorista ya sea su tipo de operaciones realizada.

## **6. Masiguito R.L**

:

La cooperativa Masiguito R.L esta ubicada en el municipio de Camoapa departamento de Boaco, la cooperativa se constituye oficialmente en el año de 1992, y su formación tubo apoyo del Programa Integrado de Desarrollo Rural (PIDR), inicia operaciones con 23 socios y ahora cuentan con un total de 250 que abastecen todo el sistema productivo de la empresa y un total de 750 proveedores teniendo una capacidad diaria de 90,000 litros de leche de los cuales 30,000 son entregados a Centrolac como parte de su acuerdo de operaciones, en la fabricase producen los él restantes en los diverso tipos de queso que la fábrica entrega para su exportación hacia El Salvador, Estados Unidos y Venezuela.

Teniendo una producción total anual de 32, 850,000 litros de leche fluida de los cuales 16, 425, 000 litros anuales son entregado a CENTROLAC y 4, 106,250 libras de Quesos anuales y exportada a diversas partes del mundo.

Proceso de elaboración del queso:

Recolección: la cooperativa posee diversas rutas o zonas donde se va a traer el producto para ser llevado a la fábrica por un transportista designado por la cooperativa.

Filtrado: al llegar al fabrica el producto es controlado llamada hoja de ruta atreves de un sistema de código (como ejemplo: JuanPerez\_G\_11) para controlar el nombre ruta y transporte, luego se pasa ante una maya de material especial (no definido por el

La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L. Ing. a cargo en la visita) donde después se introducen en un sistema para luego pagarle al producto, el valor de litro es de C\$ 12.00.

Tina de Resección donde pasa la leche para bajarla a 4°C donde luego pasan a tanque de almacenamiento.

Laboratorio: al ya estar en los tanque de almacenamiento se toma una muestra para realizar pruebas de alcohol, reductasa, acides, para verificar la pureza del producto y entre otras cosa pruebas.

Descremado: el producto pasa por una centrifuga donde se descrema para estandarizar el producto y sacar los subproducto, además que los productos ya terminados deben ir con un nivel de crema, grasa determinados.

Áreas de Proceso: el producto ya descremado pasa por tanque donde sé pasteuriza.

Cuajación: ya pasteurizado la leche pasa para a la cuajación donde se le agrega vitaminas y otros componentes de ayudan al mejorar la calidad.

Prensado: después de que el producto este cuajado pasa para ser prensado en presentación de 100 libras.

Cámara enfriarte: luego pasa para ser enfriado y esperar que sea empacado para ser exportado.

A continuación le presentamos da cadena de distribución para el sector exportador y analizamos sus nuevos componentes que actúan en esta nueva cadena.

Ilustración 2 Cadena de comercialización mercado externo



**Agentes de Comisión:** se están volviendo menos común, estos buscan compradores de los mercados de destino, tienden a ser importadores, ellos cuentan con el conocimiento requerido como un intermediario para vender productos de países en vías de desarrollo.

**Importadores:** Las empresas mayoristas importadoras compran los productos para seguidamente venderlos a compradores domésticos como fabricantes de alimentos (los mayores compradores) o empresas procesadoras de alimentos compuestos (a menor escala), los importadores suelen tener relaciones de largo plazo con sus proveedores y un conocimiento excelente de los requisitos de calidad, logística y procesos administrativos formales.

**Procesador de Mezcla:** Mezclan y componen el producto, de acuerdo a recetas especiales para crear un producto final, esto significa que existe una relación entre el producto de alimento (que hará los productos finales) y el procesador de mezcla.

La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L. Fabricante de Alimentos: es uno de los actores protagonistas en la cadena de suministros. Estos re-exportan productos finales o los venden a los distintos segmentos del mercado; el mercado minorista es el comprador principal. Tiende a comprar sus productos directamente de los importadores.

Los productores de alimentos necesitan un suministro regular de materias primas de alta calidad por lo tanto deben mantener estrechas relaciones cercanas con los importadores y trabajar con ellos a través de contratos y colaboraciones a largo plazo.

**Minorista/Servicio de alimentos:** Los exportadores de países en vías de desarrollo no suministran usualmente el segmento minorista o el segmento de mercado de servicios de alimentos. Sin embargo, los minoristas son capaces de aumentar su potencia y requerimientos del producto a través de la cadena. Además de los requerimientos de calidad, ellos necesitan disponibilidad constante de suministros a un corto plazo. La industria de servicio de alimentos incluye restaurantes, hoteles, negocios de servicio de catering y hospitales.

Su demanda es menos insistente que la venta minorista. Por otro lado, la Pyme nicaragüense no suele contar con los volúmenes requeridos para trabajar a nivel nacional. Por ello es recomendable que realice una selección previa del área geográfica y del canal más adecuado para cada producto y concentrar en él todos los esfuerzos de comercialización. Para comercializar quesos hispanos, el canal más común o tradicional es la venta al detalle, a través las pequeñas tiendas conocidas como bodeguitas (en áreas con fuerte presencia demográfica hispana) y los supermercados independientes, aunque cada vez es más común encontrar una gran variedad de productos hispanos en los supermercados grandes o de cadena. Algunas grandes cadenas minoristas (Walmart o Publix) incluso han desarrollado un tipo de establecimiento específicamente destinado al consumidor hispano.



La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L. Para hacer llegar un producto a cualquiera de esos puntos de venta existen canales de distribución, especializados o no en productos hispanos, que incluyen:

Procesadores de queso: menos costoso desde el punto de vista de la comercialización, se puede envasar el producto para una marca privada o una marca reconocida y aprovechar los canales de distribución ya existentes. Lógicamente esta opción reduce al mínimo el control del mercado por parte del exportador nicaragüense.

Importador: el importador puede ser el mismo distribuidor, y efectúa los trámites aduaneros y sanitarios para el ingreso del producto a EE.UU. Los importadores que no son distribuidores tienen un margen de intermediación de entre el 5 y el 12% del valor de facturación dependiendo de los servicios que ofrezcan.

Distribuidores mayoristas: Se encargan de la comercialización del producto a media o gran escala. Los importadores y distribuidores compran el producto y lo revenden en territorio estadounidense, encargándose del almacenamiento y de la distribución física del producto. Presenta obviamente el inconveniente de la pérdida del control sobre la política comercial y de precio por parte del fabricante. Un distribuidor puede llegar a aplicar un margen de hasta un 40% del valor de la factura del producto.

**Agentes y brokers:** Son los encargados de intermediar entre el exportador y el distribuidor o el fabricante-procesador. El agente se ocupa de conseguir clientes a cambio de una comisión que puede fluctuar entre un 5% y un 20% sobre el valor del contrato. El exportador nicaragüense será quien se ocupe del envío de la mercancía. Rara vez ofertan servicio de almacenamiento o post-venta, por lo que dichas prestaciones deberán contratarse por separado.

La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L. Análisis Económico de la cadena y costos de costos de Fabricación de queso. La tabla de abajo nos muestra os datos económicos productivos para la elaboración de queso Morolique el cual es uno de os productos estrecha de la cooperativa bajo análisis.

Ilustración 3 Costos de producción queso Morolique

QUESO MOROLIQUE: COSTO DE PRODUCCIÓN (EN DOLARES).					
EMPRESA MASIGUITO: Costo de Producción del Queso Morolique (US\$/AÑO)					
Conceptos	Cantidad	UM	Costos		Estructura
			Unitario	Total	%
Costos Directos					
I. Insumos			0.76	\$ 2023,356.84	61.76%
Leche	2,628,000	Litro	0.67	\$ 1752,088.00	54.76%
Adictivos Queso		US\$/Libra	0.09	\$ 223,807.05	7.00%
Adictivos Crema		US\$/Libra	0.06	\$ 47,462.00	
II. Mano de Obra			0.022	\$ 54,413.89	1.70%
Mantenimiento y Reparación		US\$/Libra	0.002	\$ 6,046.00	0.19%
Salarios		US\$/Libra	0.019	\$ 48,368.00	1.51%
III. Asistencia Tecnica			0.028	\$ 70,850.54	2.21%
Asistencia Tecnica		US\$/Libra	0.004	\$ 9,069.00	0.28%
Combustible		US\$/Libra	0.003	\$ 7,860.00	0.25%
Depreciación			0.001	\$ 359.00	0.10%
Energía Eletrica + Agua		US\$/Libra	0.009	\$ 22,672.00	0.71%
Telecomunicaciones		US\$/Libra	0.001	\$ 3,023.00	0.09%
Impuestos Municipal 1%			0.01	\$ 24,867.00	0.78%
<b>TOTAL COSTO DIRECTOS</b>				\$ 2148,621.27	
Costo Indirectos					
IV. Administración 5%			0.05	\$ 107,431.06	3.36%
<b>TOTAL DE COSTO INDIRECTOS</b>				\$ 107,431.06	3.36%
V. Costos Financieros				\$ 2256,052.33	
Interés		12 Meses	0.11	\$ 229,902.00	7.19%
VI. Comercialización				\$ 229,902.48	
Empaque Plástico y Membretado (Queso)	1	US\$/Libra	0.23	\$ 847,852.78	9.79%
Transporte y Aduana	1	US\$/Libra	0.28	\$ 313,225.60	9.79%
Emplasticado y Membretado (Crema)	1	US\$/Libra	0.11	\$ 47,614.10	
<b>TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN</b>				\$ 8,703.08	2.61%
Rendimiento	2,486,745			\$ 3199,332.82	
Costo Unitario	1	Lb	2.29		
Precio Promedio de Costo de Venta	1	Lb	2.45		
Total Costo Producción Crema				\$ 134,474.76	
Rendimiento	791,028				
Costo Unitario Crema	1	Lb	0.17		
Precio de Venta Crema	1	Lb	0.9		
Total Costo Producción Queso-Crema / año				\$ 3333,807.58	
Fuente: Proporcionado Por Empresa Masiguito R.L					

### **Márgenes de Comercialización**

Un litro de leche cruda cuesta C\$ 12 para realizar una libra de queso se necesita 4 litros de leche por lo tanto una libra de queso convertida en leche fluida costaría a nivel de productor precio en finca de C\$ 48 con esta razonamiento el margen bruto de comercialización o margen tota seria de 27.27%. Posiblemente este sería un margen razonable sin embargo en él no se han tomado en cuenta os costos netos de comercialización y este datos no arroja un valor aun no robusto para emitir una opinión de eficiencia o ineficiencia. Pues os productores no reciben e precio de 48 córdobas efectivos ellos reciben 12 córdobas por litro en finca.

#### **Margen Bruto de Comercialización.**

$$\text{MBC} = \frac{\text{Precio del Consumidor} - \text{Precio del Agricultor}}{\text{Precio del Consumidor}} = \frac{66 - 12}{66} * 100 = 81.82\%$$

Esto nos indica que el MBC de la cadena es de un 82% aproximadamente lo cual nos deja apreciar la parte que maneja toda la cadena en la intermediación directamente. También aquí hay que tomar en cuenta que hay un proceso agroindustria o procesamiento, de valor agregado esto es la producción de queso.

#### **Margen Neto de Comercialización**

$$\text{MNC} = \frac{\text{Margen Bruto} - \text{Costo de Mercadeo}}{\text{Precio Pagado por el Consumidor}} = \frac{54 - 7.56}{66} * 100 = 42.54 \%$$

La cadena de mercadeo del queso de la Cooperativa Agroindustria Masiguito R.L. Este margen nos deja apreciar cuánto de las ganancias neta que queda para los actores de la cadena comercial. Esto es un 42.54%. Por otro lado un 52 % es lo que los productores se llevan de precio final.

**Parte del Productor Agrícola**

$PDA = 66 - 12 = 54$  equivalente al 18.18%

Esto nos indica que el productor participa con un 18.18 % de la cadena de comercialización esto es al portón de la finca en comparación con el nivel de procesamiento o nivel agroindustrial como lo es la producción de queso.

<b>Tabla No 3. Márgenes Participación y Costos de eficiencia de comercialización</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Leche fluida</b>	<b>%</b>	<b>Queso fresco</b>	<b>%</b>
<b>Precio consumidor (Its C\$)</b>	23		66	81.82
<b>Margen de precio C\$</b>	11	47.83	54	
<b>Precio al productor ganadero C\$</b>	12		12	
<b>Partición del productor ganadero (porcentaje)</b>	52.17	100.00	18.18	100.00
Fuente: Precio al consumidor (supermercado). Precios al productor trabajo de campo cooperativa Masiguito R.L.				

## Conclusión.

En el presente trabajo se ha encontrado los diferentes participantes de la cadena de distribución o de comercialización, de queso. El caso de la cooperativa Masiguito muestra las diferencias entre el nivel del productor ganadero de doble propósito que entrega leche a la cadena agroindustrial.

La presentada cadena nos reveló que la cooperativa Masiguito R.L que se ubica en el municipio de Camoapa, Boaco su producción total está destinada en un 90% a la exportación a los Estados Unidos, El Salvador, entre otros; y el restante 10% es destinado al consumo interno del país.

El margen neto de comercialización de este actor es de 42.54%. Esto refleja el nivel de valor agregado por un lado y por otro lado se puede ver que los productores que están asociados en esta cadena productiva y de comercialización probablemente estén mejor que los productores en la misma zona que no participan de la cadena de comercialización. Este diferencial lo podemos ver que los productores ganaderos en la fase de procesamiento o valor agregado solo participan con un 18.18% de precio final de la venta de queso.

## Bibliografía.

Artola N. & Parrilli M. (2002). Cadenas productivas: lecciones de la experiencia internacional y nacional, el despegue del sector lácteo en Boaco y Chontales. (Cooperación Técnica BID-FOMIN. TrustFund Italiano). Nitlapan-UCA, Managua.

Escobar G & Berdegue J, (1990) Tipificación de Sistemas de Producción Agrícolas, Chile, RIMISP

Flores S. y N. Artola (2004). La cadena de lácteos en Nicaragua: estudio de caso en el marco del proyecto regional "Las mujeres en la Agenda económica y en la apertura comercial". Publicado en el libro Las cadenas de valor en Nicaragua: quequisque, forestal y lácteos, tres estudios de casos. UNIFEM, Managua.

Frédéric, A & Eberhart C, (1999), Análisis y Diagnóstico de los Sistemas de Producción en el medio Rural: Guía Metodológica, Ecuador.

Gonzaga, H & López, M (2011), Innovaciones Lácteas en el departamento de León 2009, Nicaragua, UNAN-RUCFA,

IICA, (2004), Cadena Comercial del Queso, Costa Rica, IICA.

IICA-MAGFOR-JICA (2005). Cadena agroindustrial de la carne en 15 cadenas agro industriales. [www.iica.int.ni/library/caden\\_agroin.htm](http://www.iica.int.ni/library/caden_agroin.htm)

IICA-MAGFOR-JICA (2005c). La cadena agroindustrial del queso fresco en 15 cadenas agro industriales. [www.iica.int.ni/library/caden\\_agroin.htm](http://www.iica.int.ni/library/caden_agroin.htm).

INIDE-MAGFOR, (2013) IV CENAGRO 2011, Nicaragua, INIDE

INIDE-MAGFOR, (2013) IV CENAGRO2011 Departamento de Boaco, Nicaragua INIDE.

Mendoza G, (1980), Compendio de Mercadeo, Costa Rica, IICA.

MIFIC, (2012), Análisis de Encadenamiento Productivo para la Generación de Valor Agregado en Nueve Cadenas Agroalimentarias en las Zonas de Mayor Potencial del Nicaragua, Nicaragua, MIFIC.

MIFIC, (2011) Ficha de Exportación de Queso a Alemania, Nicaragua, MIFIC.

MIFIC, (2011) Ficha de Exportación de Queso a Chile, Nicaragua, MIFIC.

MIFIC, (2011) Ficha de Exportación de Queso a EEUU, Nicaragua, MIFIC.

MIFIC, (2011) Ficha de Exportación de Queso a España, Nicaragua, MIFIC.

UCA, (2006) Estudio de Mercadeo del queso, Nicaragua, UCA.

Villacorta D (2011), Sistema de Producción Lechera, Costa Rica IICA.