

NUEVOS RETOS DE LA AGROINDUSTRIA RURAL EN LOS PAISES DE LA REGION ANDINA

Francois Boucher
PRODAR/IICA - CIRAD TERA

Hasta hace poco tiempo la Agroindustria Rural (AIR) era un sector desconocido, al cual se le negaba importancia social y económica; además, se pensaba que los productores campesinos no tenían capacidad empresarial. En general, había resistencia al tema frente al orden agroindustrial establecido.

Desde 15 años atrás, se ha desarrollado en América Latina un fuerte movimiento de promoción de la AIR para ayudar a los pequeños productores y a los campesinos a valorizar su producción y, de esa manera, mejorar sus condiciones de vida gracias a los ingresos generados y a los empleos creados. Se ha constituido además, una herramienta de fomento de la AIR con el Programa de Desarrollo de la Agroindustria Rural en América Latina y el Caribe (PRODAR), que agrupa a 15 redes nacionales de AIR (REDAR) y promueve un conjunto de actividades de información, investigación, capacitación y cooperación horizontal. En la región andina existen 5 REDAR en Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, con diferentes grados de consolidación y desarrollo, que agrupan alrededor de 300 instituciones y entidades vinculadas a la AIR.

La definición empleada y difundida por PRODAR considera a la "agroindustria rural" (AIR) como la actividad que permite aumentar y retener, en las zonas rurales, el valor agregado de la producción de las economías campesinas, a través de la ejecución de tareas de poscosecha en los productos provenientes de explotaciones silvo-agropecuarias, tales como la selección, el lavado, la clasificación, el almacenamiento, la conservación, la transformación, el empaque, el transporte y la comercialización.

En la actualidad, la AIR responde a una necesidad sentida; se convierte en una opción que permite ver esta actividad como una importante contribución a la solución de los problemas del campesinado de la región. En el área andina, existen alrededor de 800 000 unidades empresariales identificadas como AIR, que generan directamente alrededor de 2 millones de puestos de trabajo, destacando por su importancia en producción, empleo, y generación de valor las queserías, la molinería, la panela, los derivados de yuca, el beneficio del café y del cacao, entre otros.

En estudios de caso y diagnósticos de AIR realizados en Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela se han caracterizado una serie de aspectos técnicos, administrativos y comerciales de estas unidades empresariales, algunos de los cuales se presentan a continuación:

1. Abastecimiento de materias primas.

En los países de la región andina, buena parte de las AIR son propiedad de los pobladores rurales que no necesariamente son productores de la materia prima, predominando un sistema de articulación entre pequeños productores y pequeños empresarios rurales a nivel local.

Este es el caso de una parte importante de los trapiches paneleros y de las rallanderías de yuca en Colombia, de las casaberías en Venezuela, de las queserías rurales andinas del Perú y Ecuador, entre otras actividades.

2. La organización para la producción.

En la AIR de la región andina predomina la organización de tipo familiar o individual; empresas de mayor tamaño, normalmente apoyadas por proyectos de desarrollo, adquieren la forma de asociaciones o cooperativas, modalidad que se presenta con mayor frecuencia en la producción de derivados lácteos.

En general se puede afirmar que la lógica de la organización de las AIR sobre todo en las más pequeñas, responde a un sinnúmero de factores culturales y especialmente a las lógicas de supervivencia de la agricultura familiar. En unas organizaciones las actividades se enmarcan en la perspectiva de la rentabilidad, y en otros grupos prima un sentido de integración o complemento.

3. Tecnología y maquinaria

Comúnmente, la AIR emplea tecnologías tradicionales de tipo autóctonas, con niveles de mecanización sencillos; de acuerdo a estudios realizados alrededor del 41% de las unidades empresariales mantienen procesos tradicionales, situación que se presenta en actividades tan diferentes como las artesanías, las queserías y los aserraderos.

Sin embargo, existe una tendencia en algunos casos específicos a mejorar las condiciones de producción como resultado de la actividad de entidades de investigación y transferencia de tecnología que se han especializado en algunos subsistemas, como es el caso de las queserías en Ecuador con el proyecto Funorsal, de la panela en Colombia con el apoyo de CORPOICA, CIMPA y de los molinos hidráulicos con ITDG en el norte del Perú.

4. Los consumidores, los mercados y la comercialización

El mercadeo y la comercialización de productos de las AIR es indudablemente uno de los puntos críticos para lograr la consolidación y el desarrollo de estas unidades empresariales y es a su vez uno de los componentes más débiles de las organizaciones promotoras del desarrollo -tanto públicas como privadas-.

La mayor parte de los productos elaborados por la AIR en la región son bienes de consumo final para su empleo por el consumidor (entre un 51 y un 97%, según los diagnósticos). Sin embargo, resulta interesante resaltar que estas unidades productivas también elaboran insumos y materias primas para otras industrias, situación que demuestra la capacidad de articulación de la AIR con sistemas económicos y con cadenas productivas comerciales.

Otra característica de los productos de la AIR es que sus mercados se concentran en las mismas zonas de producción, aunque también alcanzan coberturas de nivel regional y nacional. En casos excepcionales se presentan intentos por llegar a mercados internacionales. Así mismo, buena parte de sus consumidores son pobladores de medianos y bajos ingresos de los núcleos urbanos a los que penetra.

En general, los mercados de los productos de la AIR son caracterizados, en diferentes análisis, como estrechos e inestables, con una importante participación de intermediarios y bajos márgenes de utilidad, debido al desconocimiento y baja capacitación de los productores, o a la imposibilidad de llegar en forma oportuna y adecuada a los consumidores.

Varios proyectos de la región se encuentran trabajando en el tema de la comercialización, con el objeto de mejorar la situación existente. Este es el caso de Candela Perú, ITDG, Funorsal, el Proyecto de Camélidos Andinos, el proyecto de Agroempresas Rurales del CIAT, entre otros.

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LAS AIR EN LA REGION ANDINA

Los distintos diagnósticos sobre la situación de la AIR en los países de la región ponen en relieve factores limitantes a su normal desarrollo, entre los cuales destacan la poca

importancia dada a las AIR en los ámbitos público y privado, las condiciones socioeconómicas de los campesinos relacionada con la baja capacidad de inversión y un bajo nivel educativo de los productores y operarios, la falta de visión empresarial, los costos de producción relativamente altos debido a ineficiencia en el manejo de las empresas, y débil organización de la comercialización, entre otros.

También existen fortalezas y potencialidades de las AIR en la región, derivadas de la posibilidad que ofrecen de aumentar los ingresos de los pequeños productores, y de crear empleos en las zonas rurales, articulándolos con la economía de mercado; de contribuir a motivar y consolidar las organizaciones campesinas, implementar una mejor red empresarial de comercialización; de constituir un papel integrador de las zonas rurales marginadas y convertirse en efectivo mecanismo contra la pobreza rural; de promover mejores productos de origen campesino (naturales y "delicatessen") y facilitan su inserción en mercados especializados; entre otras.

VISION DE LA AIR AL HORIZONTE 2000. ELEMENTOS DE REFLEXION

El proceso de generación de pensamiento e ideas, elaboración y presentación de propuestas, de análisis y reflexión es continuo. Varios elementos están en discusión actualmente para plantear una nueva visión de la AIR en los países del área andina, alguno de los cuales se presentan a continuación: a. AIR dentro de una visión de lucha contra la pobreza rural

En la presentación del nuevo enfoque de agricultura ampliada, en el marco de la globalización, Otero y Larios (1997) concluyen la necesidad de "internalizar el hecho de que la agricultura forma parte del medio rural y, por lo tanto, tiene un papel social que desempeñar en el combate de la pobreza". Es allí donde se inserta plenamente la AIR, como un elemento generador de empleos sobretodo en zonas rurales, valorizador de la producción campesina, proveedor de bienes dentro de un esquema de seguridad alimentaria, creador de valor agregado y de ingresos que contribuyan a mejorar el bienestar rural.

b. Organización de los empresarios rurales en redes.

En un taller reciente, 25 empresarios rurales, provenientes de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, quienes debatieron sobre los problemas comunes que enfrentaban, y subrayaron la necesidad de organizarse y articularse tanto a nivel nacional como andino, para lo cual solicitaron apoyo.

Ante esta situación se estudia la posibilidad de crear una red de empresarios rurales que contribuya a mejorar la posición de estos frente a las dificultades derivadas de los procesos actuales de globalización.

c. Nueva visión de la comercialización de los productos de origen campesino

En el pasado, la importancia del tema de la comercialización era limitada. Era considerada como un asunto que se resolvía por si mismo y lo fundamental para el campesino era producir para la subsistencia de su familia y con la posibilidad de vender los excedentes. Actualmente, se ve a la comercialización como el elemento clave de la AIR, articulador entre el origen - materia prima a valorizar- y el fin - satisfacer a los consumidores-. De la comercialización depende el éxito o fracaso de todo el proceso, de toda la empresa.

Ante esta situación, un reto por afrontar de manera prioritaria por la AIR consiste en superar las limitaciones en las cadenas actuales de comercialización local y desarrollar estrategias, acordes con sus características, para acceder a mercados tanto nacionales como internacionales, considerando los productos tradicionales y especialmente en la línea de los productos que llamamos emergentes o promisorios. Para ello es necesario tomar conciencia de que las exigencias de calidad, cumplimiento y permanencia de la oferta serán mayores que las que tradicionalmente han tenido las AIR.

Dentro del tema de comercialización, cabe incorporar el concepto de productos promisorios, definidos como aquellos que contienen elementos de mucho interés para la industria: vitaminas, oligoelementos, colorantes, aromas, entre otros. Estas propiedades responden a las nuevas demandas de la industria, siendo utilizados como: colorantes naturales, edulcorantes, condimentos y saborizantes naturales, medicinas naturales, entre otros.

Una nueva oportunidad para estos productos promisorios, se da a través de su incorporación en la cadena de producción de los productos nutraceuticos, que son los que además de alimentar, pueden ayudar a prevenir las enfermedades y/o mantener la buena salud de los consumidores, marcando así una nueva tendencia en la industria de alimentos. Esta oportunidad, es al mismo tiempo un reto que involucra la planificación y desarrollo de un proceso que logre posicionar los elementos "activos" de los productos promisorios, como ingredientes de los nutraceuticos.

d. AIR y Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL)

En el contexto actual de la globalización, aparece un nuevo modelo de desarrollo agrícola que trata de integrar elementos relacionados al medio ambiente, a la organización de las sociedades rurales, a la calidad e inocuidad de alimentos, etc. Asimismo, se presentan nuevas preocupaciones sobre el desarrollo territorial y el desarrollo local.

Lo anterior, obliga a investigar las interacciones existentes entre el desarrollo agroalimentario local y las dinámicas territoriales. En el caso de CIRAD, esta problemática a llevado a plantear el concepto de "Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL)", que está directamente relacionado con la Agroindustria Rural, y que permite la conceptualización de la AIR como redes a nivel local.

Una primera definición de los SIAL los señala como: "sistemas constituidos por organizaciones de producción y de servicio (unidades agrícolas, empresas agroalimentarias, empresas comerciales, restaurantes, etc.) asociadas, mediante sus características y su funcionamiento, a un territorio específico. El medio, los productos, las personas, sus instituciones, su saber - hacer, sus comportamientos alimentarios, sus redes de relaciones; se combinan en un territorio para producir una forma de organización agroalimentaria en una escala espacial dada"

El tema de SIAL se fundamenta sobre la experiencia de los distritos industriales y clusters transferida a las zonas rurales. El nuevo actor en esta nueva perspectiva es el territorio pero visto como un espacio construido histórica y socialmente, en el cual la eficiencia de las actividades económicas es fuertemente condicionada por sus relaciones de proximidad y de pertenencia a un espacio.

Los elementos comunes entre el planteamiento de los sistemas productivos locales y la AIR, son los siguientes: - La AIR esta articulada a zonas rurales, es decir, a un territorio determinado. - Se da un énfasis al crecimiento del valor agregado regional, vía el incremento de ese factor en las unidades empresariales. - Se trata no solo de una actividad, sino de un conjunto de actividades vinculadas, algunas de ellas de producción o de servicios no específicamente agrícolas. - Se hace referencia al carácter espontáneo de la aparición de la AIR como elemento dinamizador de las economías campesinas y también de la posibilidad de un proceso de construcción de la misma. - Relaciona a un conjunto de instituciones y empresas involucradas en el proceso de desarrollo.

Pueden citarse algunos ejemplos de SIAL: los sistemas de los trapiches paneleros de la hoya del Río Suárez de Cundinamarca o del Valle del Cauca en Colombia; el sistema de las rallanderías del Cauca, en Colombia; el sistema de queserías rurales andinas de Bolívar en Ecuador, el de queserías rurales en Cajamarca, al norte del Perú.

Este tema, permite poner en relieve los activos específicos existentes nivel local como un queso artesanal, el saber hacer, la concentración de empresas rurales e instituciones de

apoyo, etc; y buscar estrategias para valorizar los recursos específicos como la belleza de los paisajes a través del agroecoturismo.

e. El desarrollo de servicios locales de apoyo

La consolidación sostenible de AIR y de SIAL, se soporta en la existencia de servicios locales de apoyo, que directa o indirectamente, atiendan necesidades financieras y no financieras de los empresarios rurales.

En este contexto, los temas de microcrédito, de reconocimiento del sistema financiero formal a entidades crediticias "no bancarias", de los préstamos solidarios, de las garantías del acceso a fondos disponibles, son elementos necesarios de incorporar estrechamente a la agenda de programas de apoyo y promoción de la AIR.

De otro lado, el mejoramiento - en calidad y cantidad - de la oferta de servicios locales de capacitación, asistencia técnica e información como parte de la construcción de un tejido institucional de apoyo a la actividad empresarial rural, es el otro factor que complementa las acciones a acometer en esta línea de trabajo.

f. La formulación y adopción de políticas que favorezcan el desarrollo de las empresas rurales

Los elementos planteados pueden afectarse en proyectos con visión de desarrollo empresarial, o en programas de carácter microregional (SIAL). Sin embargo, su real impacto se dará cuando sean concebidos y realizados en el marco de políticas de estado de carácter nacional o regional, que garanticen el acceso a recursos financieros y permitan buscar una armonización de interés de desarrollo local con la aplicación de políticas microeconómicas.

Estas políticas trascienden el ámbito de los ministerios de agricultura e involucran a instancias de los sectores de industria, comercio y economía, dentro de un enfoque de desarrollo rural, para alcanzar objetivos de bienestar y calidad de vida, especialmente en las zonas deprimidas.

CONCLUSIONES

El artículo intenta presentar los nuevos retos que enfrenta la agroindustria rural de la región, ante los cambios inherentes al proceso de globalización, los cuales obligan a elevar la competitividad de los empresarios rurales para acceder a mercados mas amplios. Asimismo, se trata de revalorizar a la agroindustria rural como actividad generadora de empleos y que permite elevar los ingresos de la población rural, mejorando las condiciones de vida en la región.

Los estudios de caso y diagnósticos de AIR realizados en Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela generaron elementos de análisis que permitieron una visión de la AIR más empresarial, incluyendo aspectos técnicos, administrativos y comerciales. Dichos elementos, generarán elementos de análisis, que al ser incluidos dentro de un contexto de formulación de planes, programas y proyectos de desarrollo rural, enriquecerán, ampliarán y expandirán la tarea de técnicos, promotores y políticos.

De otro lado, se analizan nuevos aspectos en la reflexión conceptual que se esta dando respecto a la AIR. Algunos temas como la lucha contra la pobreza rural, las organizaciones de empresarios rurales, los productos promisorios y nutraceuticos, los sistemas agroalimentarios localizados, los servicios locales de apoyo son relevantes porque permiten insertar a la AIR dentro de conceptos portadores de futuro para la agricultura campesina y el desarrollo rural, que además resaltan el papel de esta actividad como mecanismo de fortalecimiento de la sociedad civil en el nivel local y de garantía de la paz y la democracia en la región.

BIBLIOGRAFIA BOUCHER, F. 1998. Agroindustria rural en el Horizonte del 2000. Boletín CReA No. 3. Fascículo Técnico No. 11. IICA. Lima, Perú.

- BOUCHER, F. 1999. Los productos nutraceuticos: Oportunidades para los recursos naturales autóctonos. El papel de los investigadores. Boletín CReA No. 2 Fascículo Técnico No. 18. IICA. Lima, Perú.
- BOUCHER, F.; BRIDIER, B.; MUCHNIK, J.; REQUIER DESJARDINS, D. 1998. Globalización y evolución de la AIR en América Latina: los Sistemas Agroalimentarios Localizados. In Simposio Internacional sobre Sistemas Agroalimentarios. Caracas, Venezuela.
- OTERO, M. ; LARIOS, F. 1997 La Agricultura ampliada en América Latina y el Caribe: Un nuevo enfoque en el marco de la globalización. Boletín CReA No. 2 Fascículo Técnico No. 1. IICA. Lima, Perú.
- MUCHNIK, J.; SAUTIER, D. 1998. Systèmes Agro-Alimentaires Localisés et construction de territoires. CIRAD. Montpellier, Francia.
- RIVEROS, H. 1997. La agroindustria rural en América Latina y el Caribe: El caso de los países andino. PRODAR, CReA - IICA. Bogotá, Colombia. Serie de estudios de agroindustria rural No. 5. 102 p.
- SIGLAS AIR: Agroindustria Rural CIAT: Centro Internacional de Agricultura Tropical CIMPA: Centro de Investigación y Mejoramiento de Panales CIRAD TERA: Centro de Cooperación Internacional en Investigación Agronómica para el Desarrollo - Departamento de territorios, medio ambiente y actores. CORPOICA: Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria FUNORSAL: Fundación de Organizaciones de Salinas ITDG: Grupo de Desarrollo de Tecnología Intermedia PRODAR: Programa de Desarrollo de la Agroindustria Rural para América Latina y el Caribe REDAR: Red de Agroindustria Rural SIAL: Sistema Agroalimentario Localizado