SERIE INFORMES DE CONFERENCIAS, CURSOS Y REUNIONES No. 116

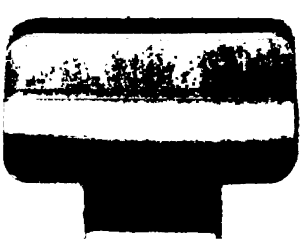
SEMINARIO LATINOAMERICANO SOBRE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION PARA EL DESARROLLO RURAL

VOLUMEN I

IICA

INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS – OEA

San José, Costa Rica, 25 al 28 de abril de 1977



SERIE INFORMES DE CONFERENCIAS, CURSOS Y REUNIONES No. 116

SEMINARIO LATINOAMERICANO SOBRE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION PARA EL DESARROLLO RURAL

VOLUMEN I

INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS – OEA
San José, Costa Rica, 25 al 28 de abril de 1977

SEMINARIO LATINOAMERICANO SOBRE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION

VOLUMEN I

Contenido

PROGRAMA

Lunes 25 de abril de 1977

MAÑANA

8:00 - 8:30	Inscripción de participantes
8:30	Inauguración y presentación del Programa
9:30	Café
10:00-11:00	El Marco Estructural del Sistema de Comercialización Juan Pablo Torrealba
11:00-12:30	La Comercialización y el Desarrollo Rural: Una estrategia para la acción. José Luis Pando

TARDE

2:00 - 3:30	Panel: Interpretación y discusión de la estrategia de comercialización para el desarrollo rural, Coordinador: Hugo Torres
3:30 - 4:00	Café
4:00 - 6:00	Esquemas organizativos de los productores agrícolas para la comercialización de sus productos. M. Grondin

Martes 26 de abril de 1977

MAÑANA

8:00 - 9:30	Presentación de ponencias de los Represtantes de Organismos Nacionales "Problemas de comercialización y mercado que enfrentan los pequeños productores: Estrategia y soluciones planteadas en cada país".
9:30 -10:00	Café
10:00-12:30	Continuación de ponencias de los Representates de Organismos Nacionales

TARDE;

2:00 - 3:30	Presentación de ponencias de los Representantes de Organizaciones Internacionales "Areas de interés y proyectos en ejecución en el campo de la comercialización agropecuaria en América Latina y el Caribe".
3:30 - 4:00	Café
4:00 - 5:00	Continuación de las ponencias de los Representantes de Organizaciones Internacionales.
5:00 - 6:00	Formación de las Comisiones de Trabajo

Miércoles 27 de Abril de 1977

MAÑANA

8:00 - 10:00	Presentación a nivel de Comisión:

COMISION A:

8:00 - 9:00	El Servicio de Información de Precios, Promoción de Mercados y Asistencia técnica en Mercadeo. Hugo Torres
9:00 - 10:00	Los Servicios del Estado para Mejorar las Técnicas Post-Cosecha, Rafael Amézquita

COMISION B

8:00 - 9:00	Organización de Productores para la Comercialización de Productores Agropecuarios. El Caso de la República Dominicana. Jerry La Gra, Gilberto Mendoza y Héctor Morales
9:00 - 10:00	Modelo de Integración Vertical para Empresas Agroindustriales con Participación de Pequeños Productores. A. Boccardi

COMISION C

8:00 - 9:00	El Mejoramiento de los Sistemas de Distribución. Norberto Frigerio
9:00 - 10:00	El Mejoramiento de la Distribución de Alimentos Mike Weber
10:00 - 10:30	Café
10:30 - 12:30	Trabajo de Comisiones

TARDE

2:00 - 5:30	Trabajo de Comisiones

Jueves 28 de abril de 1977

MAÑANA

8:00 - 12:00	Presentación y discusión en plenario de las conclusiones de las Comisiones de Trabajo

TARDE

2:00 - 6:00	Visita de campo a organizaciones de comercialización de productores.
7:00	Clausura

LISTA DE PARTICIPANTES

Abbot John

FAO
Roma, Italia

Amézquita Rafael

Especialista en Pérdidas de Post-Cosecha
Oficina del IICA en México
Apartado Postal 61-148
México, D.F., México

Barham Warren S.

Head Department Horticultural Sciences
Texas Adm. University
College Station, TX 77843, U.S.A

Baucom William B.

Agricultural Economist
U.S. Department of Agriculture
Room 2239, Department of State
Washington, D.C., 20039, U.S.A.

Becker Alfredo C.

Especialista en Comercialización Agrícola
Oficina del IICA en Haití
P.O. Box 2020
Port-au-Prince, Haití

Boccardi Aníbal

ONUDI Agroindustries
P.O. Box 1424
Santo Domingo, República Dominicana

Brito Arcadio Martin

Asesor Presidencia - Corporación Mercadeo Agrícola
Edificio CMA, Final Calle Vargas - Boleita Norte
Caracas, Venezuela

Bucheli Luna Renán

Especialista en Comercialización Agrícola
Oficina del IICA en México
Apartado Postal 61-148
México, D.F., México

Casteignau Jean Marcel

Asesor, Instituto de Tierras y Colonización (ITCO)
Apartado 5054
San José, Costa Rica

Chazaro Loaiza Sergio

Asesor del Subsecretario de Planeación Comercial
Secretaría de Comercio - Gobierno de México
Edificio IMCE, Piso 18, Alfonso Reyes 30
México 11, D.F., México

Díaz Yubero Ismael

Jefe, Servicio de Comercialización Agraria en Origen
Paseo Infanta Isabel N° 1
Ministerio de Agricultura -
Madrid, España

Duplan Verdy

Director del Servicio Nacional de Comercialización Agrícola
Ministerio de Agricultura
Port-au-Prince, Haití

Durand Wilson

Agrónomo del Servicio Nacional de Comercialización Agrícola
Departamento de Agricultura - Servicio Nacional de
Comercialización Agrícola - Domien
Port-au-Prince, Haití

Felstehausen Herman

Profesor, Land Tenure Center
University of Wisconsin
310 King Hall
Madison, Wisconsin, 53706
U.S.A.

Fletschner Carlos

Especialista en Comercialización Agrícola
Oficina del IICA en Argentina
Moreno 1257 Piso N° 3
Buenos Aires, Argentina

Frigerio Norberto

Especialista en Comercialización Agrícola
Oficina del IICA en Brasil
Caixa Postal 16074 - ZC - 01
Rio de Janeiro, R.J., Brasil

García Ubaldo

Subdirector General Adjunto de Planificación
Sede Central del IICA
Apartado 10281
San José, Costa Rica

González Leonel

Director Adjunto
Unidad Coordinadora de Proyectos de la Presidencia
Casa Presidencial
6 Av. 4-19 Zona 1
Guatemala, Guatemala

Grondín Marcelo

Consultor IICA - Organización Campesina
Apartado Postal 711
Santo Domingo, República Dominicana

Harrison Kelly

Associate Professor
Michigan State University
East Lansing, Mich. 48824
Department of Agricultural Economics
U.S.A.

Hoofnagle William

Deputy Director; Technical Assistance
FDD/ERS/USAD
U.S. Department of Agriculture
Washington, D.C. 20250, U.S.A.

La Gra Jerry

Especialista en Comercialización Agrícola
Oficina del IICA en República Dominicana
Apartado 711
Santo Domingo, República Dominicana

Laurent Kenneth

Program Leader, Foreign Development Division
Economic Research Service
U.S. Department of Agriculture
Washington, D.C. 20250, U.S.A.

MacDonald Malcolm H.

Subdirector General Adjunto de Operaciones
Sede Central del IICA
Apartado 10281
San José, Costa Rica

Malkun José Lois

Director, Departamento de Planificación Sectorial Agropecuaria
Secretaría Est. Agricultura
Centro de Los Héroes
Santo Domingo, República Dominicana

McKinley Ray

Executive Chairman
Agricultural Marketing Corporation
188 Spanish Town Road
Kingston 11, Jamaica W.I.

Mendoza Gilberto

Especialista en Comercialización Agrícola
Oficina del IICA en República Dominicana
Apartado Postal 711
Santo Domingo, República Dominicana

Mendoza Machuca Jorge

Director de Programación
Dirección General de Comercialización
Ministerio de Alimentación
Sincali Roca 2728 - Lince
Lima, Perú

Metz Joseph F.

Director of International Agriculture
College of Agriculture & Life Sciences
Roberts Hall, Cornell University
Ithaca, N.Y. 14850, U.S.A.

Montero Jose F.

Asesor en Comercialización Agrícola
Oficina de Planificación Sectorial Agropecuaria (OPSA)
Ministerio de Agricultura y Ganadería
San José, Costa Rica

Morales Héctor

Especialista en Planificación Agrícola
Sede Central del IICA
Apartado 10281
San José, Costa Rica

Moran Michael J.

Asesor Especial de Relaciones Externas
Representacion de la Dirección General del IICA en
los Estados Unidos de América y Canadá
Paramount Bldg., Room 725 - 1735 I Street, N.W.
Washington, D.C., 20006, U.S.A.

Morera Héctor

Supervisor Compra de Granos
Consejo Nacional de Producción (CNP)
San José, Costa Rica

Muro Bosco

Director de la Unidad de Sistemas de Comercialización
Secretaría de Comercio
Alfonso Reyes 30 - Piso 11
México 11, D.F., México

Murphrey James

ROCAP/AID/PIADIC
Embajada de los Estados Unidos de Norteamérica
San José, Costa Rica

Naranjo Washington

Subdirector de Desarrollo Rural Encargado
Ministerio de Agricultura y Ganadería
Pasaje Chiriboga 464
Quito, Ecuador

Nogueira Antonio Carlos

Chefe do Departamento de Comercializacão Agrícola
Escola Interamericana
Fundacão Getúlio Vargas
Av. Vieira Souto 546 Ap. 402
20000 Rio de Janeiro, R.J., Brasil

Nolasco Joaquín

Director, Departamento de Economía Agropecuaria
Secretaría de Agricultura
Santo Domingo, República Dominicana

Ocampo Buzonich Julio

Director General de Comercialización
Ministerio de Alimentación
Sinchi Roca 2728
Lima, Perú

Oviedo Mario Antonio

Miembro del Consejo Directivo - Crédito Agrícola de Habilitación
Av. Brasilia 1465 c/San Cosme
Paraguay

Peña Díaz Ismael

Jefe, Unidad de Mercadeo
IICA/PNCA
Paulo VI - D 18 Apto. 107
Bogotá, Colombia

Pfaeffle Marín Mario

Director, Fomento Empresas Campesinas
Instituto de Bienestar Campesino
Apartado Postal 2031
Managua, Nicaragua

Pellejero Juan Carlos

Representante del Movimiento Cooperativo Agropecuario Argentino
1° de Mayo 1044 - Rosario
Argentina

Quintana Sergio

Subjefe, Unidad Estudios Económicos y de Mercado
Consejo Nacional de Producción
San José, Costa Rica

Reyes Marco F.

Jefe, Oficina de Planificación del Sector Agropecuario
Ministerio de Agricultura
Diagonal 7F No. 77-06
Bogotá, Colombia

Salazar Tedaldi Juan

Director de Comercialización Rural
Secretaría de Comercio
Cuauhtemoc 80
México, D.F., México

Suárez González Nelson

Especialista en Comercialización Agrícola
Oficina del IICA en Ecuador
Apartado 201-A
Quito, Ecuador

Torrealba Juan Pablo

Especialista en Comercialización Agrícola
Sede Central del IICA
Apartado 10281
San José, Costa Rica

Torres Hugo Alfonso

Coordinador del Plan de Acción del IICA en Perú-
Especialista en Comercialización Agrícola
Apartado 11185
Lima, Perú

Vargas Rodríguez Norberto

Jefe, Sección de Promoción Económica
Instituto de Tierras y Colonización (ITCO)
Apartado 5054
San José, Costa Rica

Villasuso Juan Manuel

Consultor del PIADIC en Comercialización
IICA/PIADIC
Apartado 10281
San José, Costa Rica

Weber Michael T.

Visiting Professor (Michigan State University)
Universidade do Ceara
Rua Joaquim Lima 15 (Barrio Novaaldeota)
Fortaleza, Ceara, 60000, Brasil

[illegible]

Welz Fred

Subdirector, Oficina de Desarrollo Rural
Región para América Latina
AID/Washington
Room 2242 LA/DR/RD
Department of State
Washington, D.C. 20523, U.S.A.

Wong Jorge

Director de Normalización de Servicios
Dirección General de Comercialización
Ministerio de Alimentación
Sinchi Roca 2728 (Lince)
Lima, Perú

Menzie Elmer L.

Director - School of Agricultural Economics &
Extension Education
Guelph Ontario, Canada

Santiago Zeno Marques

Jefe de la Planificación
Dirección General América Latina
CIDA
Ottawa K1A 0G4, Canada

Meissner Frank

Economista, Banco Interamericano de Desarrollo
Washington, D.C., U.S.A.

Pando José Luis

Especialista en Comercialización Agrícola
Oficina del IICA en Venezuela
Apartado 5345
Caracas, Venezuela

EL MARCO ESTRUCTURAL DE LA COMERCIALIZACION AGROPECUARIA EN AMERICA LATINA*

1. INTRODUCCION

Para iniciar las presentaciones de este seminario, que tratarán diversos temas de la problemática de las Estrategias de la Comercialización para el Desarrollo Rural, es necesario hacer con brevedad algunas reflexiones generales acerca de la estructura que rodea al proceso mismo de comercialización, que son fundamentales para las deliberaciones y conclusiones a que haya de llegar esta selecta concurrencia de participantes.

El argumento central que presenta este documento es que en América Latina la modernización que ha ocurrido en los canales de comercialización de productos agropecuarios y en los sistemas de producción que les acompañan, ha resultado, debido a las condiciones políticas, sociales y económicas imperantes, en una creciente marginación de los pequeños productores del mercado. La consecuencia de ésto es muy evidente: como el mercado es el motor en la generación de ingresos en los sistemas económicos imperantes, si los pequeños productores no pueden participar adecuadamente en el mercado, no existe una estrategia de desarrollo rural que pueda tener éxito.

Este argumento se presentará a través de un análisis resumido de las características más importantes de las estructuras que enmarcan los sistemas de comercialización agropecuaria en América Latina.

---

* Preparado por Dr. Juan Pablo Torrealba, Especialista en Comercialización Agrícola, Oficina de Coordinación del Plan de Acción del IICA en Costa Rica.

Es evidente que hay serias limitaciones para generalizar sobre América Latina debido a las profundas diferencias en la historia del desarrollo y en las condiciones que prevalecen en cada país. Sin embargo, es posible establecer una caracterización de algunos elementos comunes a casi todos los países, que enmarcan los sistemas de comercialización agropecuaria, sin pretender por cierto de que ésto sea una modelo que permita particularizar la situación en un país o región determinada.

Partiendo de una discusión de lo que se entiende por desarrollo rural, el análisis comenzará con la consideración de la estructura de producción agropecuaria y de los sistemas de concentración de productos para continuar luego con la estructura de la demanda y de los sistemas de distribución de productos. Se concluirá con la identificación de los principales problemas estructurales para la existencia de un sistema de comercialización que apoye al desarrollo rural.

2. EL PROCESO DE DESARROLLO RURAL

Debido a los diferentes enfoques existentes que definen el desarrollo rural, se hace necesario establecer el que nos orienta en el IICA. Generalmente se entiende que el desarrollo rural es el proceso de transformación de los niveles de vida de todos los habitantes rurales a través de un reordenamiento continuo de la organización productiva y de una mayor participación económica social y política que permite alcanzar un mayor bienestar y una utilización plena de los recursos.

[illegible]

[illegible]

[illegible]

En el IICA desarrollo rural significa desenvolver al máximo las posibilidades y potencialidades del habitante rural, lo cual es muy diferente de las tradicionales preocupaciones de crecimiento económico. Como lo expresa el Director General del IICA, Dr. José Emilio G. Araujo: "El mero crecimiento económico no ha hecho más felices a los pueblos ni ha resuelto sus problemas, más bien ha creado otros males de naturaleza más rebelde de curar. El único desarrollo justo y deseable para el bienestar es el desarrollo humanista, es decir el desarrollo conseguido con el esfuerzo y participación de todos, y especialmente por los hombres que una sociedad deshumanizada ha marginado privándoles de las oportunidades de valerse por sí mismos y salir por su propio esfuerzo de la situación en que están sumergidos." 1/

Además de esta preocupación central en el hombre rural marginado, el desarrollo general y rural tiene otras dimensiones que implican la utilización plena de la capacidad productiva de un país tanto para abastecer a su población como para exportar y generar divisas. El enfoque anterior no desconoce estas últimas dimensiones, sino que por el contrario, las hace parte del desarrollo del hombre rural; es decir, no se puede entender el avance del hombre rural si él no es un participante muy activo en el logro de estos fines productivistas.

1/ José Emilio G. Araujo, "Desarrollo Rural Regional" en Desarrollo Rural en las Américas, Vol. VIII, No. 2, Mayo-agosto 1976.

[illegible]

[illegible]

3. LA ESTRUCTURA DE PRODUCCION

Aúnque existe bastante variabilidad en la estructura de producción agropecuaria dentro de un país y entre países, revisaremos en una apretada síntesis las características comunes que han dado origen a las estructuras vigentes en la actualidad.

Quizás la principal característica de la producción agropecuaria en América Latina es su elevado grado de concentración, es decir, pocas fincas producen una alta proporción de la producción total. Este rasgo de la producción tiene importantes implicaciones para la comercialización y por ésto conviene ahondar en sus causas.

Históricamente, desde el tiempo colonial se dió una alta concentración de la tierra, lo que, unido posteriormente a la apertura de los primeros mercados externos para productos agropecuarios fue originando un proceso de concentración en la producción. Esta concentración fue muchas veces acelerada por la presencia de oligopolios extranjeros que no sólo actuaron en lo comercial de esta incipiente apertura al exterior, sino que también en la implantación de tecnología agrícolas más eficientes y de gran escala. Conocidos son los casos de las firmas extranjeras que dominaron la exportación de productos tropicales como azúcar, banano, cacao en Centroamérica y el Caribe, y otros productos de clima templado como granos y carne.

De esta forma, en muchos países en el sector agropecuario se fueron conformando y consolidando dos subsectores. Por una parte se tenía al sector exportador de gran escala, eficiente, altamente concentrado

y que además contaba con una infraestructura avanzada, y por otra parte existía un gran número de explotaciones con baja productividad y con poca orientación a un mercado interno que era reducido y estático.

En las primeras décadas de este siglo se formaron algunos mercados urbanos de importancia, como resultado de la naciente industrialización, el crecimiento del comercio y los flujos de migración interior y exterior, así por ejemplo, la población de Sao Paulo en la última década del siglo pasado ya crecía a una tasa anual de 5%.

El crecimiento poblacional proyectó un cambio significativo en la demanda de productos agrícolas, no sólo en sus aspectos cuantitativos sino que también en la diversidad de productos y en los servicios agregados. Esto requirió una expansión del sistema de comercialización en términos del número de intermediarios y de los tipos de funciones que se desempeñaban; hubo una especialización creciente de funciones económicas inducida por la mayor complejidad del mercado y por ciertos cambios tecnológicos en el transporte y procesamiento de productos agrícolas. Estos cambios debieron traducirse en la práctica en una mayor separación del productor y el consumidor en términos del espacio, de la forma de los productos y del tiempo entre la producción y el consumo. Todas estas transformaciones requerían de mecanismos de comercialización más complejos,capaces de coordinar un número creciente de actividades comerciales.

El crecimiento de los mercados urbanos exigió una expansión de la producción agrícola que generalmente provino de aumentos en la

superficie cultivada. Esto representaba una competencia por el factor tierra con los productos de exportación, razón por la cual parte de la producción agrícola destinada al mercado interno, se relegó aún más a regiones secundarias. Con la crisis del comercio mundial de 1929, la producción para el mercado interno pudo competir más favorablemente con la agricultura de exportación.

En la década de 1930 y en las posteriores, como resultado de la ruptura del comercio internacional, se abandonó la tesis del libre comercio y hubo una mayor expansión industrial. Muchos países formularon políticas de fomento industrial, basadas principalmente en la sustitución de importaciones, que ocupaban un lugar prioritario y casi exclusivo como estrategia de crecimiento económico.
La expansión del mercado interno y estas políticas para obtener un mayor crecimiento sectorial acentuaron las condiciones para ahondar las diferencias entre el subsector moderno y el subsector tradicional, que muchas veces era también marginal. En efecto, bajo este nuevo énfasis los gobiernos crearon instituciones que han venido prestando más servicios de diversos tipos: investigación, asistencia técnica, infraestructura, provisión de insumos, información y regulación de mercados, crédito y otros. Los beneficios de estos servicios han sido captados en la mayor parte de los países por los agricultores con mayor disposición y posibilidad de cambio, es decir, por aquellos que poseen una mayor cantidad de recursos (tierra, capital y capacidad empresarial) y que pueden influir en las decisiones del Gobierno.

Es así como "la investigación agrícola se ocupa, casi exclusivamente de los aspectos biofísicos de la producción,(lo que impide conocer en profundidad y tomar conciencia de las características y modalidades de los problemas socioeconómicos del campesino), y de preferencia busca desarrollar innovaciones útiles para la agricultura en gran escala, monocultivadora y en buena parte mecanizada." 2/ Los canales de transferencia tecnológica dirigidos hacia el campesino poco educado y pobre, son deficientes 3/. En ciertos países más del 80% del crédito institucional concedido se aplica en manos de productores grandes a cultivos de exportación tales como algodón, azúcar y café 4/.

Del mismo modo, en el campo de la comercialización agropecuaria, tradicionalmente la principal preocupación de los gobiernos ha sido el establecimiento de esquemas de estabilización de precios, en primer término para los productos de exportación que benefician principalmente a los grandes productores; y luego para los productos orientados al mercado interno que inciden sobre el consumidor urbano, los que en una proporción menor han beneficiado a los pequeños productores.

2/ Fernando Suárez de Castro, "Factores Limitantes al Desarrollo del Potencial Agropecuario Disponible", Documento interno, IICA, marzo 1977.

3/ Ibid.

4/ BID, Progreso Económico y Social en América Latina. Informe Anual 1974: Washington, D.C., 1975 (pp. 15-16).

Por otra parte, el enfoque técnico y político predominante que ha orientado las acciones en el campo de la comercialización ha sido casi exclusivamente eficientista, es decir, aquél que sólo busca la forma de reducir los costos en este proceso con el fin de que los productores (en general) se beneficien con mayores precios y los consumidores (en general) paguen un precio menor. Como consecuencia de este enfoque se han diseñado una serie de servicios (información de mercados, sistemas de clasificación y normalización de productos, empaques, financiamiento para la comercialización, seguros y transportes mejorados para este proceso, almacenamiento y otros), reglamentos y leyes que efectivamente han logrado aumentar la eficiencia de los sistemas de comercialización. Sin embargo, muy pocos de estos servicios han alcanzado a facilitar la comercialización al pequeño productor que individualmente enfrenta al mercado con cantidades reducidas de producto, sin medios adecuados del transporte, y con una gran urgencia por vender debido a la falta de financiamiento. Es decir, el resultado de esta mayor eficiencia en la comercialización parece haber sido captado principalmente por los grandes agricultores, los intermediarios y en ciertos casos, por los consumidores[5/].

5/ Muchos autores han planteado las dificultades de los pequeños productores en la comercialización y han puesto una interrogante sobre los beneficios de servicios de apoyo a la comercialización que se dan indiscriminadamente. Ver por ejemplo: José Luis Pando "Restricciones Sociales a la Implementación de Proyectos de Comercialización", Reunión Técnica del Programa de Comercialización, IICA, San José de Costa Rica, 22 al 26 de abril de 1974; Norberto Frigerio, "La Información de Mercados como Propiciador del Cambio Estructural en el Medio Rural", 3ª Reunión Nacional de Instrumentos de Comercialización: Información de Mercados; IICA-CMA-CORPORIENTE, Cumaná,

En último término el enfoque de crecimiento sectorial con todas sus instituciones y servicios de apoyo a la agricultura ha llevado a una acentuación de la brecha entre el subsector moderno y el tradicional; los pequeños productores han quedado aún más marginados y más pobres mientras los productores del subsector moderno han logrado aumentar su participación en el mercado. Es decir, la producción se ha concentrado aún más, ya que ahora no sólo afecta a los productos de exportación sino también a algunos de los del mercado interno 6/.

5/ Venezuela, 11 al 14 de mayo de 1976; Carlos Fletschner, "Structural Patterns in the Marketing of Selected Agricultural Products in Chile: The Position of Small and Large Growers", Research Paper No. 42, LTC, University of Wisconsin, February 1971; C.D. Scott, "Some Problems of Marketing Among Small Proprietors in Chile", LTC, University of Wisconsin, 1974; Kelly Harrison and Kenneth Shwedel, "Marketing as a First Generation Problem of Small Farmers: A Costa Rican Case", OECD-FAO Seminar on Critical Issues on Food Marketing Systems in Developing Countries, Paris, October 18-22, 1976. Kelly Harrison and Kenneth Shwedel, "Marketing Problems Associated with Small Farm Agriculture", Report of the Proceedings of a Workshop, Michigan State University, East Lansing, Michigan, June 1974.

6/ El ejemplo del café y el arroz en Costa Rica son ilustrativos en parte de este fenómeno de concentración. Entre 1963 y 1973 las fincas de café de hasta 4 Has. elevaron su producción en 137%, (mientras la producción nacional aumentó en 88%), gracias a la eficiente estructura institucionalde apoyo al café y a las organizaciones cooperativas de productores que entregan muchos servicios. En el arroz en cambio, donde no existe una estructura similar ni un movimiento cooperativo, las fincas hasta 10 Has. aumentaron la producción entre 1963 y 1973 en 26%, mientras la producción nacional aumentó en 160%, y la de las fincas de 200 a 500 Has. aumentó en 396%.

Es frecuente oir la explicación de que la mayor concentración de la producción agrícola se debe a las economías de tamaño que existen en estos procesos. Cabe preguntarse que tan reales son dichas economías de tamaño cuando existe una relación directa entre tamaño de explotación y los servicios de apoyo de las instituciones (crédito, asistencia técnica, investigación), la infraestructura y la calidad de los suelos, que son factores que normalmente se ignoran en este tipo de estudios. Pareciera que las economías tecnológicas de tamaño fueran artificiales, exceptuando el caso de ciertos cultivos permanentes (caña de azúcar, frutales), y algunas actividades ganaderas y las economías pecuniarias que puedan ser considerables.

Paralelamente al crecimiento del subsector comercial se desarrolla la organización comercial de procesamiento o intermediación que sirve a este subsector, la cual se caracteriza por ser muy diferente a los canales tradicionales de comercialización, ya que se trata de empresas relativamente grandes, con tecnologías modernas y una alta dotación de capital. Estas empresas requieren de abastecimientos de producto homogéneo, en fechas predeterminadas y con requerimientos de calidad preestablecidos. Estos requisitos de abastecimiento sólo pueden ser cumplidos por fincas medianas o grandes, según el producto de que se trate. Esta forma de operación les permite tener éxito en el mercado, y con una eficiencia operacional relativamente alta. Sin embargo, esta nueva organización comercial y de procesamiento ha llegado a tener muchas veces una estructura

oligopsonista-monopolista, debido a la estrechez de los mercados y a la alta protección industrial que predomina en los países de América Latina; ésto evidentemente ha ocasionado un proceso deficiente e formación de precios que no ha beneficiado en todo lo posible al productor ni al consumidor. El efecto negativo más significativo de esta estructura sobre el desarrollo rural ha sido la tendencia a la discriminación de acceso al mercado en condiciones ventajosas o competitivas a los pequeños productores.

Los pequeños productores, se decía anteriormente, son cada vez más marginados económicamente por la consolidación de este proceso: No pueden recibir los mismos servicios de apoyo que los medianos y grandes productores, enfrentan serias deseconomías en la venta de sus productos, así como en la adqusición de insumos y bienes de consumo; todo ésto hace también que el desarrollo infraestructural que se tiene en una determinada región tenga un valor económico mucho menor para el pequeño productor.

El tamaño y la ubicación de las fincas de los pequeños productores afecta seriamente las posibilidades de su comercialización. Dispersos, en zonas donde hay baja concentración de producto, producen cantidades y calidades inestables de manera que no representan un atractivo económico suficiente para conformar un sistema de acopio eficiente de productos. En estas condiciones, generalmente los pequeños productores enfrentan individualmente a unos pocos compradores potenciales -camioneros- quienes poseen un poder de negociación

mucho mayor, y les fijan condiciones de venta desfavorables. Además estos camioneros operan con altos costos unitarios en razón de las mismas características de este tipo de producción de los pequeños productores: pequeños volúmenes individuales, a veces inestable, de producto de calidad heterogénea y dispersos en diferentes puntos en una región 7/.

La clave de una incorporación exitosa de los pequeños productores al mercado está en la organización de los productores para el proceso de comercialización en la programación adecuada de la producción en el tiempo, y en el espacio y en el manejo del producto.

4. ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES

Quisieramos destacar sólo unos puntos principales en este importante aspecto que será abordado en detalle por otros conferenciantes más adelante.

La organización de los productores para la comercialización ha seguido un desarrollo paralelo a la formación de sistemas de producción que se ha descrito antes. En un inicio aparecieron las organizaciones de productores que se orientaron a los productos tradicionales de exportación, luego las del mercado interno.

7/ J. Pablo Torrealba, Improving the Organization of Fruit and Vegetable Production -Assembly Systems in the Coffee Zone of Colombia: A Case Study in La Mesa Region", Tesis Doctoral, Departamento de Economía Agrícola, Michigan State University, 1972.

Estas organizaciones, que han tenido éxito en el ordenamiento del mercado, han sido en gran medida un esfuerzo de los grandes y medianos productores con influencias, las que en un inicio de algún modo u otro han contado con un fuerte apoyo estatal ya sea para crear una institución pública o privada que vele por intereses supuestos del país en determinados mercados. A estas organizaciones se han incorporado algunos pequeños productores en la medida en que ha sido de interés de los grupos líderes en las organizaciones. Así por ejemplo, las organizaciones de caficultores en muchos países han sido un importante instrumento de fomentar la producción y las exportaciones y de incorporar a los pequeños productores en el mercado de café.

Actualmente los pequeños productores cuentan con muchas organizaciones, pero por lo general son débiles y por sí solas es difícil que puedan penetrar con efectividad en los complejos mercados existentes; necesitan de un decidido apoyo de las instituciones de gobierno para el éxito inicial. Esto es tanto más evidente si consideramos que las primeras organizaciones de productores, que contaban con el apoyo de grandes empresarios, también necesitaron del apoyo inicial de instituciones de gobierno, el cual en muchos casos, no fue sólo inicial sino que perdura hasta la actualidad.

5. ESTRUCTURA DE LA DEMANDA Y LA DISTRIBUCION DE ALIMENTOS

En muchos de los países de América Latina existe un fuerte crecimiento de la demanda interna de productos agropecuarios, a pesar de las limitaciones que existen en la distribución del ingreso y de la generación de los beneficios del crecimiento económico. Esta demanda adicional se concentra también principalmente en los grandes centros urbanos que no sólo experimentan un crecimiento poblacional acelerado, sino que también las mayores tasas de aumento en el ingreso.

Este crecimiento de la demanda interna de alimentos se caracteriza entonces por su localización en grandes ciudades y por su acelerado cambio cualitativo, que se expresa en requerimientos por el consumidor final de productos con un mayor grado de elaboración, preempacado y otros servicios incorporados a la materia prima agrícola. Es cierto que una buena parte de este cambio cualitativo lo experimentan las clases medias y altas, que son minorías, pero que han ejercido una influencia decisiva en los cambios sustanciales que ocurren en la organización del sistema de distribución de alimentos en zonas urbanas.

El sistema de distribución urbana también se ha segmentado en dos subsistemas: el tradicional, que continúa siendo la base del abastecimiento de las clases urbanas populares en las grandes ciudades, así como en las zonas rurales y ciudades secundarias; y el subsistema que podríamos llamar "moderno" que se orienta a la demanda de alimentos de las clases medias y altas.

El subsistema tradicional continúa siendo muy fragmentado, es decir existen muchas unidades empresariales de bajo volumen de operación y de altos costos unitarios. Se presentan numerosas deficiencias operacionales que elevan los costos tales como: bajos grados de utilización de la capacidad de transporte, elevadas pérdidas físicas por mal manejo y conservación del producto, y otras que serán analizadas en mayor profundidad en las conferencias posteriores. Este subsistema tradicional presenta además una larga serie de intermediarios que no agregan gran valor al producto, pero existen debido a la desorganización y falta de transparencia de los mercados mayoristas. Este subsistema no tiene elevadas exigencias en cuanto a la calidad del producto y permite efectuar transacciones desde volúmenes muy pequeños a un camión o más; es decir, es un sistema que se adapta a las posibilidades de los acopiadores que sirven a los pequeños productores. Es también el subsistema que tiene la menor remuneración al productor.

El subsistema moderno se caracteriza por su tendencia descentralizante y hacia unidades grandes de comercialización. Al utilizar mayor tamaño de operación obtiene costos unitarios menores, lo cual no quiere decir que los precios sean más convenientes a cualquier consumidor, ya que la cantidad de servicios adicionales que proporciona, o a veces el poder oligopolístico, resulta en precios mayores.

Este subsistema tiene requerimientos rígidos en su abastecimiento: altos volúmenes en cada transacción, precios, calidades, fechas de

entrega, y normalización convenidos de antemano. Es por ésto que es un circuito de ventas que difícilmente puede ser utilizado por los comerciantes que acopian productos de pequeñas fincas, menos aún por los pequeños productores.

Algo similar ocurre con las industrias alimenticias que también deben imponer requerimientos bastante estrictos para el abastecimiento de sus proveedores, lo cual margina al pequeño productor no organizado.

Paradojalmente, podrían llegar a ser los pequeños productores los principales proveedores de productos agropecuarios de mayor calidad que requieren las industrias alimenticias y el subsistema moderno de distribución, ya que cuentan con la mayor cantidad de mano de obra requerida para lograr esta mayor calidad; aunque para ello se deben cambiar los factores críticos de éxito en el mercado: organización, programación de la producción y servicios de apoyo.

De esta forma la evolución de los sistemas de distribución urbana de alimentos parecieran no estar favoreciendo debidamente a los consumidores de más bajos ingresos y por otro lado no han permitido una mayor y mejor participación del pequeño productor en los mercados urbanos que crecen con dinamismo.

Para ilustrar lo anterior resumiremos un interesante caso. El sistema de distribución de alimentos de Bogotá ha sido mejorado por CORABASTOS a través de una serie de programas que van desde un mercado

mayorista, Bolsas de productos y otros tendientes a la racionalización de la comercialización. Según el Dr. Alvaro Silva los beneficios de estos programas han sido sustanciales; ha mejorado la coordinación del sistema de comercialización; han aparecido mayoristas de mayor volumen de operación y de línea amplia de productos que detentan un mayor poder de negociación y se están convirtiendo en líderes del canal de comercialización. Han aparecido oligopsonios, pero la competencia e innovación han mejorado la eficiencia operacional del sistema significativamente; sin embargo, beneficios muy importantes parecen haber sido retenidos por los innovadores. Los canales tradicionales han cambiado lentamente, impidiendo que los consumidores de ingresos medios y bajos se beneficien de los cambios ocurridos. Estos cambios además parecen haber perjudicado el acceso al mercado a los pequeños productores 8/.

8/ Alvaro Silva, Evaluation of Food Market Reform: CORABASTOS-Bogotá, Tesis Doctoral, Michigan State University, Department of Agricultural Economics, 1976.

6. CONCLUSIONES

El énfasis productivista-eficientista que ha guiado la mayor parte de los esfuerzos de desarrollo agropecuario en muchos países de América Latina ha dejado clara su huella: los tremendos esfuerzos desplegados para aumentar la producción, han logrado una modernización y crecimiento sectorial que a veces impresiona, pero los estratos de pequeños campesinos marginados continúan existiendo, la desnutrición y falta de oportunidades de incorporación adecuada al sistema productivo perduran. Para estos grupos marginados del sector rural, la situación es cada vez peor en términos relativos.

Los técnicos del desarrollo agropecuario en buena medida han tomado también este enfoque productivista, y muchas veces se quiere creer que la vara que mide el aporte técnico al desarrollo es la perfección del método y la técnica sin considerar el efecto último que su aplicación tiene en la sociedad. Cada vez más se va adoptando el medio como un fin, y en vez de tener herramientas adecuadas para el hombre, se intenta tener hombres que acepten y se adapten a la herramienta.

Si consideramos muchos de los "avances" y el pensamiento técnico en nuestro campo veremos que esta limitación existe; tener más servicios es mejor, costo mínimo es la situación ideal, eficiencia operacional y de formación de precios son nuestros patrones comunes de evaluación y decisión, pero rara vez se duda de estas premisas para considerar cuál sería su efecto en los estratos más desposeídos.

El enfoque productivista parece haber tomado una nueva fuerza en vista de los problemas mundiales de alimentación: hay hambre y desnutrición en el mundo, la situación es alarmante y se ha planteado la pregunta incorrecta: Cómo se puede aumentar más rápidamente la producción de alimentos? Una mayor producción y disponibilidad de alimentos no asegura reducir el hambre o la desnutrición, como lo plantean Moore y Collins en su artículo "Cuando más alimentos significan más hambre" 9/. En el sector rural la pregunta correcta es cómo lograr que los campesinos controlen y participen en el proceso productivo para lograr por sí mismos desarrollar sus potencialidades al máximo?

El desafío técnico para quienes trabajan en el campo de comercialización es plantearse las preguntas correctas en la problemática actual del desarrollo rural en América Latina y buscar las mejores soluciones.

Sin duda que la interrogante fundamental que debería guiar nuestras deliberaciones es la siguiente: Cómo se eliminan los obstáculos para que los campesinos participen más efectivamente en las crecientes oportunidades que presentan los mercados de productos agropecuarios?

9/ Frances Moore and Joseph Collins, "When More Food Means More Hunger", War on Hunger, Vol. X, Nov. 1976.

BIBLIOGRAFIA

1. Araujo, José Emilio G. "Desarrollo Rural Regional" en Desarrollo Rural en las Américas, Vol. VIII, No. 2. Mayo-agosto, 1976.

2. BID. Progreso Económico y Social en América Latina. Informe Anual 1974: Washington, D.C., 1975, pp. 15-16.

3. Fletschner, Carlos. Structural Patterns in the Marketing of Selected Agricultural Products in Chile: The Position of Small and Large Growers, Research paper No. 42, LTC, University of Wisconsin, February 1971.

4. Frigerio, Norberto. La información de mercados como propiciador del cambio estructural en el medio rural. 3ª Reunión Nacional de Instrumentos de Comercialización: Información de Mercados, IICA-CMA-CORPORIENTE, Cumaná, Venezuela, 11 al 14 de mayo de 1976.

5. Harrison, Kelly, Shwedel, Kenneth. Marketing as a First Generation Problem of Small Farmers: A Costa Rican Case. OECD-FAO Seminar on Critical Issues on Food Marketing Systems in Developing Countries. Paris, October 18-22, 1976.

6. _____. Marketing Problems Associated with Small Farm Agriculture. Report of the Proceedings of a Workshop, Michigan State University, East Lansing, Michigan, June 1974.

7. Moore, Frances, Collins, Joseph. "When More Food Means More Hunger", War on Hunger, Vol. X, Nov. 1976.

8. Pando, José Luis. Restricciones sociales a la implementación de proyectos de comercialización. Reunión Técnica del Programa de Comercialización, IICA, San José, Costa Rica, 22 al 26 de abril de 1974.

9. Scott, C.D. Some Problems of Marketin Among Small Proprietors in Chile. LTC, University of Wisconsin, 1974.

10. Silva, Alvaro. Evaluation of Food Market Reform: CORABASTOS-Bogotá. Tesis Doctoral, Michigan State University, Department of Agricultural Economics, 1976.

11. Suárez de Castro, Fernando. Factores limitantes al desarrollo del potencial agropecuario. Documento interno, IICA, marzo 1977.

12. Torrealba, Juan Pablo. Improving the Organization of Fruit and Vegetable Production - Assembly Systems in the Coffee Zone of Colombia: A Case Study in La Mesa Region. Tesis Doctoral, Departamento de Economía Agrícola, Michigan State University, 1972.

LA COMERCIALIZACION Y EL DESARROLLO RURAL: UNA ESTRATEGIA PARA LA ACCION

José Luis Sandoval*

INTRODUCCION

Si bien es cierto que los conflictos sociales que son reales y que afectan nuestros sistemas generan, se plantean precisamente por las imperfecciones del mercado, también es cierto que el desarrollo histórico de los sistemas de comercialización hacia niveles de eficiencia no han ocurrido por el mismo sino como consecuencia de cambios previos en la superestructura social, económica, política y tecnológica circundante. Quiere esto decir, que el Sistema de Sistemas tradicional de comercialización no sirve como un obstáculo para el desarrollo, al hecho mismo de la existencia de este sistema es la consecuencia del contexto social, económico, político y tecnológico existente y solo cambiando este ambiente se podrían propiciar cambios substanciales y viables dentro del sistema. En una forma crasa podría decirse que cada país, cada economía, tiene el sistema de comercialización que le corresponde.

Esta argumentación está principalmente dirigida a llamar la atención sobre los enfoques tradicionales que pretenden propiciar el desarrollo por medio de cambios con criterio eficientista, dentro del sector intermediario dejando inalteradas tanto la estructura de producción como la de demanda, cuando es precisamente a través de los cambios en las elecciones terminales del sistema: producción y consumo que las

---

* Coordinador en Comercialización Agrícola, IICA Venezuela.

LA COMERCIALIZACION Y EL DESARROLLO RURAL: UNA ESTRATEGIA PARA LA ACCION

José Luis Pando*

INTRODUCCION

Si bien es cierto que los beneficios sociales que una mejor y más eficiente producción agrícola generan, se pierdan parcialmente debido a las imperfecciones del mercado, también es cierto que el desarrollo histórico de los sistemas de comercialización hacia mayores niveles de eficiencia no han ocurrido por si mismos sino como consecuencia de cambios previos en la supraestructura social, económica, política y tecnológica circundante. Quiere esto decir, que si bien un sistema tradicional de comercialización es visto como un obstáculo para el desarrollo, el hecho mismo de la existencia de este sistema es la consecuencia del ambiente social, económico, político y tecnológico existente y solo cambiando este ambiente se podrían propiciar cambios substanciales y viables dentro del sistema. De una forma cruda podría decirse que cada país, cada economía, tiene el sistema de comercialización que le corresponde.

Esta argumentación está principalmente dirigida a llamar la atención sobre los enfoques tradicionales que pretenden propiciar el desarrollo por medio de cambios, con criterio eficientista, dentro del sector intermediario dejando inalterados tanto la estructura de producción como la de demanda, cuando es precisamente a través de los cambios en los elementos terminales del sistema: producción y consumo que las

---

* Especialista en Comercialización Agrícola, IICA Venezuela.

modificaciones y adaptaciones del sistema como un todo pueden ocurrir.

No se quiere indicar con ésto, ni mucho menos, que haya que esperar a que cambios propiciadores hayan ocurrido en los sectores productores y consumidores para que la evolución del sistema de comercialización se produzca espontáneamente sino, por el contrario, llamar la atención sobre la necesidad de que toda política de comercialización - esté perfectamente vinculada no solo con políticas de desarrollo agrícola y rural sino también con políticas económicas redistributivas y modificadoras de la estructura de consumo. Una política de comercialización que aisladamente trate de desarrollar un sector intermediario - eficiente sin tomar en cuenta la estructura de producción y de consumo tendrá un impacto limitado, será de corta duración y muy posiblemente estará condenada al fracaso precisamente por que los elementos ambientales económicos que sustentarían el funcionamiento de este sector modernizado no se dan.

Cuando observamos la evolución histórica de los sistemas de comercialización agropecuaria se advierte que a la par que se desarrolla la supraestructura social, económica, política y tecnológica de - los países los sistemas de comercialización correspondientes evolucionan de un esquema centralizado a un esquema descentralizado. Convendría tal vez, en este punto, hacer una pequeña disgresión sobre las características típicas de ambos sistemas, antes de continuar con la línea de argumentación.

El sistema centralizado es el sistema tradicional donde el flujo de productos del productor al consumidor sigue canales de variada complejidad donde intervienen de uno a muchos intermediarios pero, en general, se caracteriza por la centralización urbana de todo el proceso. Quiere esto decir, que las más importantes funciones de mercadeo tales como almacenaje, clasificación, selección, procesamiento, mayoreo y detalleo son realizados a nivel de mercado central urbano. Los productos llegan a los mercados terminales y allí son comprados en base a la inspección de la carga a un precio largamente determinado por el mayorista. En este sistema la función formadora de precio es la más importante. El centro de poder radica en el sector mayorista mientras que tanto productores como detallistas dispersos y atomizados no llegan a constituir un verdadero poder dentro del sistema. En este sistema el objetivo de abastecimiento eficiente y rentabilidad de la producción agrícola se cumple deficientemente ya que la medición del desempeño del mercado tanto en términos de eficiencia técnica, productividad, introducción de innovaciones, concurrencia y participación es muy bajo. Gran parte de la responsabilidad por la baja eficiencia de este sistema radica precisamente en la falta de fuerza del sector productor y en la poca demanda de servicios de comercialización por parte del consumidor. Como deciamos antes, el sistema de comercialización se ve forzado a la evolución por la misma presión de los factores sociales, políticos, económicos y tecnológicos circundantes y es precisamente por el estancamiento que productores y consumidores, como clientes del sistema mantienen, que el sistema centralizado sigue operando

de acuerdo a esquemas tradicionales. Los componentes del sistema estan altamente centralizados y adscritos a la función de mayoreo y responden a objetivos comunes de formación de precios. Como coralario de lo anterior el ambiente institucional y legal es muy elemental limitándose a timidas regulaciones de precios para ciertos productos y alguna que otra legislación de caracter sanitario. Dado el poco conocimiento y poco control que el sector público tiene del sistema de comercialización no existen de hechos diseñadores del sistema y mucho menos ejecutores de decisiones. Este sistema de comercialización así descrito raramente se da en puridad en ningún sitio. En la práctica aunque la tendencia predominante del sistema sea centralizado se dan simultanéamente procesos más o menos descentralizados como respuesta a los intereses y presiones de los segmentos más desarrollados economicamente del sector productor y consumidor.

El sistema descentralizado por su parte se caracteriza por un desplazamiento del centro de poder del mayorista al detallista y por la realización de diversas funciones de mercadeo, especialmente acopio, clasificación y procesamiento en las mismas áreas de producción. El dominio del mercado, gracias a la especialización, integración horizontal y otros cambios pasa de los mayoristas a los procesadores y finalmente a los detallistas. Las organizaciones de detallistas no sólo propician la heterogeneidad de funciones y productos comercializados sino que, a través de una oportuna estrategia de mercado van progresivamente ejerciendo mayor influencia en las funciones comerciales, ta

les como innovaciones en empaque y variedad de productos y en el incremento en la utilización y consumo de los productos agrícolas. Otra característica importante de las organizaciones de detallistas que componen el sistema descentralizado es la eliminación de estrategias de precios a cambio de economías de costo y volumen obtenidas con una combinación eficiente de productos, variedades y ventas promocionales. Como estas organizaciones de detallistas tienden progresivamente a adquirir sus productos en mercados de origen, las necesidades y preferencias del consumidor son transmitidas directamente al productor agrícola, lo cual produce continuidad y estabilidad en la oferta, estabilidad en los precios, homogeneidad en la cantidad y calidad producida y simplificación en trámites financieros y de entrega.

En el sistema descentralizado, el objetivo de abastecimiento eficiente de las necesidades del consumidor prima sobre el objetivo de rentabilidad agrícola. De hecho en este sistema el centro de poder se ve alejado aún más del sector agrícola y predomina una orientación urbana del sistema. La medición del desempeño arroja indicadores positivos en términos de eficiencia tecnológica, productividad y dinámica innovadora, pero no tanto en términos de concurrencia y participación. El cliente típico del sistema descentralizado es el consumidor urbano con alta propensión marginal a consumir servicios de comercialización. Los componentes del sistema descentralizado poseen cada uno objetivos específicos y desarrollan altos niveles de eficiencia pero predomina la integración vertical de funciones. El sistema se desenvuelve en un am

biente institucional y legal eficientista, existiendo normas de clasificación y empaque, legislaciones mercantiles de compra-venta, regulaciones y standars universalmente aceptados por el mercado. El subsistema institucional posee amplio conocimiento del sistema de comercialización y tanto la toma de decisiones como el diseño conceptualizador - esta motivado por la dinámica innovadora que requiere el sistema.

Cabría ahora preguntarse,vista la considerable mayor eficiencia del sistema descentralizado, que factibilidad existe de transformar un sistema centralizado en uno descentralizado o más concretamente, referido al medio Latinoamericano donde predomina el sistema tradicional centralizado, que factibilidad existe de transformar el sistema - existente en nuestro medio en un sistema descentralizado. La respuesta a esta pregunta es necesariamente desalentadora. La transformación de un sistema en otro no depende, como hemos visto, de la introducción de factores tecnológicos eficientistas ni siquiera de una actitud decididamente desarrollista del subsistema institucional aunque esto último, como es lógico, tendría una fuerza impulsora considerable. La - transformación del sistema se realizará en tanto que los componentes del sistema, especialmente los dos elementos terminales del mismo: los productores agrícolas y los consumidores propician el cambio.

Para posibilitar el funcionamiento de un sistema descentralizado se requieren las siguientes condiciones.

Por parte del productor

- Especialización en la producción
- Homogeneidad del producto
- Concentración
- Organización de productores
- Estabilidad de la oferta.

Por parte del consumidor

- Alta propensión marginal a consumir servicios de comercialización
- Comportamiento de compra concentrada (compra de varios productos en u- mismo lugar) y almacenadora (compra para abastecer necesidades superiores a un día)
- Compra selectiva (dispuesto a pagar mayores precios por calidad y conveniencia)
- Preferencia revelada hacia procesados y pre-empacados.

Por parte del intermediario

- Detallistas organizados en posición negociadora dominante
- Compra por especificaciones en base a normas de clasificación y empaque
- Clasificación, empaque y procesamiento de los productos en las zonas de producción
- Integración vertical y horizontal y desarrollo de marcas

comerciales

- Sistema de transporte eficiente y normalizado donde camioneros actúan exclusivamente como transportistas.

Ahora bien, si observamos el comportamiento y estructura de estos tres elementos en los sistemas de comercialización Latinoamericanos es fácil concluir que la transformación en un sistema descentralizado es poco probable. La producción agrícola, especialmente la correspondiente al subsector vegetal está muy diseminada, no existiendo clara especialización ni por zonas ni por calidades de productos. La productividad agrícola tiende a ser baja y existen serias fluctuaciones en la oferta y lo que es aún más serio no existe estabilidad en la calidad del producto. Centros de Acopio, plantas agroindustriales rurales, organizaciones de mercadeo a nivel de productor no están en absoluto generalizadas. La demanda de alimentos se caracteriza por el predominio del consumidor de bajos ingresos, carente de medios propios de transporte y de facilidades de almacenaje de alimentos. Es el consumidor de compra diaria en abastos, bodegas, tiendas, mercados libres con baja propensión marginal a consumir servicios de comercialización. Los supermercados sirven a un público de altos niveles de ingreso y solo representan un porcentage mínimo de las ventas alimenticias. Incluso el consumidor tiende a un uso ineficiente del supermercado al dedicarlo a compras pequeñas diarias y ocasionales con igual comportamiento que el que tiene para los abastos. Con respecto al intermediario, este tiende a presentar bajos índices de eficiencia incluso dentro del

esquema centralizado. El mercado es altamente ineficiente en precios no predominando la información sobre precios y oportunidades de mercado. Los canales de distribución varían en complejidad pero casi siempre se encuentran dentro de ellas elementos que ocupan una posición - preponderante independiente de su importancia funcional. Asi el camionero aprovechando la condición dispersa y el bajo poder negociador del productor transforma la función de transporte en la de compra intermedia monopsonistica. Los mayoristas, especialmente los que trabajan rubros básicos como papas, plátanos, carne, etc, tienden a formar agrupaciones oligopsonisticas y oligopolisticas encareciendo el mercado para mantener precios altos. Los mayoristas tienden a operar en zonas céntricas y en locales no apropiados creando problemas de congestionamiento, higiene y altos porcentages de mermas. Cuando existen Mercados Mayoristas estos tienden a dejar inalterada la estructura del mayoreo y aparte de facilitar transacciones, impedir el congestionamiento y concentrar funciones en un solo lugar, no cooperan grandemente en la eficiencia del sistema. La infraestructura del mercado es insuficiente o es utilizado ineficientemente o está mal ubicada y raramente responde a un plan preconcebido de mejoramiento de la comercialización. El comercio detallista no está organizado. La venta en supermercados no esta generalizada y no suelen existir cadenas con integración vertical. La venta al detal de alimentos frescos, especialmente el de frutas y verduras, sigue exigiendo la selección del producto por parte del consumidor y ni siquiera en supermercados existe la práctica de exhibición

de productos por calidades a no ser por ocasionales clasificaciones siguiendo criterios muy elementales. La venta de productos empaquetados y prepesados no está generalizada. El aprovisionamiento de los productos se hace a través de mayoristas.

Conviene aclarar aquí un posible malentendido que pudiera desprenderse de la exposición anterior. Aunque un sistema descentralizado es definitivamente más eficiente que el sistema centralizado, no por eso, se puede concluir que sea socialmente deseable la implementación de tal sistema. El sistema descentralizado es un sistema de abastecimiento de grandes masas de consumidores de clase media pero con respecto al consumidor de bajos ingresos -que es el predominante en Latinoamerica- es muy dudoso que el tal sistema rinda un desempeño socialmente positivo. Los supermercados y cadenas consiguen altos márgenes de utilidad no con referencia a productos individuales sino con referencia al total volumen de compra o "cesta de comida" que adquiere normalmente el consumidor y en la estrategia de precios de estas cadenas se observa con frecuencia que el nivel de costo agregado de la cesta tiende a subir coincidiendo con el anuncio de ventas especiales y que el mayor nivel de costo coincide casi siempre con los supermercados ubicados en los sectores de más bajos ingresos (1). Pero es con refe-

---

1) Devine, D.G & Hawkins, M.H. "An Empirical Study of Metropolitan Market Conduct in Food Retailing" Canadian Journal of Agricultural Economics. Vol. 18 Nº 2. July 1970. pp. 41-51.

rencia al productor agrícola, especialmente el pequeño, que el sistema descentralizado resulta decididamente negativo. En un sistema centralizado tradicional el productor sufre de amplias fluctuaciones en el nivel de sus ingresos y se ve obligado a negociar en posición de desventaja pero dado lo poco selectivo del mercado existen condiciones para vender incluso productos de baja calidad. En general los precios a nivel de agricultor sufren de amplias variaciones, consecuencia directa de la inestabilidad de los mercados, pero aunque tienden a ser bajos también lo es la calidad del producto. En el sistema descentralizado, por otra parte, la posición negociadora dominante de los detallistas y su progresiva tendencia a integrarse verticalmente convierte tanto a productores como procesadores en meros proveedores del sistema. Dentro de este esquema el detallista impone normas de calidad que exigen de hecho desarrollos tecnológicos en la producción que el pequeño agricultor es incapaz de asimilar con lo cual produce una selección hacia las unidades de producción más grandes y de mayores recursos. El costo social de este proceso selectivo, dada la estructura de tenencia predominante en Latinoamérica es, sin duda alguna, incalculable. Pero aún dejando aparte lo poco recomendable que para el desarrollo rural - Latinoamericano sería la implementación de un sistema descentralizado, la misma orientación de este sistema hace que su impacto para el sector productivo no sea particularmente beneficiosa. La experiencia histórica muestra elocuentemente como el agricultor ha ido reduciendo progresivamente su participación en el proceso de mercadeo.

Dentro de la realidad política, económica y social Latinoamericana el desarrollo del sistema de comercialización deseable sería aquel que mejor sirviera a la clientela predominante en los países, es decir, a los pequeños productores agrícolas y a los consumidores de bajos ingresos. Parecería lógico pensar, visto el desarrollo histórico de los mercados, que para obtener el desarrollo eficiente de los sistemas la acción debería estar centrada en alterar el patrón de comportamiento de los dos extremos del sistema: productores agrícolas y consumidores para que de esta forma se sentaran las bases que propiciarán el cambio en el sector intermediario. Por una parte es preciso ampliar la participación del productor en el proceso de mercadeo estimulando para ello el desarrollo de algunas de las características observadas en el sistema descentralizado como son concentración de la producción, organización de productores y realización de algunas funciones de mercadeo en el medio rural. Por otra parte es preciso alterar los patrones de consumo de los consumidores de bajos ingresos aumentando su poder adquisitivo con subsidios directos tales como almuerzos escolares, comedores industriales, cupones de comida, etc., reduciendo los costos de comercialización por medio de agrupación de detallistas, centrales de compra, mercados populares etc. y mejorando el poder negociador del consumidor por medio de cooperativas de consumo, almacenes, economatos etc.

No se quiere indicar con esto que la política de comercialización este dirigida exclusivamente a los sectores productor y consumidor dejando que el desarrollo del sector intermediario ocurra espontáneamente. Muy por el contrario, la acción debe estar dirigida hacia los tres sectores simultáneamente. Lo que si se quiere indicar aquí, sin embargo, es la secuencia causal o jerarquización, que la estrategia en materia de comercialización agrícola debe seguir. A diferencia del enfoque tradicional que indica que cambios en el sector intermediario acarrean, por si mismos, modificaciones en el sistema de comercialización como un todo, el presente enfoque considera que dichos cambios en el sector intermediario deben venir condicionados a la factibilidad de realización de cambios propiciadores de eficiencia en el sistema en los sectores productor y consumidor.

DELIMITACION DEL CAMPO DE ACCION

Para estar en consonancia con los objetivos generales del IICA, las acciones en el campo de la comercialización agrícola deberán estar dirigidas a estimular el desarrollo rural en los países y en este sentido las consideraciones anteriores resultan particularmente pertinentes ya que, como corolario lógico, las acciones del IICA deberán medirse y evaluarse en términos de los beneficios potenciales que para los pequeños productores generan. Esto obliga a una seria selección y clasificación de las áreas de acción que en el campo de la comercialización deben acometerse. Sabido es, por ejemplo, que en base a un cri

[illegible]

[illegible]

terio eficientista se propician y se apoyan una serie de programas y proyectos de comercialización sin tomar en consideración los costos sociales que ellos originan. Sin embargo cuando, como en el caso del IICA, la clientela sujeto de la acción está claramente determinada es preceptivo que todas las acciones estén evaluadas en términos de esa clientela. Proyectos tales como Mercados Mayoristas, Centros de Empaque, Mataderos Industriales, Centro de Acopio, etc., largamente favorecidos por las acciones típicas en el área de la comercialización deben ser reexaminados para determinar si efectivamente los cambios y modificaciones que estos proyectos propician son beneficiosos para el pequeño productor. En la práctica tales desarrollos, al operar en un ambiente en que existen serias desproporciones en ámbito de oportunidades, disponibilidades de recursos, tenencia de tierra,etc. restringen la accesibilidad al mercado de aquellos productos provenientes del subsector de pequeños productores por razón de la misma selección cualitativa que ellos propician. La implementación de Servicios de Información de Mercados en áreas de una más oportuna señalización de precios y por ende del desarrollo de un sistema de comercialización más eficiente ignora también las serias diferencias educacionales y de recepción entre los distintos productores agrícolas y en realidad contribuye a aumentar el desnivel en la balanza de poder y de oportunidades entre los grupos constituyéndose de hecho en un beneficiario directo de los productores más grandes y con más recursos. Iguales consideraciones podrían hacerse con respecto a la promoción de mercados que va preferentemente diri

gido a estimular la demanda hacia productos que por razones de las mismas restricciones cualitativas y cuantitativas que la promoción requiere son producidos con ventaja comparativa por productores empresariales.

Con este razonamiento no se trata de invalidar ni mucho menos las ventajas y beneficios que estos proyectos rinden pero si enfatizar la necesidad imperiosa que estos proyectos y estas acciones estén diseñados y sean implementados para beneficiar a la clientela neta. Es decir a los pequeños agricultores. Asi tanto los proyectos infraestructurales, como los servicios y las acciones tendrán que incorporar el necesario mecanismo que garantice que las mejoras y beneficios sean aplicados al desarrollo rural. Los proyectos de Mercados Mayoristas - representan una indudable ventaja para el planeamiento urbano y si están bien diseñados suelen mejorar el abastecimiento urbano de alimentos pero los beneficios que reportan al sector productor y particularmente al subsector de pequeños agricultores es francamente dudoso. Los Mataderos Industriales representan una mejora considerable en términos de calidad, higiene, aprovechamiento de los subproductos y términos de abastecimiento y pueden servir de estímulo para una producción más eficiente pero deben estar diseñados para que su funcionamiento sirva - igualmente a los pequeños ganaderos. Los Centros de Acopio pueden mejorar notablemente el poder negociador de los productores en el mercado y servir de estabilizador de la oferta y por ende del ingreso (sabido es que las típicas fluctuaciones en precio de los productos perece

deros son debidos a una elasticidad de la oferta más grandes que la correspondiente elasticidad de la demanda) pero para que estos beneficios reviertan al pequeño agricultor es preciso que los Centros de Acopio estén específicamente diseñados para atender a las particulares posibilidades productivas y de recursos de estos productores y que en su implementación se cuente con la correspondiente y representativa organización de base. Un servicio de información de mercados solo será beneficioso para el pequeño agricultor cuando vaya acompañado del necesario mecanismo de divulgación que salve las diferencias en receptividad y capacidad interpretativa entre los distintos grupos interesados. Sin ese mecanismo de divulgación el servicio de información de mercados - puede y de hecho tiene efectos perniciosos al cooperar aún más al desbalance social. Iguales consideraciones que los hechos para los Centros de Acopio podría hacerse para la promoción de mercados. Solo en tanto que la promoción esté orientada a ampliar específicamente la demanda de los productos de origen campesino será ésta un instrumento - viable para cooperar al desarrollo rural.

El campo de la comercialización agrícola es muy amplio y las particulares acciones para mejorarla o modificarla vendrán determina-- das por los intereses de la particular clientela a la que se sirva. En el caso concreto del IICA, es necesario repetir, que la delimitación - de los campos de acción tiene que venir determinado por todo aquello - que directa o indirectamente repercuta en el desarrollo rural de los países.

[illegible]

UNA NUEVA ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION PARA EL DESARROLLO RURAL

En la actualidad se puede apreciar fácilmente que los canales de comercialización de productos agropecuarios en distintos países en América Latina sirven a los agricultores, haciendo una diferenciación bastante intensa, entre pequeños y grandes agricultores. Así, en muchos lugares y para muchos productos existen ciertos canales de comercialización que sirven a los grandes productores y otros canales bastantes diferenciados en su forma de operar, tanto en la forma como en el lugar, que sirven al subsector campesino.

Los canales que sirven a los grandes agricultores son más eficientes, tienen menos etapas; es decir, el producto "pasa por pocas manos", desde el productor al consumidor; tienen menores costos unitarios, menores pérdidas físicas y menos riesgos, tienen mayor estabilidad de precios y son capaces de captar una proporción determinante del crecimiento de la demanda interna y externa de un país.

Los canales que sirven a los pequeños productores, por el contrario, son muy largos o indirectos ("el producto pasa por muchas manos"), tienen costos más altos y mayores riesgos que los canales de los grandes agricultores; además, las pérdidas físicas y la inestabilidad en estos canales son también mayores. Se debe agregar que el poder de negociación en estos canales es muy desigual; es decir, el intermediario tiene un poder bastante mayor que el campesino individual que negocia con él la venta de su producto.

Esta situación ha producido incentivos económicos muy diferentes para los dos subgrupos. Mientras que los beneficios de los incrementos en demanda y precios netos más altos han revertido preferentemente hacia los grandes productores que han visto así ampliadas sus posibilidades productivas, utilidades y uso eficiente de recursos, el subsector campesino, fragmentado en pequeñas unidades individuales, ha recibido una proporción considerablemente más pequeña de estos beneficios con el consiguiente empeoramiento de los términos de competencia y de distribución.

La estructura institucional por su parte en cuanto a los servicios públicos y distribución de insumos agrícolas también tiende, en la mayor parte de los países, a beneficiar los grandes agricultores. Particular importancia en este desarrollo tienen las políticas de incentivos a la exportación que en muchos países han estado dirigidas a fomentar la exportación de las grandes empresas agropecuarias mientras que las explotaciones pequeñas no han podido aprovechar las oportunidades del mercado externo para mejorar sus niveles de empleo e ingresos.

En lo que se refiere a la intervención estatal en el campo de la comercialización en muy pocos casos se puede hablar de la existencia de una política de mercadeo agropecuario coherente e integral. En la mayoría de los casos esta política queda circunscrita a políticas de precios para productos básicos y políticas de almacenamiento - las cuales casi siempre son de corto alcance, de bajo rigor económico y

de estructura obsoleta y estática. En los últimos años, sin embargo, se ha percibido una mayor orientación de los gobiernos hacia la resolución de los problemas de abastecimiento producidos por una mayor concentración urbana de la población con un paralelo abandono de la preocupación por resolver los problemas de la comercialización a nivel rural. Aún con estas consideraciones sería posible dividir las políticas de comercialización llevadas a cabo por los distintos países Latinoamericanos en tres categorías más o menos separadas:

1. Política tradicional

Esta política va dirigida a la formación de organismos públicos y semipúblicos que atiendan los problemas de comercialización, infraestructura de comercialización (silos, mercados, plantas procesadoras, caminos) y servicios de comercialización (información de precios, normalización, capacitación, extensión en mercadeo, etc.) para mejorar los procesos de mercadeo y hacerlos más eficientes. Esta política se aplica indiscriminadamente sin diferenciar las necesidades y la distribución de beneficios entre los grandes y los pequeños agricultores. Aunque posiblemente sirva para aumentar la eficiencia y producción del sector agropecuario, sus efectos, tal como se discutió anteriormente tienden a acentuar el dualismo y a paralizar el desarrollo rural.

2. Política de cambio estructural

Esta política cuyo único exponente es Cuba y en mucha menor medida Perú corresponde a regímenes decididos a acometer un profundo -

cambio social. Los cambios producidos en la supraestructura, que como se dijo anteriormente es la sostenedora de un particular sistema, llevan anejos procesos redistributivos que como es lógico no solo reducen el dualismo sino que de hecho lo eliminan.

El estado, a través de sus organismos, tiende a fomentar y a proveer los servicios y la infraestructura, sin discriminación a todo el sector rural. Los canales de comercialización tradicionales, en estos casos de cambio estructural, han pasado a manos del Estado y muestran un cierto control por parte de los usuarios, que son tanto los productores agropecuarios como los consumidores.

3. Política desarrollista

Como una política intermedia entre las dos anteriores su objetivo es fomentar la agrupación de pequeños agricultores para que puedan aumentar su poder negociador y competir en condiciones más ventajosas en un sistema de comercialización más eficiente. Aunque el dualismo persiste el Estado acomete acciones específicas en favor del subsector de pequeños agricultores para que éste pueda incorporarse al proceso de desarrollo económico.

Dejando aparte las obvias críticas que pueden hacerse a esta categoría de política de comercialización es preciso reconocer que dada la situación política,económica y social prevalente en Latinoamérica este tipo de orientación es la más viable y recomendable. En este sentido el IICA para orientar todas sus acciones en el campo de la co

mercialización y hacerlas compatibles con su objetivo de cooperar al - desarrollo rural esbozó una estrategia básica de comercialización que aunque eminentemente desarrollista incorpora algunos elementos estructuralistas en su orientación.

3.1. Descripción del Modelo (1)

La estrategia de acción del IICA en el campo de comercialización vendría gráficamente representada en la Fig. 1. Como punto de - partida se reconoce la existencia de dos grandes subsectores: subsector empresarial y subsector no empresarial con una marcada diferencia en disponibilidad de recursos, tierra, tecnología, oportunidades etc. La dualidad entre los dos subsectores viene determinado por una serie de factores causales entre los cuales los más importantes son:

1) el desarrollo tecnológico
2) las imperfecciones existentes en el mercado de capital y tierra
3) la mala asignación de los servicios públicos.

---

(1) Este modelo fué inicialmente elaborado por Juan Pablo Torrealba y el autor durante la Reunión Técnica Anual del Programa de Comercialización del IICA celebrado en República Dominicana en - Abril de 1975 y fue posteriormente perfeccionado por los comentarios y contribuciones de los otros técnicos del Programa.

La división del sector productivo en subsector empresarial y subsector no empresarial es bastante vago no existiendo una clara frontera para separar los dos subsectores. En algunos países se utiliza como criterio de selección un determinado nivel de ingreso bruto al año. De cualquier forma la caracterización de categorías es una tarea nada sencilla que habrá que establecerse de acuerdo a las particulares circunstancias prevalentes en cada país.

En la presente estrategia se parte de la base, como es lógico, que la política de comercialización estaría integrada dentro de una política económica global para el sector agrícola. En este sentido es preciso reconocer que la política de comercialización como tal no puede resolver, en su enteridad, la problemática global del subsector no empresarial. Es por ello que antes de seguir en la descripción del modelo sea preciso antes recurrir a otra subdivisión del subsector no empresarial. Esta subdivisión corresponde a lo que con terminología tal vez no muy afortunada se ha llamado el grupo Adaptable y el grupo no Adaptable. El grupo no Adaptable que como es lógico será sujeto de otras políticas agrícolas es aquel que desde el punto de vista de la política de comercialización no reune las condiciones mínimas de recursos, ubicación, posibilidades productivas etc. que le permita incorporarse a un proceso desarrollista. Aunque esta subdivisión podría haberse obviado en la presentación, en términos realistas es preciso reconocer que por muy ambiciosa y en profundidad que una política de comercialización para el desarrollo rural quiera ser, siempre, habrá

un grupo residual no incorporable a este desarrollo.

La estrategia básica del modelo radica en el reconocimiento explícito del dualismo antes mencionado y en la imposibilidad de acometer políticas de comercialización indiscriminadas que sean beneficiosas por igual tanto al subsector empresarial como al subsector no empresarial. Reconociendo, por tanto, la discriminación prevalente en el canal tradicional de mercadeo es preciso que la comercialización de los productos del subsector no empresarial adaptable se haga por un canal específico discriminado que sirva con exclusividad a los intereses de este subsector no empresarial. Para que esto sea posible se sugiere seguir el siguiente orden secuencial en la estrategia:

a) Agrupación de productores: que permita el desarrollo de las correspondientes economías de escala, incorporar tecnología y procesos productivos más modernos y romper la frontera de marginalidad.
b) Selección de rubros y áreas: para que el canal discriminado funcione es preciso seleccionar aquellos productos que ofrezcan las mejores ventajas comparativas por áreas de producción. Los desarrollos a) y b) deben ser simultáneos.
c) Reformas en el mercado: Una vez cubiertos las etapas a) y b) algunas asociaciones de productores estarían en condiciones de competir en igualdad de condiciones con el subsector empresarial a través del canal tradicional de mercadeo. Este proceso sería aún más intenso si a ello se sumará una política preferencial del gobierno que facilitara el acceso de los productos de las asociaciones de -

productores a un canal de comercialización modernizado. Esto, en realidad, no es una etapa más en la estrategia básica sino, más - bien la materialización de una política de comercialización que sin pretender implementos los canales discriminados contribuye parcialmente al desarrollo rural. También sirve para ilustrar los logros alcanzables una vez que se cubran las etapas a) y b).

d) Desarrollos infraestructurales específicos: Para las condiciones existentes en la mayoria de los países latinoamericanos la acción única de una política asociativa y diversificadora de rubros producidos y de áreas, dejará vigente la mayor magnitud del problema de marginalidad rural por las mismas razones de limitación de oportunidades porductivas del pequeño agricultor y por el efecto discriminador de un sistema eficiente de comercialización que ya se ha apuntado. En los casos donde los presupuestos de reforma agraria y reforma de mercado no se dan es necesario contraponer una estrategia específica de comercialización que permita que los productos agrícolas provenientes de las agrupaciones de productores lleguen a los mercados finales y sean retribuidos con un precio rentable. El siguiente paso en esta estrategia sería, por tanto, el establecimiento del oportuno desarrollo infraestructural y agroindustrial, que permita el funcionamiento de canales de comercialización donde estos productos de origen campesino o no empresarial puedan circular libres de la competencia de grupo empresarial. Para obtener la eficiencia operacional es necesario que las empresas asociativas de

comercialización y las empresas asociativas agroindustriales estén vinculadas entre sí y con las empresas asociativas de producción - en un complejo funcional común. Es decir, que la organización de los tipos de empresas asociativas respondan a una planificación común y que los productores estén representados en los cuadros gerenciales y administrativos de las tres empresas. La secuencia planificadora debería partir de las oportunidades y particulares coyunturas del mercado con el fin de obtener la optimización del ingreso agrícola con los recursos disponibles.

e) Promoción de Mercados: Contando ya con un desarrollo agroindustrial e infraestructural adecuado el canal discriminado para su - oportuna operacionalidad requerirá, de manera esencial, de una promoción de mercados que permita a los productos llegar en condiciones ventajosas al mercado y aprovechar y de hecho estimular el crecimiento de la demanda. Sabido es que uno de los grandes problemas que confrontan las asociaciones de pequeños productores es el relacionado con la dificultad de obtener contratos de compra para sus productos. Las razones de ésto están basadas en la aparente inestabilidad de la oferta y pocas garantías que las nuevas asociaciones ofrecen al comercio mayorista y detallista establecido. Para obviar ésto es preciso conducir una ambiciosa y dinámica promoción de ventas tanto en el mercado interno como externo procurando, en lo posible, vincularse desde el principio con nuevas cadenas de distribución y abastecimiento especialmente con las cadenas voluntarias de detallistas y también con los programas de abastecimiento

que conduzca el Estado tales como los mercados o despensas populares, programa de almuerzos escolares, comedores industriales etc. De cualquier forma no es preciso enfatizar que la promoción de mercados es el motor fundamental para la existencia y operacionabilidad del canal discriminado.

3.2. Servicios especiales del Estado

La implementación de esta estrategia básica de comercialización descansa en la existencia de unos servicios del Estado que posibiliten el funcionamiento del canal discriminado. De hecho la contribución del IICA al desarrollo rural se ejerce a través del fortalecimiento institucional lo que, en este caso concreto, se traduciría en facilitar la adecuada implementación y funcionamiento de estos servicios especiales. Por una parte es preciso que el Estado acometa decisivamente tareas de modernización y perfeccionamiento del mercado basados en un adecuado diagnóstico y diseño. En este sentido más que acciones de desarrollo infraestructural, que no son más que auxiliares de política, es preciso hacer énfasis en la introducción de sistemas normativos convenientemente reglamentados, en la aplicación de oportunas medidas reguladoras especialmente de precios y en la ampliación de oportunidades para pequeños agricultores y consumidores de bajos ingresos por medio de un servicio de información de mercados diseñados con las salvedades indicadas al principio.

Tal como se indicó en la introducción procesos reformadores del mercado por sí solos no pueden hacer mucho para reducir el dualismo. El estado debe disponer de un Servicio que formando parte integrante de las funciones de la entidad encargada del mercadeo agropecuario tenga como objetivo fundamental el fomento al desarrollo de agrupaciones de productores. Como esta tarea es acometida también por otras instituciones, especialmente por aquellas encargadas de la Reforma Agraria, es preciso que todos los esfuerzos estén englobados bajo una programación común. Dado que todos los esfuerzos van encaminados a mejorar el nivel de ingresos del productor y esto solo se consigue mejorando su posición en el mercado, es preciso que la programación interinstitucional tenga esa adecuada orientación hacia la comercialización y por tanto que los esfuerzos integracionistas vengan de antemano dirigidos hacia aquellas áreas y aquellos rubros donde el proceso desarrollista sea más factible.

En muchos países los gobiernos no estarán dispuestos a ir más allá de la creación de servicios de modernización y de fomento a las agrupaciones que se acaban de enunciar. Esto, aunque, no agota ni con mucho el problema, puede representar de hecho un decidido apoyo para el desarrollo rural. Para posibilitar el desarrollo de canales discriminados, esencia de la presente estrategia, es preciso que el Estado ponga en funcionamiento servicios para el desarrollo infraestructural y agroindustrial que sirvan los intereses de las agrupaciones de productores y permitan la comercialización de sus productos por canales -

separados. Por último es preciso contar de manera esencial con el adecuado servicio de promoción de mercados que facilite la comercialización, en condiciones ventajosas, de los productos provenientes de las agrupaciones y que estimule el crecimiento de la demanda interna y externa para esos productos.

Las acciones del Estado para implementar la estrategia de comercialización vienen indicados con flechas gruesas en la Figura 1. Estas flechas por consiguiente indican las áreas de apoyo institucional en comercialización a través de las cuales actuaría el IICA.

3.3. Externalidades positivas para el grupo no adaptable.

Aunque con anterioridad se decía que la estrategia de comercialización enunciada se dirigía al grupo denominado "adaptable" y que la problemática del grupo "no adaptable" debería ser sujeto de otras políticas agrícolas, la implementación de los canales discriminados pueden en la práctica producir ciertos efectos beneficiosos sobre el grupo no adaptable. Como se sabe, el gran problema de transferencia de excedentes de mano de obra del campo a la ciudad radica en la falta de especialización de esta mano de obra. El mercado de trabajo urbano ofrece pocas oportunidades a las destrezas del trabajador rural. Un proceso de industrialización rural ofrece por otra parte la ventaja de que el mismo tiempo que aumenta el valor agregado de la producción que queda en el campo se generan destrezas entre los trabajadores los cuales pueden tener utilidad y ser demandados por el mercado de trabajo urbano.

Si en la implementación de los canales discriminados se si-- gue un criterio de aprovechamiento de excedentes de mano de obra, los desarrollos infraestructurales y agroindustriales generarán empleo para absorber parte de los excedentes del grupo no adaptable. Esto permitirá el desarrollo de destrezas útiles para el mercado laboral urbano y permitirá que la migración campo-ciudad, vista actualmente como un problema social, se convierta en una migración productiva. Los - efectos positivos externos que la estrategia de comercialización produciría serían, por tanto, generación de empleo rural por parte, tanto de los desarrollos propios del canal como por el estímulo a la reinversión en el campo que ellos generarían, aumento cualitativo del capital humano a través del desarrollo de destrezas y estímulo a la migración productiva campo-ciudad.

LINEAMIENTOS DE POLITICA INSTITUCIONAL

En base a los razonamientos anteriores y a la necesidad de que los objetivos y estrategias del IICA se adecúen a la problemática del desarrollo rural el Programa Hemisférico de Comercialización considera que su política debe ser orientada a cumplir los siguientes objetivos.

A. Objetivo General

Cooperar con los países en proporcionar mejores beneficios a los pequeños y medianos productores y lograr una mayor participación - de los mismos en el proceso de desarrollo económico y social, a través del mejoramiento o adecuación de los sistemas de comercialización.

Para esto, el PHC cooperará con los países en adelantar las siguientes etapas dentro de una estrategia de desarrollo rural (mejo--ramiento de los pequeños productores).

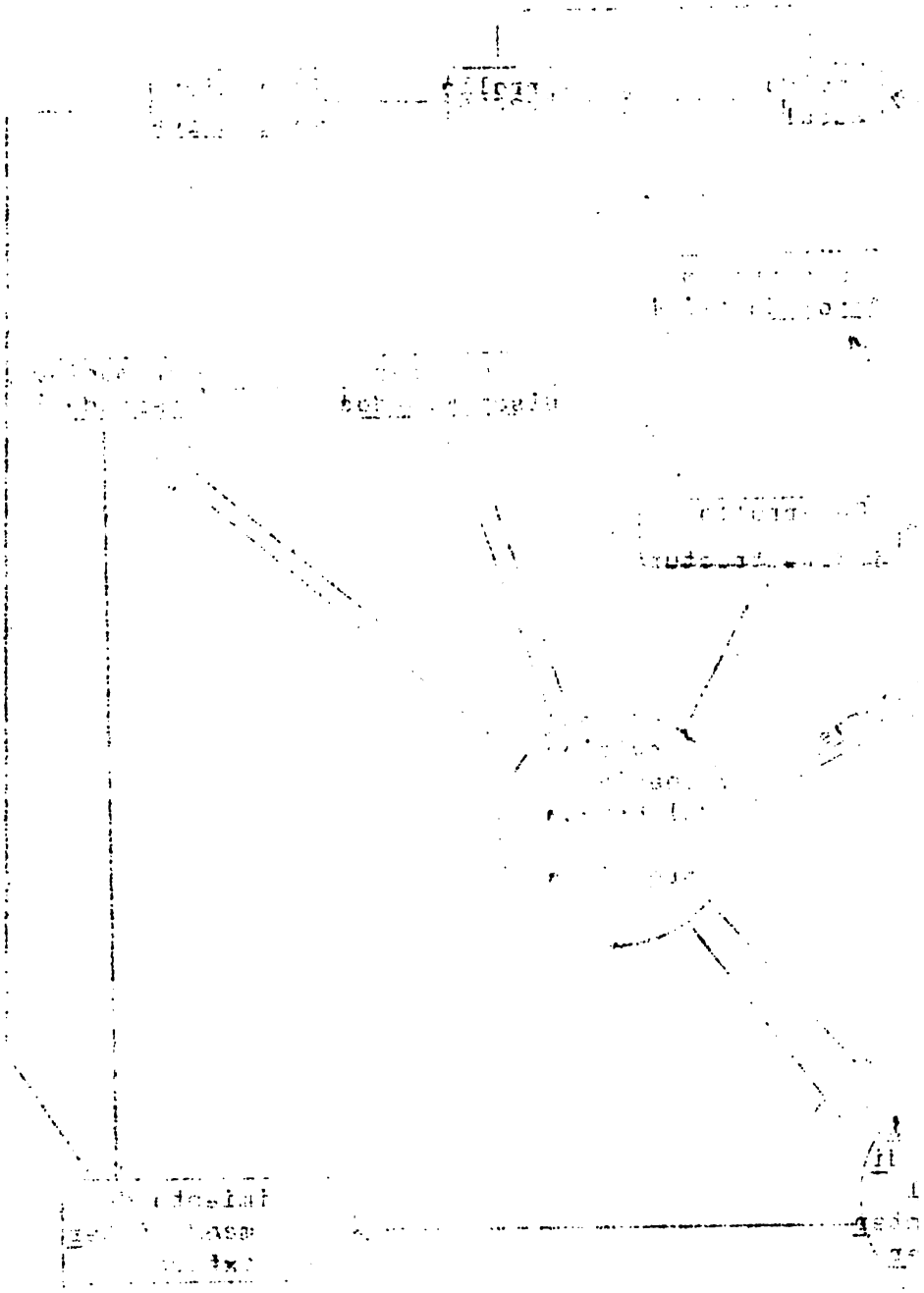
B. Objetivos Específicos

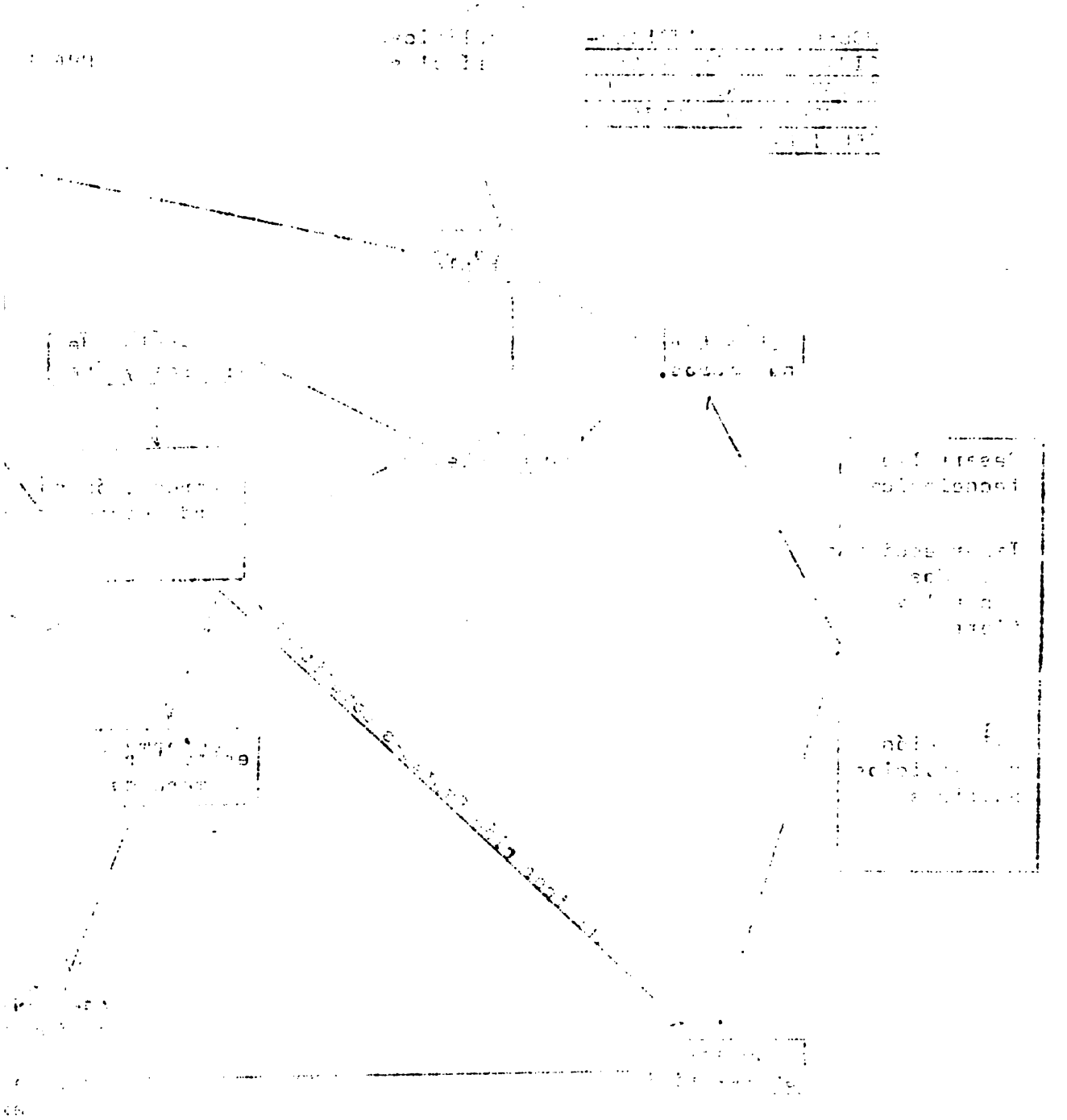
1. Promover las agrupaciones de los pequeños productores y campesinos en función de las necesidades y oportunidades en el sistema de comercialización, a fin de aprovechar las econo--mías de tamaño que les permitan ser incorporados a las oportunidades del crecimiento de los mercados.
2. Cooperar para la provisión de los servicios necesarios para ampliar o mejorar la infraestructura de comercialización y - agroindustria en beneficio de los pequeños productores organizados aumentando así el ingreso y empleo rural.
3. Cooperar en la promoción de sistemas discriminados de comercialización que permitan a los pequeños productores la incorporación ventajosa a los mercados de productores agropecua--rios.
4. Propiciar los cambios estructurales en los mercados tradicionales que permitan el acceso de productos agropecuarios provenientes del subsector campesino a los mercados internos y externos en condiciones ventajosas.

Desarrollo tecnológico

Imperfecci mercados capital y tierra

Mala asignación de servici públicos





[illegible]

[illegible]

[illegible] la estrategia de [illegible] [illegible] del presente [illegible] [illegible] la [illegible] del desarrollo [illegible] [illegible].

En efecto, [illegible] en un estilo de organización [illegible] [illegible] una teoría más o menos definida [illegible] desarrollo, los cuales [illegible] gía organizativa [illegible] y [illegible] [illegible] mientras la [illegible].

Siguiendo los [illegible] de esta [illegible], el [illegible] la gerencia se sitúa en un [illegible] desarrollista. Sin embargo, rechazando con una parte [illegible] varios eficientistas y [illegible], y relativizando [illegible] el enfoque funcionalista, esta [illegible] considera que [illegible] gerencia es fundamentalmente el resultado del [illegible] de [illegible] de poder de dos grupos privilegiados en [illegible] en los [illegible] mantienen la posición privilegiada [illegible] el mantenimiento del desenvolvimiento de los mercados [illegible], la apropiación desmesurada de los excedentes y la desigualdad de la distribución de los ingresos. Los [illegible] clases de la sociedad capitalista descansan sobre los [illegible] de la libre empresa y la [illegible] [illegible] y [illegible] de fuerza. La [illegible] sugiere la [illegible] [illegible] al poder. En tal sociedad, surge un [illegible] equilibrio de fuerzas posible [illegible] a [illegible] y [illegible] las [illegible] estructurales que hacen posible una [illegible]

* Preparado por Dr. Rafael [illegible], Asesor Técnico [illegible], República Dominicana.

ESQUEMAS ORGANIZATIVOS DE LOS PRODUCTORES AGRICOLAS PARA LA COMERCIALIZACION DE SUS PRODUCTOS*

Situar la organización de productores como punto esencial de la estrategia de comercialización -así como la menciona el programa del presente seminario- significa cuestionar no solamente la estrategia del desarrollo sino la teoría misma del desarrollo.

En efecto, cualquier estrategia para el establecimiento de un modelo de organización campesina responde necesariamente a una teoría más o menos definida y a una política concreta de desarrollo, las cuales repercuten profundamente en la estrategia organizativa campesina y en los programas de acción, particularmente la comercialización.

Siguiendo los delineamientos de este seminario, la presente ponencia se sitúa en una perspectiva histórico-estratégica desarrollista. Sin embargo, rechazando por una parte los criterios eficientistas y fomentistas, y relativizando, por otra, el enfoque funcionalista, este trabajo considera que el subdesarrollo es fundamentalmente el resultado del desequilibrio en la estructura de poder donde grupos privilegiados en control de los mecanismos económicos mantienen su posición privilegiada gracias al mantenimiento del desequilibrio de los mecanismos económicos, la apropiación desmesurada de los excedentes y la desigualdad de la distribución de los ingresos. Los mecanismos de la sociedad capitalista descansan sobre los principios de la libre empresa y la libre competencia generadoras de relaciones de fuerza. La pobreza engendra la debilidad; la riqueza sustenta el poder. En tal sociedad, solo un mejor equilibrio de fuerzas permitirá pasar a relaciones de razón y realizar los cambios estructurales que harán posibles una distri-

* Preparado por Dr. Marcelo Grondin, Asesor Convenio IICA/FEDA-PIDAGRO, República Dominicana.

bución más equitativa del ingreso nacional.

Interpretamos en este sentido la visión de las NN.UU. y -- del Sistema Interamericano que han reconocido repetidamente que "el desarrollo no significa solamente crecimiento con finalidad restringida al aumento cuantitativo de la producción y que es - un concepto ideológico amplio que implica reorientación del poder político y social, redistribución de los ingresos y amplia participación de todos los sectores de la población en las instituciones sociales y políticas. Para ello, el desarrollo en - América Latina debe ser considerado como un proceso de cambio - estructural tanto en el sistema productivo como en las instituciones y requiere la participación creadora del pueblo, lo que significa mejorar la estructura de poder mediante una real participación del campesino en la decisiones y en las oportunidades políticas, económicas y sociales". (Marco Teórico IICA-FAO, 1970).

La estructura de poder constituye el elemento más fundamental de las relaciones en la sociedad y su desequilibrio es la - causa más profunda del subdesarrollo. Por lo tanto, la meta de las políticas de desarrollo en las sociedades capitalistas no es primeramente lograr una coordinación racional de los mecanismos económicos sino establecer relaciones de equilibrio entre - los sectores a partir de posiciones de fuerza que dan una capacidad de negociación y de control sobre las decisiones y la --- coordinación de los mecanismos económicos.

Compartimos el criterio de Alegrett (1971) de que "los -- principios fundamentales del desarrollo no podrán ser alcanzados en tanto no se supere el enfoque existente. Siendo el problema esencialmente estructural se hace necesarias acciones que inciden determinantemente sobre la estructura existente. Solo puede sustentarse en la creación o existencia de una organización capáz de garantizar una efectiva participación campesina -

en la toma de decisiones económicas, sociales y políticas y capáz de erigirse como grupos de presión para el cambio de estructura".

La organización de los pequeños productores se sitúa dentro de esta perspectiva puesto que es la mejor forma como podrán conseguir un poder de negociación y de decisión, ser sujeto de su propio desarrollo y colaborar al desarrollo nacional.

Esta posición coincide con la filosofía humanista del IICA que "implica una valorización de cada miembro de la sociedad en tanto que hombre. Esto le exige que sus acciones tiendan a lograr que los sistemas productivos de los países miembros se organicen y funcionen de modo que toda la población participe, sin discriminaciones ni privilegios, tanto en la toma de decisiones como en los resultados del proceso productivo". (Araujo, J. E. 1975).

En esta perspectiva, la organización campesina no puede ser considerada como un instrumento para la implementación de proyectos de desarrollo o de la labor de los técnicos en extensión; a lo contrario, son los proyectos de desarrollo los que deben ser considerados, fundamentalmente, como un instrumento al servicio del fortalecimiento de las organizaciones campesinas y, en alguna forma, del establecimiento de relaciones de razón y de igualdad como condiciones necesarias para el desarrollo en lugar de las relaciones de fuerza y de dominación.

Puesto que la organización campesina se asevera como una condición para el desarrollo y una respuesta parcial a los problemas del subdesarrollo, este trabajo está constituído de dos partes principales: 1) un breve diagnóstico del subdesarrollo rural, y 2) unas reflexiones respecto a los delineamientos organizativos para los pequeños productores.

1.- DIAGNOSTICO GENERAL

- Al acercarse el final de la segunda "década del desarrollo" en América Latina, los promotores de los programas y los analistas de los resultados llegan a la conclusión de que las considerables inversiones, tanto en capital financiero como humano, no han solucionado el problema del subdesarrollo sino que, en varios casos, lo agudizaron (Holland J., 1976). El crecimiento económico no ha conducido a una efectiva transformación social, las condiciones de vida de las grandes masas pobres no han mejorado en forma significativa y la participación de los grupos menos favorecidos en los proyectos de cambio socioeconómico casi no ha existido (Araujo, J. E., Oliart F., 1975).

- Más, a pesar del largo tiempo recorrido y de los cuantiosos recursos empleados, los objetivos fijados no han sido alcanzados y no se vislumbra la posibilidad de lograrlos en un futuro próximo (Alegrett R., 1971).

- En muchos países, la situación de las grandes masas populares se ha deteriorado todavía más, tanto en su aspecto absoluto como relativo, comparándola con otros sectores de la población. La transferencia tecnológica ha favorecido ciertos sectores y hecho surgir nuevas "élites" en el campo y en el país, pero no ha solucionado el problema del hambre, de la desocupación creciente, ocasionada particularmente por la mecanización y la falta de agroindustria, el problema del minifundismo y de la minifundización, de los términos de intercambio, de los intermediarios, etc.

Para la finalidad de nuestro estudio podemos retener tres tipos de análisis respecto al problema del subdesarrollo:

a) El enfoque que llamaremos eficientista o fomentista que

atribuye principalmente el subdesarrollo a la escasa producción y productividad, situación agudizada por el crecimiento demográfico. Para este enfoque la solución se encuentra en el aumento de la producción, particularmente a través de la transferencia tecnológica y crediticia.

b) El enfoque que llamaremos funcionalista que atribuye básicamente el subdesarrollo a la falta de coordinación entre los mecanismos ecomómicos, debiendo encontrarse la solución en una planificación global más equilibrada de los diferentes sectores de la ecomomía.

c) El enfoque que llamaremos estructuralista, el cual atribuye fundamentalmente el fenómeno del subdesarrollo al desequilibrio en la estructura de poder, causado por la apropiación de la mayoría de los excedentes por una minoría de la población, la cual controla los mecanismos de la economía. Para este enfoque la solución al subdesarrollo, se encuentra en el equilibrio de la estructura de poder por medio del poder creciemte de las mayorías pobres.

1.1.- CRITICA AL ENFOQUE FOMENTISTA.-

Además de aceptar generalmente una estructura agraria que estanca el crecimiento y favorece una mimoría, las políticas de transferencia tecnológica no han influído en forma significativa en los mecanismos de producción y de distribución del ingreso.

La transferencia tecnológica y la "revolución verde" han permitido producir más alimentos. Sin embargo según Moore y Collins (1976) es en las áreas rurales de mayor crecimiento productivo donde el bienestar del 50% más pobre de la población total ha disminuído más en términos absolutos y relativos: don

de hay más alimentos hay más hambre que antes, considerando o - no el crecimiento demográfico.

Además algunos estudios recientes cuestionan seria-- mente la rentabilidad de la transferencia tecnológica para la - agricultura del pequeño productor (Warman A., 1976). Según Feder E. (1972) la transferencia tecnológica es, antes que todo, un mecanismo para ampliar los mercados para los insumos (productos industriales) utilizados en la agricultura, fabricados y -- vendidos por las empresas multinacionales, y para aumentar el - control económico y político de las naciones industriales sobre los países subdesarrollados.

La transferencia tecnológica no ha sido programada - antes que todo para solucionar el problema del hambre en el Tercer Mundo sino para alimentar los mercados de los países industriales (Moore F. y Collins J. 1976). Por tal motivo se ha --- acentuado la producción dirigida y especializada de productos alimenticios. La masa de los pequeños productores son integrados paulatinamente a la producción mercantil y a la sociedad de consumo, debiendo competir no solamente con los productores y/o compradores sino con los consumidores pudientes de los países - ricos, como si el mundo empezara a ser como un "supermercado -- global". (Moore F., Collins J. 1976).

Al producir más y al ser incorporados más profundamente a la estructura económica vigente por medio de la modernización tecnológica, sin cambio profundo de estructuras, los pequeños productores resultan ser más explotados que antes por -- los grupos dominantes que se apropian una parte mayor del nuevo excedente producido.

La primera década del desarrollo se abrió bajo el - signo de la reforma agraria, acompañada por la transferencia -- tecnológica y, últimamente, crediticia. Sin embargo, son mu --

chos los analistas que cuestionan su impacto para la solución del subdesarrollo. Después de buscar la solución en una mejor distribución de la fuente de la producción -la tierra- y/o en una mayor producción de bienes -la transferencia tecnológica- muchos técnicos centralizan actualmente su atención sobre la comercialización, puesto que poco serviría tener la propiedad de la tierra y aumentar la producción si los pequeños productores no llegaran a recibir, a través de la venta, el fruto de su trabajo. Sin embargo, si los proyectos de comercialización no trascendieran las metas de los proyectos fomentistas de los 20 últimos años no llegarían a tener más éxito que los programas de reforma agraria y de transferencia tecnológica.

1.2.- CRITICA AL ENFOQUE FUNCIONALISTA.-

Para muchos analistas, las causas del subdesarrollo se encuentra en los desajustes de las variables coyunturales de la economía nacional: cantidad de exportaciones y su precio, inversión extranjera, crédito, precios en el mercado, salarios, eficiencia de la producción, etc. La solución se encontraría principalmente en una mejor planificación para lograr el equilibrio entre estos distintos elementos.

Sin embargo, décadas de fracasos en desarrollo a pesar de una valiosa programación indican que no es suficiente la planificación para lograr la coordinación de las variables y una mejor redistribución del ingreso. Es más; generalmente los problemas coyunturales tienden a reforzarse debido a la presencia de desequilibrios estructurales, (Onaplan 1976) y los planificadores no tienen control ni poder de decisión tanto sobre los problemas coyunturales como sobre los mecanismos estructurales.

1.3.- ENFOQUE ESTRUCTURAL.-

La causa del subdesarrollo no se encuentra principalmente en la falta de producción o en el desajuste de los elementos coyunturales de la economía nacional, sino en los desequilibrios estructurales: la existencia de una minoría rica frente a una gran mayoría explotada, el sistema de la tenencia de la tierra, los desequilibrios de sectores regionales y externo, etc. (Onaplan 1976). En este trabajo, se considera que el elememto estructural fundamental del subdesarrollo es la existencia de una mimoría privilegiada que se origina y se reproduce por medio del control de los mecanismos de producción y del mercado, la apropiación de excedentes producidos por los grupos menos favorecidos y el control o la influencia sobre los centros de decisióm política. El peligro de las estadísticas es de ilustrar, por ejemplo, los diferentes grupos de ingreso y señalar la enorme diferencia entre los extremos; pero generalmente sin revelar cómo el grupo más privilegiado lo es precisamente a raíz de su apropiación de excedentes.

No solamente los modelos implementados durante los veinte últimos años han comprobado que el crecimiento no reduce automáticamente la pobreza y la desigualdad, sino que han colaborado a la polarización y a la estabilización de una pequeña élite influyente y rica frente a una gran mayoría pobre, compuesta primcipalmente por habitantes del agro y de los barrios marginados de las ciudades. (Holland J., 1976). En este sentido se ha afirmado que los programas de desarrollo centrados sobre el aumento de producción empeoran la situación de la masa de los pequeños productores puesto que, en el contexto actual, favorece el surgimiento o al fortalecimiento de una nueva clase de aprovechadores nacionales e internacionales (Moore F., Collins J., 1976).

El mantenimiento de los sectores privilegiados y su reproducción por medio de la apropiación de excedentes producidos por los sectores indefensos es el resultado de la libre empresa y competencia, generadoras de relaciones de fuerza conflictivas que obstaculizam una efectiva integración nacional y ppr endre la consolidación ecomómica (Ortiz J., 1976, Araujo, J. E. 1975).

El subdesarrollo es fundamentalmente un femómeno estructural y no simplemente coyuntural. Sin embargo, los modelos actuales de desarrollo no cuestioman el fundamento estructural del subdesarrollo. Los proyectos implemementados desde más de 20 años no son -y mo pueden ser- más que soluciones coyunturales limitadas por los intereses de los grupos privilegiados: por motivos de sobrevivencia, el sistema no puede permitir cambios estructurales que pongam en peligro su propia reproducción. Por este motivo, los cambios propiciados por el sistema no pueden ser más que coyumturales.

Sin embargo, tanto a mivel coyuntural como a nivel estructural la situación presente se debe a las relaciones de fuerza y de domimación generados por el control de la producciómm y de la distribución. Los pequeños productores del agro no podrán encontrar una solución seria, aumque parcial, a su situación simo a través de la organización campesina que les permita obtener un control sobre su producción y su producto y sobre los centros de decisióm, y así lograr um cierto equilibrio en las relaciones de fuerza existentes. La solución no se encuentra fundamemtalmente en la creación de centros de producción más eficaces sino en centros de poder campesino más potentes que a trawés del control de su producción y de su producto puedan alcanzar un poder de negociación.

1.4.- EL PEQUEÑO PRODUCTOR.-

La descripción de algunas características del peque-

ño productor permitirá situar mejor la finalidad de la organización campesina.

1) El pequeño productor o campesino se tipifica generalmente por un nivel de subsistencia biológica. A esta categoría corresponden particularmente los agricultores que poseen menos de 64 tareas (4 hectáreas), y que abarca aproximadamente el 70-75% de la población rural. Esta superficie limita al campesino a un ingreso menor a $100.00 pesos mensuales, nivel considerado necesario para mantener una familia a un nivel de subsistencia.

ESTRUCTURA DE TENENCIA DE LA TIERRA 1973

(en porciento)

Tamaños de Finca	Número de Fincas %	Superficie Ocupada %	Superficie Promedio (en tareas)
0-10	16.34	0.48	3.73
11-20	15.02	1.63	13.69
21-50	24.66	6.09	31.13
51-100	20.47	9.32	57.40
101-300	11.03	12.13	138.75
301-500	10.20	26.03	321.77
501-2000	1.25	4.98	502.48
2000- más	1.03	39.34	4832.89
	100.00	100.00	126.13

2) El pequeño productor es una categoría subalimentada a pesar de ser el principal productor de bienes alimenticios. Es la mayor parte (80%) del 80% de la población dominicana que no consigue diariamente la suma de calorías y proteínas considerada normal para la subsistencia humana. Más, así como lo ilustran los tres cuadros siguientes, la mayoría de los pequeños

NIVELES DE INGRESO POR TAMAÑO DE FINCA

Tamaño de Finca	Areas de Cultivo	NIveles de Ingreso Promedio Mensual con actual tecnolog. (Pesos)	Nivel de Ingreso mensual con tecnolog. máxima (Pesos)	No. de Fincas (Miles)	Area Total Ocupada (Miles de Tareas)	Promedio Actual por Finca (Tareas	Incremento Necesario de la superficie por Finca (Tareas)	Superficie Total Incrementada (Miles de Tareas)
0 - 10	I	20.54	24.40	24.2	120.9	5.00	31.61	766.4
	II	17.84	20.74	4.3	15.8	3.67	35.80	153.9
	III	21.04	18.03	21.0	48.1	2.29	50.65	1,063.6
11 - 20	I	35.08	54.25	15.9	283.6	17.84	18.83	299.4
	II	32.28	43.51	2.7	46.1	17.07	22.40	60.5
	III	27.39	40.31	26.9	293.2	10.90	42.04	1,130.9
21 - 50	I	59.60	85.12	20.9	766.4	36.67 1)	--	--
	II	48.58	71.46	5.9	232.9	39.47 2)	--	--
	III	41.55	61.97	47.9	1,325.9	27.68	25.26	1,210.0
51 -100	I	87.18	139.46	14.3	845.2	59.10 (*)	--	--
	II	74.12	111.23	7.4	580.5	78.45 (*)	--	--
	III	57.74	89.56	40.3	2,133.3	52.94 3)	--	--
TOTAL		--	--	231.7	6,691.9	--	--	4,684.7

1) Se eligió este promedio como satisfactorio para las fincas del área de cultivos intensivos.

2) Idem para las fincas del área de alta concentración de café.

3) Idem para las fincas del área de cultivos de mediana intensidad y pastos.

*) Quedan igual

productores, a pesar de participar durante 10 años (1976-1986) al aumento de la producción de alimentos básicos no pueden tener la esperanza de conseguir una alimentación normal ni al final de este período. Esta perspectiva, ilustrada por el cuadro No.3, señala claramente como la planificación respetuosa del sistema actual está en la incapacidad de solucionar los problemas del subdesarrollo de la mayoría de la población.

3) El pequeño productor es un campesino endeudado. La economía del pequeño productor se perpetúa en un equilibrio precario permanente con un estrecho margen de elasticidad. Esta situación no le permite capitalizar para reinvertir en la producción, ni arriesgarse en innovaciones. Cualquier contratiempo o gasto imprevisto (enfermedad, etc.) y toda inversión suplementaria (nuevos cultivos, tecnología, etc.) tienen que ser financiados por fondos ajenos: bancos, agencias, prestamistas.

Según nuestro inventario de 1413 organizaciones rurales en la República Dominicana, en la gran mayoría de las asociaciones se recibe algún crédito. Presentamos a continuación una lista parcial de los créditos, haciendo notar que en algunas asociaciones se recibe créditos de más de una institución a la vez:

Banco Agrícola:	774 asociaciones
Fundación Dominicana de Desarrollo:	192
Secretaría de Estado de Agricultura:	350 (aprox.)

El pequeño agricultor dominicano se encuentra envuelto en una economía crediticia que condiciona su producción y de la cual puede difícilmente liberarse. A pesar del alto número

I.C.13

CUADRO NO. 20

CONSUMO DE CALORIAS Y PROTEINAS, Y DISTRIBUCION DEL INGRESO Y DEL GASTO POR ESTRATOS DE INGRESO – 1976

Porciento de Población por Estratos	Consumo de Calorías Diarias por Persona	Consumo de Gramos de Proteínas diarias por Persona	Ingreso Mensual Promedio Familiar	Gasto Promedio Mensual Familiar en Consumo de Alimentos	Gasto Diario por Persona en Alimentos
I 49.86	1,423.90	28.26	35.07	31.42	0.18
II 25.09	2,054.22	51.70	85.62	48.89	0.28
III 18.87	2,525.10	67.84	207.79	93.51	0.51
IV. 6.18	3,149.99	85.93	1,025.42	256.36	1.33
100.00	1,906.40[1]	43.64[1]	141.55[1]	61.43[1]	0.36[1]

1) Promedios Ponderados

CUADRO NO. 21

CONSUMO DE CALORIAS Y PROTEINAS, Y DISTRIBUCION DEL INGRESO Y DEL GASTO POR ESTRATOS DE INGRESO – 1981

Porciento de Población por Estratos	Consumo de Calorías Diarias por Persona	Consumo de Gramos de Proteínas diarias por Persona	Ingreso Mensual Promedio Familiar	Gasto Promedio Mensual Familiar en Consumo de Alimentos	Gasto Diario por Persona en Alimentos
I 49.86	1,906.40	43.64	78.16	44.63	0.25
II 25.09	2,054.22	51.70	85.62	48.89	0.28
III 18.87	2,525.10	67.84	207.79	93.51	0.51
IV 6.18	3,149.99	85.93	1,025.42	256.36	1.33
100.00	2,137.09[1]	52.82[1]	163.03[1]	68.00[1]	0.37[1]

1) Promedios Ponderados.

CUADRO NO. 22

CONSUMO DE CALORIAS Y PROTEINAS, Y DISTRIBUCION DEL INGRESO Y DEL GASTO POR ESTRATOS DE INGRESO – 1986

Porciento de Población por Estratos	Consumo de Calorías Diarias por Persona	Consumo de Gramos de Proteínas diarias por Persona	Ingreso Mensual Promedio Familiar	Gasto Promedio Mensual Familiar en Consumo de Alimentos	Gasto Diario por Persona en Alimentos
I 49.86	2,137.091[1]	52.82[1]	107.49	51.77	0.29
II 25.09	2,525.10	67.84	143.45	64.16	0.37[1]
III 18.87	2,525.10	67.84	207.79	93.51	0.51
IV 6.18	3,149.99	85.93	1,025.42	256.36	1.33
100.00	2,370.26[1]	61.47[1]	192.16[1]	75.04[1]	0.41[1]

1) Promedio Ponderado.

Fuente: Diagnóstico y estrategia del Desarrollo Agropecuario, 1976-1986 S.E.A., Santo Domingo, R.D., 1976.

de agricultores que reciben préstamos, el crédito fué indicado como el mayor problema por 341 de las 1413 organizaciones inventariadas (24%), y como el problema No.2 por parte de 222 asociaciones (16%).

4) El campesino es dependiente y explotado en todo el proceso de su producción. Integrado a la nueva corriente de producción condicionada por la transferencia tecnológica, depende del técnico para aplicar los nuevos métodos, de los planificadores para programar el tipo y el ciclo de la producción, de las agencias nacionales y multinacionales para la consecución de insumos y maquinarias, sufriendo el impacto del alza de los precios de estas mercancías. Además es particularmente vulnerable a los cambios climáticos, la falta de riego y de infraestructuras, particularmente los medios de comunicación.

5) El pequeño productor dominicano está evolucionando siempre más de una producción de autoconsumo hacia una producción mercantil. El inventario de las organizaciones arrojó la siguiente cifra respecto al producto más importante en la zona de las asociaciones, resultando altamente comerciales los cinco productos más cultivados.

PRODUCTO	NO. DE ASOCIACIONES
Arroz	315
Tabaco	166
Café	160
Habichuela	154
Maíz	92

Este dato coincide con otra información recogida en las entrevistas según la cual más del 80% de los campesi--

[illegible]

[illegible]

[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]

[illegible]

nos asociados producen principalmente para la venta.

Sin embargo, el pasar de una economía de autocomsumo a una economía mercantil aumentó la vulnerabilidad del campesino. A la escaséz de la producción debido engran parte a la minifumdización y a la falta de control sobre la producción ocasionada por la transferencia tecnológica y crediticia se añadió la falta de control sobre el producto. Apenas 7% de los pequeños productores dominicanos venden personalmente sus productos al consumidor. El 83% vende a los intermediarios y 10% a agencias o compañías. El precio es impuesto por el comprador sin que el productor tenga um poder de negociación significativo.

Además los productores son sujetos a los altibajos del mercado, tanto a nivel nacional como internacional. Las alzas de precio son aprovechadas mayormente por los intermediarios, pero las bajas de precio recaem com más impacto sobre el pequeño productor quien paga la cuenta por ser más fácil de control. (Machicado F., 1976).

6) Al producir principalmente para el mercado, el campesino se ha vuelto un consumidor del mercado. Más del 80% de los pequeños productores de la República Domimicana están definitivamente integrados a la sociedad de consumo, con el agravante que los productos de consumo cuestan más caro en las provincias que en la capital.

Además, al nacionalizarse e internacionalizarse el mercado, el pequeño productor, com um poder adquisitivo limitado, tiene que competir en condiciones desiguales no solamente con el gran productor sino con el consumidor de los estratos superiores del país o del extranjero.

1.5.- ORGANIZACION CAMPESINA.-

Los pequeños productores no logran producir individualmente lo suficiente ni generar bastante excedentes económicos para adquirir un poder real de decisión y de negociación. (Flores L., 1975). Es más, durante los seis últimos años son los estratos menores en la República Dominicana, compuestos en su mayoría por pequeños productores quienes han sufrido más por las variaciones regresivas en la distribución del ingreso (SEA, 1976) y los efectos de la inflación (ONAPLAN, 1976).

Frente a las numerosas fuerzas que lo presionan y su debilidad para enfrentarlas individualmente, el pequeño productor tiene una sola salida: organizarse para aumentar su producción y bajar sus costos, para poder lograr un control sobre su producción y su producto, y conseguir un poder de negociación y de decisión frente a los grupos que lo explotan. Esta solución ha sido discretamente mencionada en el Diagnóstico de la SEA (1976), cuando dice: "La redistribución del ingreso que se daría en el primer quinquenio (1976-81), sería ocasionada parcialmente por la modificación en la tenencia de la tierra; en cambio, durante el segundo quinquenio, el énfasis se pondría más bien en la eficiencia de la producción y en la captación parcial del incremento del ingreso de los sectores más pudientes de la sociedad, para lo cual sería necesario prever una política económica que obviamente rebasa el ámbito del sector agrícola". Uno de los medios de captación podría ser la organización campesina como mecanismo de poder frente a los grupos más privilegiados.

Sin embargo, la organización campesina no es automáticamente un mecanismo de promoción para el pequeño agricultor. Muchos modelos han sido más bien instrumentos para ha

cer participar el campesino en el proceso de su propia explotación (Grondin M., 1975) y mantener mejor las estructuras de dominación que deshumanizan al hombre (Araujo J. E., 1976). Este fenómeno puede fácilmente ocurrir cuando el campesino es organizado por instituciones ajenas a su sector sin que tenga la oportunidad de percibir claramente la estructura de apropiación en la cual se encuentra y sin lograr una verdadera autogestión del movimiento organizativo y una visión amplia del poder de negociación que significaría su unión con otros que están en la misma posición estructural (Pinto J. B., 1969).

En defensa de sus intereses y de su participación racional en los proyectos de desarrollo nacional, corresponde a los grupos campesinos, y también a las instituciones asesoras de los pequeños productores, analizar con espíritu crítico los esfuerzos desempeñados por diferentes instituciones públicas y privadas para organizarlos.

- Hace falta en América Latina estudios críticos de las diferentes formas y etapas de las organización campesina y su relación con la evolución de los intereses ajenos al sector. No deja de llamar la atención el hecho de que una gran parte de los modelos organizativos impuestos en América Latina en las últimas décadas han sido importados del exterior sin un previo análisis serio de la situación local que hubiera permitido, por lo menos, una mejor hibridación del modelo.

En la República Dominicana, han desfilado en los últimos 30 años una variedad impresionante de modelos los cuales, después de algunos años de favor popular, han decaído enormemente en su importancia: cooperativas de consumo, cooperativas apropecuarias, cooperativas de ahorro y crédito, cooperativas múltiples, Ligas Agrarias, Movimiento del Hermano Miguel, FEDELAC, FENAC, ODC, FDD, Comunales, SEA, etc.

Este análisis podría también echar luz respecto a los motivos de los fuertes altibajos de la organización rural, los cuales corresponden, posiblemente, al fomento de nuevos proyectos introducidos por instituciones ajenas al sector campesino y que se realizan mejor con el concurso de las instituciones.

En la República Dominicana, se calculaba en 1968 que el número de las agrupaciones rurales había llegado a 2000 entre asociaciones por ocupación o territorio, tanto de tipo local como federado o confederado. Sin embargo, se consideraba que apenas la tercera parte eran activas (UNPHU , Promoción Popular Dominicana, 1968). En 1975 se estimó a 3000 el número de organizaciones de pequeños productores pero se retuvo apenas 1124 como activas (Inventario SEA. I.I.C.A., 1976). El inventario de los mismos tipos de organizaciones realizado en 1976 arrojó la cifra de 1413. Sin embargo indicó que 438 asociaciones entre aquellas del inventario anterior habían desaparecido. (Inventario SEA -IICA, 1977).

La inestabilidad y falta de continuidad de la organización rural significa un perjuicio grande para el movimiento campesino. Si quedara comprobado que los altibajos dependen en gran parte de la introducción de nuevos proyectos desde fuera del sector, esta constatación resultaría un interrogante respecto a la forma de implementación de los proyectos de desarrollo en el área rural.

- Así mismo hace falta un análisis de los intereses que llevan tanto a las instituciones públicas y privadas como a los organismos internacionales a fomentar la organización campesina. Llama la atención, por ejemplo, el hecho de que, en la República Dominicana haya más de 73 instituciones, sin considerar los partidos políticos, que presten algún tipo de asistencia a las organizaciones de pequeños agricultores fomen

tando formas propias de organización y/o realizando una labor que responde a políticas o consignas impartidas desde fuera del sector campesino. Es más, en cada organización hay entre tres a cinco instituciones que prestan asistencia, llegando a veces a hacerse presentes, generalmente sin coordinación interna, hasta diez o doce instituciones. En muchos países, la institución que mayor incidencia tiene en la organización rural es el Estado. En la República Dominicana, el Estado ocupa el primer lugar en los tres órdenes de importancia: 1er. órden, 83.1%; 2do. órden, 60.7%; 3er. órden, 56.5%. Esta situación implica que los campesinos son fuertemente influenciados y, posiblemente, controlados por las instituciones estatales.

- El pequeño productor no es un miembro marginal en la sociedad: está incorporado a un sistema que se reproduce, en parte, por los aportes del pequeño productor y donde fuerzas superiores ajenas se apropian una parte de los excedentes producidos por él. Por medio de la organización se multiplica el poder productivo del campesino y, por lo mismo, se aumenta el fenómeno de apropiación. En muchos casos la organización campesina significa la explotación organizada del campesino, llegándose a la situación de que las comunidades mejor organizadas son las más explotadas, aunque este fenómeno esté ocultado por ciertos beneficios recibidos por los campesinos (Grondin M., 1975). Sin embargo, el problema de fondo no es de saber si los campesinos están en una situación mejor que antes, sino si logran retener lo que les corresponde por derecho de trabajo.

- Esta apropiación de excedentes por medio de la organización rural se realiza principalmente a través de la transferencia tecnológica destinada a aumentar la producción y la productividad.

La asociación es considerada generalmente como un mecanismo muy eficaz para lograr un efecto multiplicador por parte del técnico o del extensionista puesto que puede comunicarse a la vez con treinta, sesenta o más campesinos para recomendar nuevos cultivos, el uso de insecticidas, pesticidas, fertilizantes, etc. En muchos casos los dirigentes de las asociaciones cumplen inclusivamente un papel de asistente para el técnico colaborándole gratuitamente en su labor de promoción agrícola.

- Muchas firmas multinacionales fomentan también la organización rural al mostrarse dispuestas a vender a crédito diferentes tipos de maquinarias o insumos, puesto que la asociación representa un grado mayor de solvencia económica y moral.

- La utilización de la asociación para la actividad crediticia representa un caso interesante en la República Dominicana, donde el crédito agrícola pasa los 50 millones de dólares. Por una parte, se ha comstatado que la gran mayoría de los 450 técnicos extensionistas de la Secretaría de Estado de Agricultura, dedican el 80% de su tiempo a la consecución, supervisión y administración de los créditos. Por otra parte, algunas instituciones de crédito se dieron cuenta a través de su experiencia que los créditos son mejor administrados y devueltos cuando pasan por la asociación campesina. Estas constataciones han dado lugar a una nueva política por parte de las más importantes instituciones de crédito para pequeños productores: los préstamos serán canalizados a través de las asociaciones, siendo éstas responsables de su administración en forma gratuita lo que permite economizar salarios y gastos de administración, y asegurar una mayor y más rápida recuperación. Así por medio de este sistema, no solamente el campesino individual está endeudado y controlado sino la comunidad misma.

- Puesto que la mayoría de los campesinos están integrados paulatinamente al sistema de mercado, es comprensible que el tema de comercialización cobre siempre más importancia. Hace 20 años el interés se concentró en la reforma agraria, la transferencia tecnológica y, posteriormente, crediticia, Actualmente el interés se enfoca sobre el tema de comercialización, particularmente en un momento histórico cuando los productos alimenticios se revelan estratégicos y de un gran valor político. (Araujo, J. E., 1976). Además en varias oportunidades los proyectos de comercialización se presentaron más como proyectos de abaratamiento del producto para el consumidor que proyectos para un aumento de ingreso integral para el productor.

El querer utilizar la asociación campesina para fines de comercialización sin tener una actitud crítica respecto a su uso en otros campos, podría conducir a la instrumentalización de la misma para aumentar la dependencia de los pequeños productores. Veinte años de experiencia enseñaron que el sistema cuenta con numerosos medios de integración de las medidas aún más novedosas.

La finalidad principal de los proyectos de comercialización no debe ser de vender los productos simo de fortalecer las asociaciones campesinas y poner entre las manos de los campesinos un instrumento más de poder, gracias al control sobre su producto. En lugar de elaborar "esquemas organizativos de los productores agrícolas para la comercialización de sus productos" sería más preciso elaborar "esquemas de comercialización para la organización de los productores agrícolas".

2.- LINEAMIENTOS ORGANIZATIVOS.-

2.1.- DEFINICION DE LA ASOCIACION CAMPESINA.-

- La meta de llegar a una sociedad justa, a una distribución igualitaria del ingreso y al respeto de los derechos del hombre, conforme a la ideología humanista del IICA, será alcanzable cuando el equilibrio en las relaciones de fuerza permita pasar a relaciones de razón. Para el campesino, la asociación es básicamente el medio que le permite lograr este equilibrio y conseguir un poder de negociación en la mesa de discusiones.

- La asociación campesina es por lo tanto una entidad colectiva de pequeños productores cuya finalidad básica, dentro del sistema actual, es la defensa de los intereses del conjunto de sus miembros dentro del proceso del desarrollo nacional.

- Vista como proceso, la organización campesina es la formación de grupos de poder dentro de un sistema basado sobre la libre empresa y la libre competencia. En este sistema, la participación crítica del campesino, su participación adecuada en la programación, su control de la producción de bienes, de la distribución del ingreso y de los mecanismos de consumo, y su acceso a los centros de decisión para lograr cambios estructurales, constituyen elementos dinámicos para el desarrollo nacional mismo.

- La asociación campesina genera una fuerza de presión sobre las estructuras, las personas y los centros de decisión. En otras palabras, genera una fuerza política, como lo expresa muy bien el siguiente texto de J. E. Araujo y F. Oliart (1975): "Otro aspecto importante a señalarse es el referido a la organización campesina. Se debe tratar de un proceso integral tendiente a provocar primero, presiones de grupo que tiendan a obtener la reforma agraria; y segundo, se debe tratar de organizaciones que capaciten a los campesinos tecnológicamente y empresarialmente para el manejo de la producción y, finalmen-

te, debe provocarse una organización de tal naturaleza que lleve a sus miembros a um comportamiento racional orientado al beneficio colectivo que racionalice la participación campesina en el consumo de bienes y servicios de manera que este sea reflejo de una sociedad igualitaria y no una pista de competencia de individualismo. Se debe buscar así mismo la participación campesina en el control de la producción tanto desde el punto de vista de la producción en sí, cuanto de la distribución de la misma. La organización campesina debe también estar referida a la organicidad y racionalidad de la fuerza de trabajo, de manera que la utilización de ésta implique también un igualitarismo en su asignación, en oposición a los vicios derivados de una situación como la presente. Hay que insistir también en este caso en que los cambios que se buscan deben estar orientados a una modificación de la comducción del proceso prodoctivo".

- Uno de los problemas fundamentales del campesino considerado individualmente, es la poca cantidad de producto de que dispone, lo que hace de él una presa fácil para el comprador, e impide que tenga poder. La única forma como el pequeño productor puede imponerse en la relaciones de fuerza de la sociedad capitalista es la organización.

1) Poder de negociación.-

Gracias a la organización autogestionaria y al control creciente sobre su producción y su producto, los campesinos puedenproducir más y a un precio más barato, vender a un precio más caro, consumir a un costo más barato, teniendo un control sobre una cantidad más grande de productos, lo que les da un poder real de negociación, particularmente con los compradores y el Estado.

2) Poder de decisión.-

El poder de negociación de los campesinos hace que puedan y deban ser invitados a las mesas de discusión respecto a los programas de producción y/o de desarrollo que les corresponden, evitando así los programas y las decisiones de tipo vertical.

3) Poder de presión.-

La asociación campesina es un poder político, en este sentido que da al conjunto de sus miembros un poder de presión sobre las autoridades que pueden proceder a un cambio de estructuras.

2.2.- SECTORES DE ACCION.-

La asociación campesina tiene que actuar frente a tres sectores a la vez: 1) el sector campesino que necesita ser organizado y/o fortalecido en su organización; 2) la estructura de poder dominante en el país; 3) el Estado.

- En relación al sector campesino, la asociación se enfrenta con una población de características e intereses muy diversos (propiedad de tierra, ecología, clima, comunicación, mercado, etc.), poco organizada y con asentamiento disperso. Además el campesino vive la complejidad de diversos modos o formas de producción superpuestos e interrelacionados entre sí, los cuales complican la red de relaciones de producción y de explotación. Por otra parte, se encuentra en un proceso de evolución hacia una economía mercantil, pero no cuenta con una producción programada ni tiene control sobre ella.

- Dentro del contexto actual, la asociación campesina tiene que enfrentarse a los numerosos subsectores que

formam el sector dominante en la sociedad: grandes propieta -- rios de tierras, fábricas multinacionales de productos agrícolas (fertilizantes, etc.) y de maquinarias, etc., las instituciones nacionales y transnacionales de crédito, negociantes, - intermediarios, etc. Acaso este último sector de amplia in -- fluencia y control ecomómico sea el adversario más difícil para el sector campesino organizado, debido a la amplia influencia que tiene y su capacidad de sustraerse no solamente a las presiones del campesinado sino del Estado mismo.

El sector campesino, como parte del país, se rela-- ciona necesariamente con el Estado, particularmente a través - de sus organismos encargados de definir la política agrícola - del país. Si bien en un primer momento el Estado puede promover la constitución de las organizaciones campesinas, su papel debe limitarse a uno de suplencia, dejando a las asociaciones, en cuanto puedan ejecutarla una efectiva y real participación campesina en la determinación de las políticas agrícolas.

3.3.- ESQUEMA ORGANIZATIVO.-

3.3.1.- Tipo de Modelo.-

- Abundan tanto los modelos organizativos en América Latina que no es necesario inventar uno nuevo para implementar los proyectos de comercialización. Al considerar estos proyectos prioritariamente como mecanismos de apoyo a la - organización campesina, todo modelo que sea representativo de la masa campesina y constituya un medio eficáz para lograr un poder de negociación y de presión en defensa de sus intereses será conveniente para la implementación de tales proyectos. Esta elección e implementación suponen, por lo tanto, una toma - de posición ideológica respecto a la naturaleza del subdesarrollo y del desarrollo, según se lo considera como crecimiento, comp solución de problemas coyunturales o como cambio estructural.

- Así mismo al escoger un cierto tipo de organización para la implementación de los proyectos se definirá el tipo de acción que se desea apoyar y la forma concreta como se implementarán los proyectos. Es muy distinta la finalidad de las Ligas Agrarias, las Juntas Vecinales, las Cooperativas, los Asentamientos de Reforma Agraria, las Comunidades, los Sindicatos Agrarios, las Asociaciones de Productores, las Asociaciones de Regantes o de Usuarios, etc. Al escoger a uno u otro modelo, uno define su posición teórica y política frente al desarrollo.

- Según el enfoque del presente trabajo, los proyectos de comercialización deben apoyar y apoyarse en modelos organizativos que permitan a los campesinos lograr una posición de fuerza frente a los grupos que lo explotan. Este modelo, por lo tanto, deberá reunir por lo menos las dos características siguientes: 1) ser autogestionaria; 2) controlar fuentes y mecanismos de poder.

3.3.2.- AUTOGESTION.-

La condición fundamental de la organización campesina para lograr su finalidad de constituirse en un grupo de poder integrando proyectos de desarrollo es que sea autogestionaria.

- Autogestión es autopromoción.-

Posiblemente en ningún otro sector de la sociedad como en el campesinado se presencia la intervención y la intromisión de tantas instituciones públicas y privadas con la finalidad de organizarle. Esta acción organizativa introduce consigo un elemento de control. Para evitar esta dependencia es importante que los campesinos puedan ser los principales promotores de sus propias organizaciones, como ocurre en los demás sectores de la sociedad.

b - Autogestión es autocapacitación.-

Para lograr la autogestión auténtica es necesaria la concientización de los miembros de la asociación, la cual se hace principalmente a través de la acción y de la reflexión sobre la acción realizada. Esta formación puede ser completada por cursos funcionales que estén bajo el control de la organización campesina y que respondan a las necesidades concretas de los organizados.

Entre los asociados, los dirigentes tienen una responsabilidad mayor en la administración empresarial de los proyectos. Esta tarea exige una capacitación permanente mayor a través de la acción, el estudio y la investigación.

Para llegar a una real autogestión es imprescindible que los interesados y particularmente los dirigentes conozcan la estructura del proceso productivo, la distribución del ingreso, la estructura de poder, la realidades de la situación campesina.

Sin embargo, es necesaria una reglamentación interna y una comunicación permanente entre los dirigentes y las bases para evitar el fortalecimiento de liderazgos personales y el surgimiento de privilegiados dentro de la organización misma.

- Autogestión es autoprogramación.-

Generalmente los campesinos no tienen ni voz ni voto tanto en la preparación como en la elaboración y en la programación de los innumerables proyectos a realizarse en el campo: su participación no pasa más allá de la consulta. Debido a la supuesta falta de preparación técnica del campesino y para "salvar tiempo", se lleva al campo proyectos ya elabora-

dos, muchas veces en el exterior. Sin embargo, no solamente muchos campesinos tienen el derecho y la capacidad de participar en la elaboración de estos proyectos como sujetos de su desarrollo, sino que esta participación es uno de los mejores medios de capacitación para el campesino. El proponer e imponer a los campesinos programas elaborados sin su participación y su control es un medio de afianzar más la condición de dominación y de dependencia y evitar que el campesino tome conciencia en forma funcional de la complejidad de los mecanismos que permiten su explotación. Además la programación de los proyectos de desarrollo permite a los campesinos forjarse en la preparación de programas de acción, con sus mecanismos de control y de evaluación, y buscar personalmente la solución a sus problemas.

- Autogestión es autoadministración.-

Entre los varios modelos de organización, algunos cuentan con una variedad de comités de acuerdo con los proyectos específicos del grupo. Esta estructura interna es una de las más eficaces para la administración de los proyectos, al mismo tiempo que permite descentralizar la administración de la organización y facilitar el autocontrol por parte de los asociados.

Antes que todo hay que tener confianza en el pueblo y estar convencido de que puede administrar correctamente sus propios asuntos. El campesino, en forma individual o en grupo, tiene alguna experiencia en la administración de proyectos. Incluso, algunas asociaciones campesinas han administrado sumas superiores a las que contemplan varios proyectos.

Además, la administración permite a los asociados completar su capacitación, su información y su fortalecimiento institucional.

- Autogestión requiere asesoramiento.-

Si se pretende realizar un desarrollo auténtico, la empresa autogestionaria debe partir de la base, o mejor dicho, de los sujetos del desarrollo. Así lo expresa Araujo, J. E. (1976):

"Es necesario que se elimine la tendencia a la verticalización, al paternalismo y a la concentración del poder de decisión en la acción de las instituciones gubernamentales.

La acción de arriba hacia abajo, dominadora y autoritaria, no puede generar cambios en las actitudes y orientaciones de los campesinos, por cuanto refuerza su tendencia a la sumisión y a la pasividad".

Sin embargo autogestión no significa rechazo del asesoramiento. A lo contrario, un grado mayor de autogestión requiere un asesoramiento más especializado, pero respetuoso de la capacidad de autogestión del campesino organizado.

El asesoramiento directo, amplio y continuo a las organizaciones campesinas, consideradas como potencial de desarrollo, no ha merecido todavía la suficiente atención. Los organismos nacionales e internacionales invierten sumas considerables para el asesoramiento de las instituciones y de su personal administrativo-técnico. Se realizaría mejor el desarrollo al completar el fortalecimiento institucional de los organismos públicos, por medio de la asesoría, por el fortalecimiento institucional de las organizaciones de base a través de un asesoramiento tan directo como el otro.

En el caso de los proyectos de comercialización, las personas mejor situadas para programarlos y realizarlos son los mismos productores. Sin embargo, su profesión y su si

tuación no les permiten conocer de manera suficiente los complejos mecanismos de la economía moderna capitalista. Un campesino se expresaba así: "Si asesoran a las oficinas del gobierno, ¿por qué no pueden asesorarnos a nosotros? Que nos den el dinero y el asesoramiento y nosotros pondremos los proyectos en marcha."

El asesoramiento debe apoyar a las organizaciones campesinas en la realización de las diversas etapas de su autogestión, desde la autoinvestigación de sus necesidades y posibilidades de acción, la autocrítica y autoestructuración de la organización hasta la realización misma de los proyectos. Una parte de la solución del problema del subdesarrollo consiste en que los organismos y los técnicos en desarrollo consigan que los sujetos mismos del desarrollo, o sea los campesinos, realicen los proyectos por y para sí mismos.

3.3.3.- NIVELES DE ESTRUCTURA Y NIVELES DE ACCION.-

- En una agricultura que evoluciona hacia la producción mercantil, el control sobre el producto cobra una importancia considerable puesto que una de las características de esta economía es la presencia de intermediarios y/o empresas con poder suficiente para imponer sus precios y condiciones a los pequeños productores.

- Si bien se ha insistido mucho sobre la transferencia tecnológica para aumentar la producción y la productividad para lo cual se ha procurado organizar al campesino, poco se ha hecho hasta la fecha para proveerle de una estructura organizativa que le permita controlar los mecanismos de la comercialización.

- Frente a esta situación los pequeños productores necesitan una unidad campesina y una organización tal que les

permita conseguir un mayor control sobre su proceso de producción, hacer frente a los intermediarios y monopolistas, y ejercer una presión coherente sobre el sistema nacional.

- Mientras no se modifique sustancialmente la estructura económica global del país, solo hay un medio efectivo de hacer frente a los compradores y conseguir un control sobre el producto: lograr una organización campesina que pueda convertirse en una fuerza de negociación en el mercado:

a) que opere volúmenes de producción con posibilidades de impacto sobre el mercado.

b) que tenga el control de amplios radios de acción.

c) que tenga el control de grandes instalaciones, particularmente almacenes, que aseguren la liquidéz del producto.

d) que tenga el control mayoritario de un producto estratégico específico.

f) que tenga un poder de presión para abaratar los costos de producción, particularmente en la compra de los insumos.

Generalmente, una organización campesina local, de primer grado, no puede tener, en forma aislada, estas diferentes características y lograr estas metas. Solamente a travéz de una estructura que abarca varias asociaciones de primer grado se podrá comercializar un producto con magnitud suficiente para ejercer un poder de presión en la negociación. Esta fué la experiencia de ciertas cooperativas multiactivas formadas con aportes de las organizaciones campesinas de primer grado. (Sampaio P., 1972).

- Tocar los mecanismos actuales de comercialización significa amenazar intereses grandes y una de las estructuras más sensibles del sistema. Los proyectos de comercialización, particularmente si cuentan con la aprobación del Estado, representan un apoyo importante para la organización campesina y favorecen el fortalecimiento no solamente de organizaciones campesinas aisladas sino a niveles superiores

- El escoger el nivel de organización donde integrar los proyectos de comercialización depende de la opinión de los campesinos mismos, de la funcionalidad estratégica de tal nivel en relación con la producción, la comercialización y la administración, y también de la situación de la organización campesina en el país. En efecto, donde no hay una organización campesina fuerte, no debe ser la organización campesina la que esté al servicio de los proyectos de comercialización sino, a lo contrario, los proyectos al servicio de la asociación, puesto que la organización de los pequeños productores es la única forma como ellos puedan defender sus intereses y participar realmente en el desarrollo nacional.

- Sin embargo, a manera de ejemplo, se puede indicar que entre los varios esquemas organizativos existentes, en los países donde hay empresas comunitarias o colectivas, la agrupación de las mismas en una federación puede representar acaso la fuente de poder más eficáz para el movimiento campesino y para la comercialización de su producto. Además de reunir en su totalidad a los productores de un territorio específico y de controlar una gran cantidad de productos, tiene la ventaja de controlar la tierra en forma comunitaria o colectiva y asignarla, en forma funcional y eficiente, al cultivo estratégicamente más indicado. Sin embargo, los proyectos de empresas comunitarias o colectivas requieren asesoramiento y capacitación mayor de sus integrantes por ser un esquema más novedoso y más complejo que la pequeña empresa individual.

- Con respecto a los pequeños productores propietarios individuales, un ejemplo interesante puede ser el esquema piramidal actualmente en elaboración en la República Dominicana. Las asociaciones locales (siete a veinte, en general) se organizan en Comité de Area o de Sección. Estos Comités (generalmente entre tres y siete) forman una Junta Municipal. A su vez, las Juntas Municipales forman la Federación Provincial. Las Federaciones Provinciales formarán la Confederación Nacional.

Aunque no se siga este esquema en todas las regiones del país, ésta es la forma que se está implementando a un mayor grado y que parece responder mejor a las necesidades de los pequeños agricultores. En la actualidad hay unas 17 federaciones, generalmente de nivel municipal o provincial, que agrupan aproximadamente 600 asociaciones de pequeños productores, o sea el 60% de aquellas existentes en el país. La Junta Municipal (y en algunos casos el Comité de Area) es el nivel más funcional actualmente, puesto que corresponde a un conjunto geográfico y ecológico relativamente homogéneo, el cual facilita la programación y la coordinación de la producción y de la comercialización. Asimismo, permite reunir un número de pequeños productores y de asociaciones lo suficientemente significativo para conseguir un poder de negociación y de presión.

De todos modos, cualquier sea el nivel que se adopte, es importante el fomentar la representación de las asociones de base y fortalecer los mecanismos de su participación, evaluación y control para evitar la burocratización y el caciquismo y lograr la finalidad inmediata de los proyectos: el fortalecimiento de la organización campesina a través de su implementación y de sus logros.

- CONCLUSION.-

- Considerar los proyectos de comercialización prioritariamente como mecanismos de apoyo a la organización campesina y no a la inversa, puede résultar en una implementación - lenta y distinta de estos proyectos. Sin embargo, tomando en cuenta el fracaso desde 20 años de numerosos y comsiderables - proyectos de desarrollo como es el caso de la reforma agraria (Araujo, J. E., Listín Diario, Santo Domingo, 19-4-77), conviene reconsiderar los modelos de desarrollo implementados durante esos largos años a un costo tan elevado, cuestionar los -- planteamientos teóricos que los sostuvieron y optar decisivamente para un enfoque estructuralista aumque desarrollista.

- Si el subdesarrollo como estructura de dependencia implica una visión anti-humanista, puesto que limita el desarrollo a grupos minoritarios y elitistas gracias a la explotación de las mayorías mal organizadas e indefensas, una visión humanista del desarrollo implica un equilibrio de fuerzas, la participación de todos en los medios de producción y en la distribución del ingreso, y la autogestión de su propio destino como sujetos del desarrollo.

- El presente trabajo coincide con el planteamiento de R. Alegrett (1971):

"Dentro del nuevo enfoque que se plantea en el - proceso de reforma, será fundamental el establecimiento de una organización de la población campesina con características tales que haga posible la integración crítica de dicha población a la realidad, y la imersión de um genuino, auténtico poder - campesino que pueda constituirse en grupo de presión efectivo para la transformación estructural, en base eficaz para el desarrollo económico y en garantía plena de un órden político - donde el hombre pueda realizarse en un plano de dignidad y libertad que le corresponde.

Ello implica igualmente acciones intensivas en -- los renglones de promoción y capacitación de los campesinos -- que constituyen dichas organizaciones, un alto grado de desa-- rrollo de la conciencia crítica y una auténtica síntesis cultu ral liberadora.

Una organización de este tipo debería ser instru- mento eficaz para la identificación e integración del sector - en el proceso económico, social y político del país. Asimismo, será posible para la población, elaborar automáticamente su -- planificación integral y trascender la actual dependencia de - sectores exógenos".

Apoyados en su proceso de organización por proyec- tos de desarrollo, los pequeños productores podrán lograr en - forma autogestionaria su propio desarrollo y participar como - sujetos concientes en el proceso del desarrollo nacional.

BIBLIOGRAFIA

Alegrett, R. La organización campesina y la nueva empresa agraria, en Desarrollo Rural en las Américas, Vol. III, No.1, IICA - CIRA, Bogotá 1971.

Araujo, J. E. La Empresa Comunitaria: una sistemática en el proceso reformista de América Latina, en Araujo, J. E., La Empresa Comunitaria, IICA, San José, Costa Rica, 1975.

Araujo, J. E. La Empresa Comunitaria Campesina, en Araujo, J. E., La Empresa Comunitaria, IICA, San José, Costa Rica, 1975.

Clifford, R. Apuntes teóricos sobre organización campesina, en Clifford, R., La organización campesina en América Latina, IICA, Guatemala 1969.

Clifford, R, Las organizaciones de base y el desarrollo, en Desarrollo Rural en las Américas, Vol III No.1, IICA - CIRA, Bogotá 1971.

Feder, E. Rural Latin America heads towards the 1980'S, CIRCOM, 1972.

Flores, L. La empresa comunitaria y la participación campesina, en Araujo, J. E. La Empresa Comunitaria, San José, Costa Rica 1975.

Garcia, A. Reforma Agraria y Economía Empresarial en América Latina, Ed. Universitaria, Santiago 1967.

Grondin, M. Un caso de explotación calculada: la comunidad campesina de Muquiyauyo, Perú, Tésis doctoral, Umiversidad Iberoamericana, México 1975.

Holland, J. Report on the "Basic Human Needs" Strategy of the ILO World Employment Conference, NIEO Washington 1976.

IICA Plan General, San José, Costa Rica, 1974.

Machicado, F. Crítica del modelo de desarrollo en los países subdesarrollados, Santo Domingo, 1976 (Mimeo).

Moore, F., Collins, J. When more Food Means more Hunger, in War on Hunger, a Report from A.I.D., Vol. X, No.11, 1976.

Murcia, H. Aspectos administrativos de las empresas comunitarias, en Araujo, J. E., La Empresa Comunitaria, San José, Costa Rica, 1975.

Oliart, F. Empresa comunitaria y reforma agraria, en Araujo, J. E., la Empresa Comunitaria, IICA, San José, Costra Rica, 1975.

Oliart, F., Araujo, J.E. Perspectivas de la Reforma Agraria y de las Empresas Comunitarias en 1974, en Araujo, J. E., La Empresa Comunitaria. IICA, San José, Costa Rica -- 1975.

ONAPLAN Posibilidades del Desarrollo Económico-Social de la República Dominicana. PLANDRES 26, Oficina Nacional de Planificación, Santo Domingo, 1976.

Ortíz, J. La empresa comunitaria como base para un reordenamiento territorial, en Araujo, J. E., La Empresa Comumitaria, IICA, San José, Costa Rica 1975.

Pinto, J. B. Transferencia de funciones de los organismos de Reforma Agraria a las organizaciones campesinas, Cliffor, R. La organización campesina en América Latina, IICA, Guatemala. 1969.

Sampaio, P. Anotaciones sobre el problema de la integración de las organizaciones -- campesinas, en Desarrollo Rural en - Las Américas, Vol. II, No.3, IICA - CIRA, Bogotá. 1970.

SEA (Machicado, F.), Diagnóstico y Estrategia del Desarrollo Agropecuario -- 1976-1986, Secretaría de Estado de Agricultura, Santo Domingo, 1976.

Tarso, Pablo de — Organizaciones campesinas: antecedentes para una estrategia general, en Clifford R., Organización Campesina en América Latina, IICA, Guatemala 1969.

UNPHU — Promoción Popular Dominicana, Santo Domingo, 1968.

Warman, A. — Y venimos a contradecir, Ed. La Casa Chata, México 1976.

Wolf, E. — Phases of rural protest in Latin America, CIRCOM. 1972.

LA PROMOCION DE MERCADOS, EL SERVICIO DE INFORMACION DE MERCADOS Y ASISTENCIA TECNICA EN MERCADEO *

1. INTRODUCCION

Este trabajo parte del supuesto fundamental que la comercialización está dirigida a estimular el desarrollo rural de los países y complementa el modelo diseñado como estrategia del IICA a partir de la parte correspondiente al "grupo adaptable" y "subsector empresarial", "selección de rubros", "agrupación de productores", "desarrollo agroindustrial", "desarrollo de la infraestructura". 1/

Por lo tanto, el resultado final de la aplicación del modelo, como se desprende de lo expuesto en el presente trabajo, debe conducir necesariamente a la obtención de un mejor desarrollo rural integrado y de allí que esta estrategia esté integrada dentro de una política económica global, siendo la política agrícola parte integrante y fundamental, la cual tiende a solucionar los problemas del desarrollo rural integrado.

Por ello el tema aquí discutido puede ser inserto dentro del modelo propuesto, teniendo en cuenta las limitaciones políticas y los cambios estructurales necesarios en los países.

Gráficamente, las relaciones anteriormente mencionadas, se pueden observar de la siguiente manera:

---

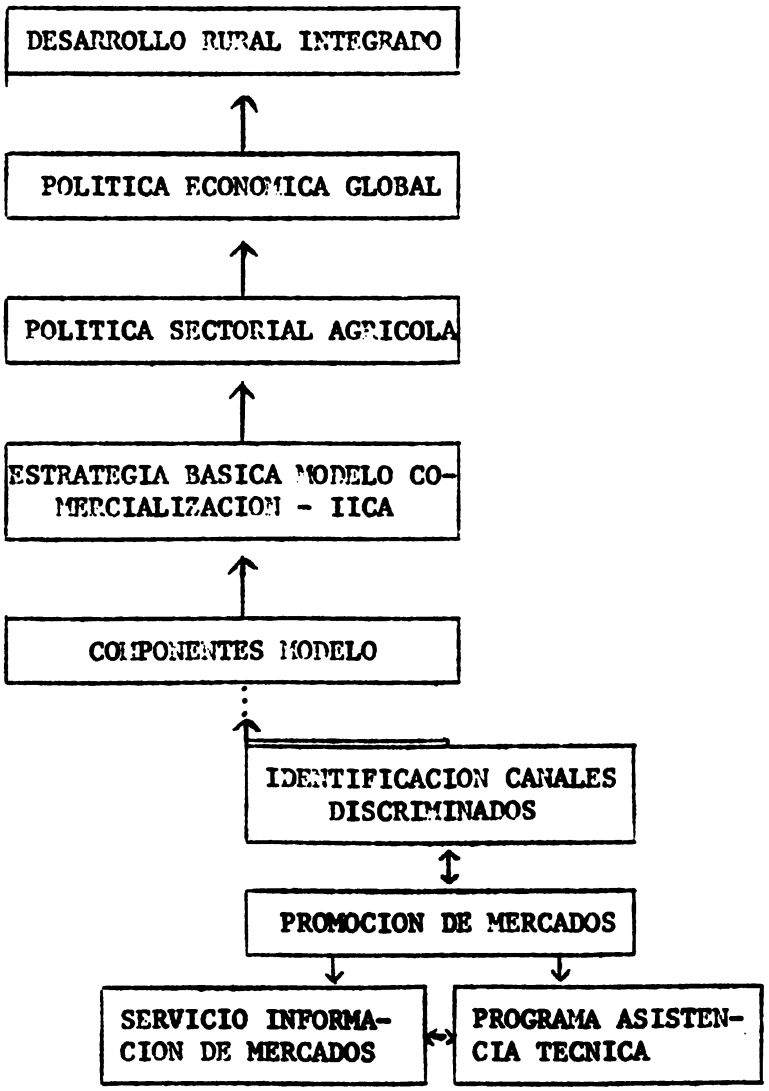
* Preparado por Hugo Torres, Coordinador del Plan de Acción del IICA en Perú.

1/ Para mayores detalles del Modelo ver: J.L. Pando. La Comercialización y el Desarrollo Rural. IICA, San José, Abril 1977.

[illegible]

[illegible]

[illegible]



El hecho fundamental para lograr una promoción de mercados radica en permitir que los productos, en especial del grupo adaptable, lleguen en condiciones ventajosas al mercado, así como aprovechar y estimular la demanda utilizando aquellos medios que estén al alcance del productor y a su vez incidiendo en todos los participantes del mercado, así como en aquellos factores institucionales que puedan encauzar los beneficios, tanto al productor, como al consumidor.

Toda la parte correspondiente a la promoción de mercados, no puede verse en forma separada de la necesaria información de mercados, a los varios niveles de la comercialización. A su vez se destaca

que para poder verdaderamente lograr la canalización de la información y obtener resultados beneficiosos en la promoción de mercados, se requiere de un agresivo programa de asistencia técnica.

El Programa de la información de mercados y el de asistencia técnica, dependerán de los objetivos que el sistema de comercialización de cada país establezca y por tanto la promoción de mercados será el eje fundamental para lograr mejorar los canales discriminados y hacer eficiente la participación de los productores.

El valor estratégico de la promoción de mercados, información de mercados y asistencia técnica, dependerá necesariamente de la correcta y bien dirigida utilización de los instrumentos estratégicos de la promoción de mercados. De allí que su identificación en forma particular y su interrelación dinámica dentro del modelo, permitirá observar su valor como eje motor de la comercialización y tal como está identificado en el modelo. Cada país puede observar que pueden ser utilizados (o se utilizan actualmente) en forma integral para lograr alcanzar los objetivos propuestos y que sabiéndolos utilizar correctamente sería factible cooperar y beneficiar a los pequeños agricultores especialmente.

2. PROGRAMAS DE PROMOCION DE MERCADOS

La promoción de mercados puede ser visualizada con acciones dirigidas hacia el producto en sí mismo y de los servicios que recibe el producto o los productores.

Por el lado del producto se pueden distinguir acciones concretas de la oferta, de la demanda, de la política de precios, y de las políticas del sector dirigidas tanto al sector productivo como al sector comercial.

El enfoque de los servicios se analiza en relación con la oferta y demanda de servicios ya sea de insumos, servicios de comercialización (información de mercados, transporte, empaque, almacenamiento, crédito), asistencia técnica y la investigación relacionada con la transferencia de tecnología a grupos de productores.

La importancia de esta clasificación es el poder verificar la varias posibilidades existentes en América Latina para incentivar la promoción de mercados desde diferentes enfoques. El problema fundamental de la estrategia propuesta del IICA es el que atendiendo a los países en sus programas de desarrollo agrícola, dichos instrumentos pueden ser utilizados tratando de lograr una concatenación y dirección adecuada y aceptable por los organismos nacionales y colaborar con ellos a desarrollar los programas que bajo estos criterios sean formulados. Tal vez, en un comienzo, sea requerido incentivar y despertar interés y credibilidad de la operacionalidad del modelo propuesto.

CLASIFICACION DE ACCIONES DE PROMOCION DE MERCADOS

FERTA

- Formación de Comités Especiales
- Organización de productores
- Centrales de Cooperativas
- Organización del Acopio
- Concertación de la producción
- Establecimiento de cuotas oficiales de distribución
- Obtención de contratos comerciales
- Concurso de precios
- Subastas Bolsas Comerciales
- Promoción de Exportaciones
- Asesoramiento a Empresas Individuales

EMANDA

- ORGANIZACION DE AGENTES DE COMERCIO MAYORISTA
  - Cadenas de Distribución
  - Organización de Mercados Mayoristas
- ORGANIZACION DE COMERCIO MINORISTAS
  - Organización cadenas voluntarias
  - Organización de comerciantes minoristas
  - Organización de mercados
  - Organización por líneas de productos
- ORGANIZACION DEL CONSUMIDOR
  - Organización de grupos de consumidores
  - Cooperativas de consumo
  - Tiendas rurales

Organización del consumo masivo

Programas especiales: almuerzos escolares bolsas económicas

Programas de abastecimiento nutricional

FORMACION DE PRECIOS

Precios de incentivo

Precios de garantía

Precios de estabilización

Precios promocionales

Precios de control

FORMULACION DE POLITICAS INTEGRADAS

Políticas de Producción → Políticas de Precios → Políticas de Almacenamiento → Políticas de Distribución

Política de Promoción del cultivo → Política de Crédito → Promoción del consumo (Productos industriales)

FERTA Y DEMANDA E SERVICIOS	SERVICIOS DE COMERCIALIZACION	Transporte Almacenamiento Información de mercados Empaque Manipulación y adecuación del producto
	INSUMOS AGROPECUARIOS	Programas de semillas seleccionadas Programa de distribución de fertilizantes
	UTILIZACION EFICIENTE DEL CREDITO	Asistencia técnica sobre el uso del crédito
	ASISTENCIA TECNICA EN COMERCIALIZACION	Formulación y ejecución de un programa de Asistecncia técnica
	INVESTIGACION Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA	Integración de la política de Investigación con la promoción de mercados

La promoción de mercados, entendida como el esfuerzo que se debe realizar por el lado de la organización de la oferta, va desde acciones que se pueden realizar con la diversas clases de organizaciones de productores, hasta el establecimiento de mecanismos institucionales necesarios para canalizar la producción y fortalecer el poder de negociación de los pequeños y dispersos agricultores. Como puede observarse, la participación del Estado puede ser en forma decidida como ente coordinador y orientador de las transacciones comerciales.

El esfuerzo que se puede realizar en el lado de la organización de la demanda, que si bien es cierto incide en la organización de la oferta y de los productores, se puede enfocar desde la organización de los agentes de comercio mayorista, organización de los agentes de comercio minorista, hasta la organización del consumidor. Acciones en este último sector, como eje promotor del mercado del canal discriminado, tiene que ser observado dentro del contexto de la política global del sector agrícola, por lo cual el Estado participa en forma más decidida en esta área y se evidencia su presencia en tales programas.

La existencia de políticas de precios en los países es una evidencia de la preocupación del Estado de garantizar un nivel de ingresos a los productores y salvaguardar los intereses de los consumidores. De allí que la promoción de mercados puede verse beneficiada con la correcta aplicación de las políticas de precios. De todos es conocido que el efecto de las políticas de precios dependerá de muchos factores económicos y condiciones de respuesta del sistema productivo y del enfoque político de los mismos, así como de las relaciones de mercado de los insumos y factores de producción.

El impacto de una política de producción cuyo objetivo sea el de incentivar la producción de un producto X, puede verse afectada por las distorsiones y desequilibrios de mercados y por la ausen-

cia de otras políticas que encausen debidamente la utilización de insumos, factores de producción, así como el producto final. Por ello, la promoción de mercados también puede lograrse si se armonizan todas las políticas relacionadas con el producto. Esta área identifica claramente que el IICA, dentro de este modelo, deberá trabajar en los niveles de planificación y programación del sector agrícola si verdaderamente quiere incidir y colaborar en el desarrollo de los canales discriminados y beneficiar directamente o indirectamente a los pequeños productores.

Finalmente, la promoción de mercados puede ser lograda mediante la coordinación adecuada en la oferta y demanda de servicios que influyan en una u otra forma, en el producto y en la organización de los productores.

Organizar y prestar mejores servicios de comercialización, indudablemente, es parte esencial de los sistemas de comercialización de América Latina y su importancia es ampliamente reconocida. Lo importante es cómo organizar un programa coordinado e integrado de tal manera que sus beneficios vayan dirigidos especialmente a los grupos de agricultores que deseamos motivar y mejorar.

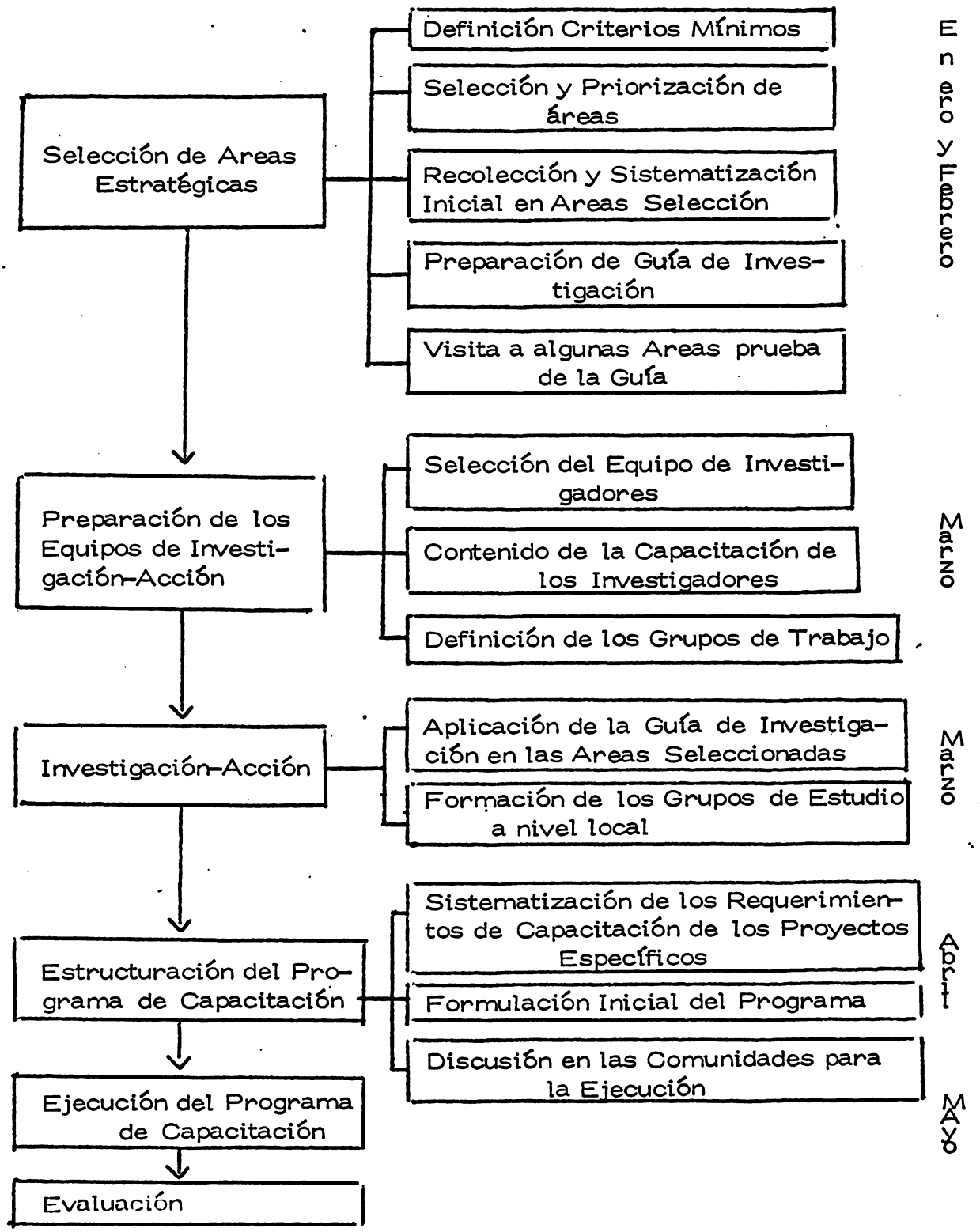
Quizás exista un área en donde es muy poco el esfuerzo que se ha hecho y ello tal vez sea debido a que tradicionalmente ha existido un enfoque separatista entre la investigación y la producción. Se trataría de utilizar la investigación y su correspondiente transferencia tecnológica (asistencia técnica en la transferencia de paquetes tecnológicos) tratando de integrar dicha política de producción e incentivar la producción en forma coordinada y ordenada corrigiendo y logrando la participación de todas las personas involucradas en todos los procesos desde la investigación, producción, distribución y consumo.

Todo lo anteriormente descrito, no puede analizarse en forma individual sino que debe ser considerado en forma integral, coordinada e interconexa con cada uno de los elementos que conformen el sistema de comercialización en cada país.

ANEXO 1

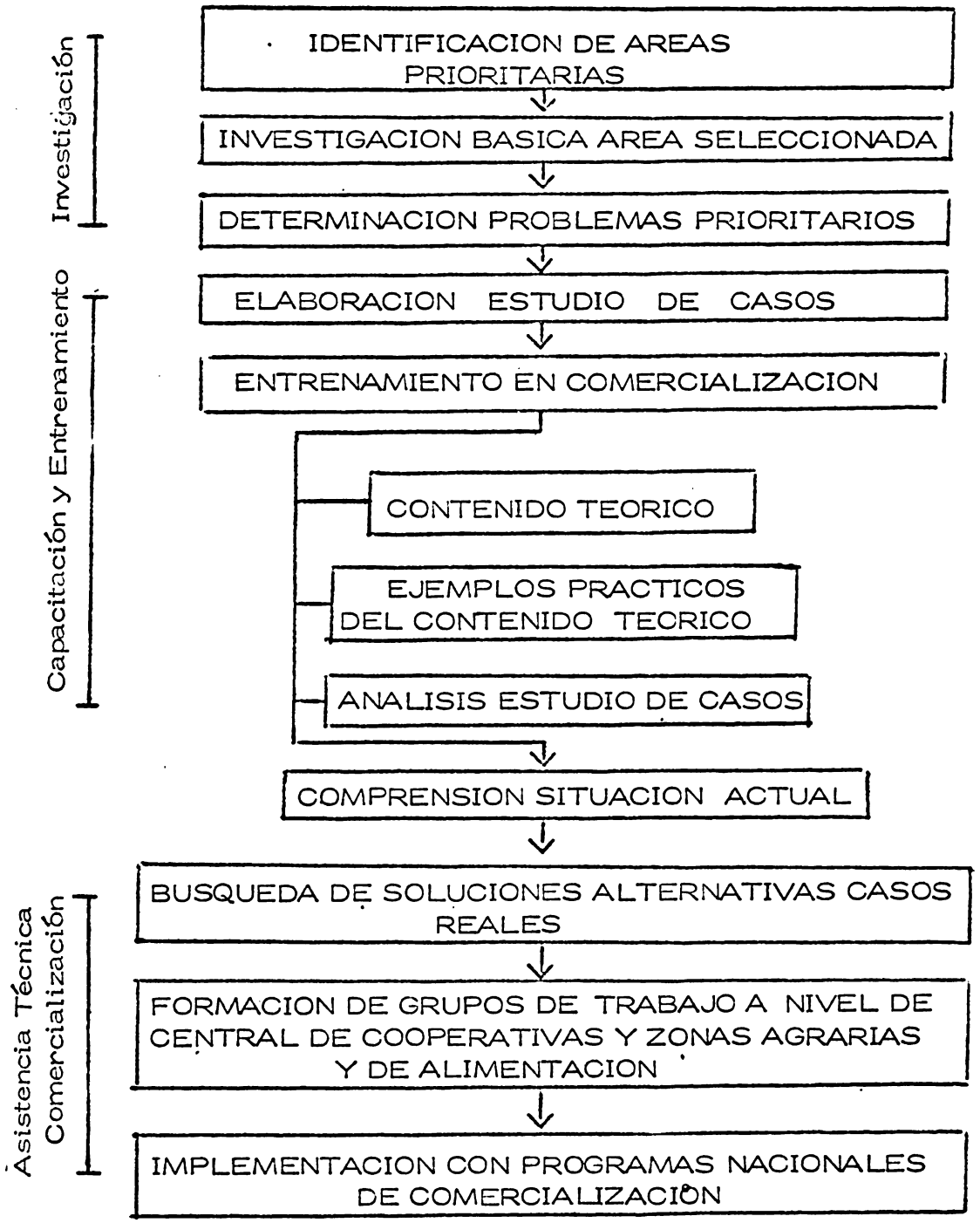
ESQUEMA PARA ELABORAR EL PROGRAMA DE CAPACITACION Y ASISTENCIA TECNICA PARA LOS CENTROS DE SERVICIOS RURALES INTEGRADOS

República Dominicana 1977



ANEXO 2

METODOLOGIA PARA EL PLAN DE ACCION DE ASISTENCIA TECNICA EN COMERCIALIZACION - PERU



SERVICIOS DEL ESTADO PARA MEJORAR TECNICAS DE POST-COSECHA EN PRODUCTOS ALIMENTICIOS.

Rafael Amézquita.*

I. Antecedentes. -

Si consideramos el hombre desde la prehistoria encontramos - que los primeros habitantes del globo eran esencialmente buscadores de - alimentos, pasaban la mayor parte de su vida yendo en pos de él. Comían de preferencia carne roja, pues en realidad no les quedaba otra alternativa ya que en la edad glacial y el subsiguiente período interglacial, las posibilidades de vegetación eran nulas. A medida que avanzaban las épocas el hombre primitivo refinó su habilidad de caza, y su preferencia por las- partes más blandas y apetecibles, lo hacía descartar animales o partes - de ellos que sus antepasados devoraban.

Por aquel entonces sus preocupaciones por la conservación de- alimentos eran mínimas. Sin embargo, cuando aumentaba la población - y los alimentos escaseaban, el hombre consumía indiscriminadamente - lo que tenía a su alcance, ya caminara, volara, se arrastrara o nadara.

Alrededor del año 8000 A.C. cuando el período glacial tocaba a su fin, el hombre empezó a agruparse en las cercanías de los lagos, rios- y mares. Por esta época tuvo uno de los más grandes descubrimientos -- cuando cayó en cuenta que si dejaba caer unas semillas al suelo podría -- obtener una nueva cosecha al cabo de pocos meses. Estaba dando los ---

* Preparado por Rafael Amézquita, Especialista en Fisiología de post-cosecha de la Oficina del IICA en México.

primeros pasos para convertirse de recolector a productor de alimentos. El siguiente paso era mejorar sus métodos y aumentar su eficiencia.

El hombre del período post-glacial aprendió a hacer el pan calentando la harina mojada que obtenía del trigo. En períodos subsiguientes apareció el pan fermentado, se domesticaron los vacunos y se iniciaron las bases de una dieta más variada y compuesta de productos básicamente energéticos y proteínas.

Para todos los pueblos antiguos, el cultivo del trigo fué un gran adelanto. Dicho cereal podía molerse y almacenarse para comerlo cuando faltaban la carne y las verduras, o para aquellos años en los que la cosecha no fuera abundante. Así el Faraón siguiendo el Consejo de José, almacenó sus cosechas y pudo alimentar a su pueblo durante los años de escasez y con estas acciones, el estado iniciaba su intervención en los procesos de almacenamiento y distribución de los alimentos y se empezaron a acumular conocimientos sobre técnicas de post-cosecha.

El pan acarreó grandeza al Imperio Romano cuando planificó su agricultura y supo aprovechar los excedentes, pero también contribuyó a su destrucción. Cuando las tribus bárbaras en tiempo de Nerón pararon la exportación de trigo hispano, Roma empezó a flaquear. Cuatro siglos más tarde los vándalos cruzaron el estrecho de España al Africa y arrebataron a Roma los campos de cultivo de trigo allí establecidos. Años más tarde una política errada de tenencia de la tierra aceleraba la destrucción

del Imperio Romano por una quiebra total en los procesos de producción y distribución de alimentos y especialmente por la política del Pan.

En el Siglo XIX la historia se repite. Cinco años antes de su derrota en 1807, Napoleón afirmaba: "Si dispongo de pan, derrotar a Rusia será un juego de niños" Desafortunadamente para él, los graneros de Francia estaban vacíos cuando emprendió su marcha, y los rusos en su retirada en el otoño de 1812 lo destruyeron todo. El alimento volvía a ser el arma definitiva en el desenlace de esta jornada bélica.

En nuestra época la lucha por obtener un abastecimiento seguro y adecuado de alimentos prosigue. A pesar de los grandes adelantos tecnológicos, de los numerosos esfuerzos de los gobiernos, y aún cuando la industria alimenticia es la mayor y más importante de la humanidad, no se han logrado las metas de una alimentación y estado nutricional adecuados para la mayoría de los pueblos.

II. La situación actual de los alimentos y la nutrición en el mundo y en particular en América Latina.

Por varias etapas y por decir así "estados de ánimo" ha pasado en los últimos años la situación mundial de los alimentos. Al pesimismo de los años 1965/66, siguió el optimismo de la revolución verde (1967-1970) para encontrarnos nuevamente en un período preocupante.

Las figuras 1, 2 y 3, y las tablas 1 y 2, dan amplio crédito a la preocupación existente. Para que la población mundial pasara de 2,000 a 4,000 millones se requirieron 50 años. (1925-75). Sin embargo, las proyecciones actuales indican que la siguiente duplicación ocurrirá en los próximos 25 años. La tasa anual de crecimiento en el mundo es en la actualidad 1.97 y con tendencia a aumentar. En los países en desarrollo (Tabla 1), donde vive la mayor parte de la población mundial, 2.8 billones de personas, dicha tasa de crecimiento es de 2.4% anual. A su vez los países desarrollados tienen una tasa de crecimiento anual de la población de 1.0 y producen aproximadamente el 60% del total mundial de los alimentos.

Si bien la producción alimenticia total se incrementó aproximadamente al mismo ritmo en los países desarrollados que en los en desarrollo, (Tabla 1, y Fig. 2 y 3.), la producción/capita en los países en desarrollo escasamente se mantiene a la par con el crecimiento demográfico.

Aunque la población de 1974 dispuso de un 20% más de alimentos/ persona que los habitantes de 1954, en 34 de los países en desarrollo, o -- sea casi un 40% del total, el aumento de la producción alimenticia no pudo mantenerse al ritmo del crecimiento demográfico durante el mismo período. En Latinoamérica la producción alimenticia/persona creció durante - el período 162/1972 a una tasa anual promedio del 0.2%.

De otra parte y como consecuencia del alto crecimiento demográfico, no han sido suficientes el progreso logrado por los países en desarrollo en la producción de alimentos, para aminorar apreciablemente el hambre y la mal nutrición. En muchos países la proporción desnutrida de la - población ha disminuído; pero en el tercer mundo, en conjunto, y en la - opinión de las Naciones Unidas, (28), el número efectivo de personas hambrientas ha aumentado.

La característica más importante de la deficiencia alimenticia es el consumo insuficiente de sustancias energéticas y proteínicas en un período determinado. Estas deficiencias del consumo de alimentos tienen manifestaciones que van desde la falta de peso al nacer, y el poco o lento aumento de peso durante el crecimiento, hasta la apatía, incapacidad para realizar trabajos físicos necesarios, el enflaquecimiento y las grandes alteraciones que sufren las personas que padecen de "Kwashiorkor" o Marasmo.

Sin embargo, en la opinión de la FAO, en la mayoría de los paí-

ses en desarrollo, donde los alimentos básicos son los cereales, las le-- gumbres y pequeñas cantidades de frutas, el consumo de una mayor canti dad de alimentos corregiría simultáneamente las insuficiencias energéti-- cas en los adultos y niños mayores. Lo anterior no es posible en los ni- ños de edad preescolar cuya capacidad de consumir mayor cantidad de ali mentos es limitada, y por consiguiente necesitan alimentos con mayor con tenido proteínico, y en las poblaciones donde la dieta es a base de yuca, plátano, ñame, etc., alimentos cuyo contenido proteínico es sumamente - bajo.

La tabla 3 indica las raciones dietéticas diarias recomendadas - según la edad, tipo de persona y su actividad, y la Tabla 4 el valor energé tico de la alimentación y el suministro diario de proteínas en los países La- tinoamericanos. En general aunque América Latina no presenta un panora- ma desastroso en este aspecto, sí existen suficientes casos aislados de paí- ses en los que la situación puede ser crítica y requiere esfuerzos considera- bles para mejorarlo. De acuerdo con la información disponible en algunos - países, (Tablas No. 5 y 6), los grupos con ingresos más bajos de la pobla- ción, reciben las menores cantidades de alimentos y por consiguiente tienen las deficiencias calóricas y proteínicas más bajas. El pobre de las zonas -- rurales parece tener mejor suerte que su compañero de la zona urbana según lo demuestran los datos de la Tabla 6.

Sin embargo, considerando que su actividad es principalmente de-

trabajo físico, su dieta es considerablemente deficiente, tanto en calorías como en proteínas.

La situación se torna aún más dramática si consideramos que cuando no hay alimento suficiente para toda la familia, el adulto que trabaja consume la mayor parte de los alimentos. Esto es particularmente grave porque los niños y las mujeres en gestación y lactantes, tienen mayores necesidades nutricionales. La inactividad de un niño no es tan peligrosa para la superviviencia de la familia como la del adulto y el retraso del desarrollo en muchos casos los padres no lo relacionan con deficiencias nutricionales. En realidad el escaso desarrollo físico y estado anímico de los adultos de muchos países, es en gran medida, una manifestación viviente del hambre que sufrieron cuando eran jóvenes.

Las causas de la nutrición deficiente son muchas y muy complejas. En las zonas rurales, las tierras, las aguas, el capital, el conocimiento técnico, el acceso a información, el crédito, etc., están distribuidos de una manera muy desigual. Los patrones de producción orientados hacia la satisfacción de la demanda de mercados externos o de grupos nacionales con suficiente capacidad de compra, no favorecen en ocasiones la diversificación ni el uso completo de los recursos disponibles. La insuficiencia de medios y métodos adecuados para una correcta distribución de los productos alimenticios remata, por decir así, el sinnúmero de dificultades que afligen al agricultor pequeño y que contribuyen a perpetuar su es-

tado de pobreza y por ende de mal nutrición.

La tabla 7 indica el % y número aproximado de personas que -- tienen en la actualidad un suministro deficiente de proteínas y calorías -- en el mundo. En Latinamérica dicho % es aproximadamente el 13% del - total de la población, y corresponde aproximadamente a 36 millones de -- personas.

De otra parte, si consideramos la demanda por los países en -- desarrollo, de alimentos, se puede observar (Tabla 8) que las tasas de -- crecimiento estimadas para los próximos 15 años preveen un crecimiento anual que varía entre el 3.3% para los cereales, y el 4.4% para la carne. Para Latinoamérica, (Tabla No. 9), los datos indican que la tasa de- crecimiento de la demanda de alimentos en los próximos 15 años será del 3.6% anual, mientras que se prevee un incremento en su producción agrícola durante el mismo período de sólamente el 2.9%.

Estos datos nos llevan a analizar otro aspecto de la situación - mundial de alimentos que puede, si se toman las medidas del caso, ayudar considerablemente a cerrar la brecha entre la demanda real de alimentos y la situación futura de producción y disponibilidad de los mismos: Las pérdidas de Post-cosecha.

III. Las pérdidas de Post-Cosecha en Productos Alimenticios.

El proceso de "post-cosecha" comienza con la recolección del producto o cuando la parte de la planta que se va a utilizar se separa del medio que le facilitó su desarrollo y maduración. Asi mismo este proceso termina cuando los alimentos se consumen por las personas o animales para quienes se han producido.

"Pérdida" significa que han ocurrido cambios en la integridad, y la calidad de los alimentos que lo hacen inservible para su consumo.

Si consideramos la naturaleza misma de los productos alimenticios, podemos comprender que al estar constituídos por células vivas necesitan una fuente de alimento para el sostenimiento de sus reacciones vitales. Al separar los productos de la planta madre, o del medio que les facilita el sustento, se inicia el proceso de degradación de sus componentes. Al principio del período de post-cosecha los productos viven a expensas de los materiales de reserva, almidones, aceites, grasas. Mas tarde comienza la degradación de las proteínas y otras moléculas vitales. Hasta el momento no se ha encontrado una metodología para detener completamente el proceso de degradación de productos alimenticios. Los métodos y procesos existentes ayudan únicamente a disminuir el proceso de deterioro pero nunca a detenerlo. Cualquier producto alimenticio, por bien que esté procesado o preservado, está sufriendo cambios químicos y

[illegible] Introducción a los [illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Si consideramos [illegible] radios, radiaciones [illegible] constituyen una [illegible] radios. A semejanza [illegible] fertilizantes [illegible] radios vivos [illegible] de [illegible] radios vitales [illegible] de la [illegible] radiaciones. Los radios y [illegible] radiaciones. [illegible] radiaciones pueden [illegible] (Ó [illegible] ciertos radios) [illegible] radios que [illegible]

bioquímicos que tarde o temprano lo hacen inservible para el consumo.

Las pérdidas de post-cosecha en productos alimenticios se - pueden clasificar as:

- a) Pérdidas directas o sea aquellas causadas por desperdicio, consumo por agentes no humanos tales como insectos, roedores, pájaros o por ineficiencias técnicas en los sistemas de manejo procesamiento y distribución.

- b) Pérdidas indirectas en la calidad y aceptabilidad hasta el punto en que el producto es rechazado para su consumo.

- c) Pérdidas del valor económico.

Numerosas causas desde el punto de vista técnico ocasionan -- las pérdidas de post-cosecha de los alimentos:

-Deterioro fisiológico.

-Cambios químicos y bioquímicos.

-Deterioro por microorganismos.

-Deterioro por insectos y Acaros.

-Deterioro por roedores y otros animales.

-Deficiente manejo físico: (cosecha, empaque, transporte, - manipuleo, almacenamiento).

-Deficientes o inapropiados sistemas de procesamiento: (Cosecha trilla, deshidratación, enlatado, congelación, etc.).

Si a esto sumamos las otras deficiencias en prácticas y servi-- cios para la comercialización tales como carencia o ineficiente informa-- ción de precios y mercados, canales de comercialización mal organizados, poca y costosa disponibilidad de crédito, etc.) además del impacto de las - decisiones políticas, vemos que las causas de la pérdida pueden ser numerosas y determinadas por variables y decisiones multidisciplinarias.

Las estadísticas mundiales varían considerablemente en la estimación de las pérdidas. Esto es causado, en parte, por falta de una metodología adecuada y acordada entre los investigadores de la materia. Sinembargo, y de acuerdo a los datos preliminares presentados en la Tabla - No. 10, las cifras son considerables; en su mayoría por encima del 15% y en ocasiones hasta el 80%. También son muy variadas las causas, destacándose principalmente los insectos, los hongos, los roedores y las malas prácticas de manejo del producto.

En 1948, Cotton estimó según resultados de encuestas realizadas en 27 países que en el mundo se perdían alrededor de 65 millones de toneladas métricas y estimaba que en esa época dichas pérdidas habieran podido proveer las necesidades calóricas para más de 100 millones de personas.

Pimental, et al, en 1975 estimaron que las pérdidas mundiales -- contando todos los alimentos eran alrededor del 20%, y que en los países en desarrollo llegaban hasta el 48%. A su vez la FAO estima que en general y por diferentes causas, se pierden en el mundo entre el 25 y el 33% de to--

dos los alimentos producidos. Esto significa un volúmen anual aproximado de 450 millones de toneladas métricas de alimentos.

Si consideramos únicamente a la América Latina, y según datos de producción de alimentos energéticos y de aquellos ricos en proteina y - vitaminas, (28), el volúmen perdido equivaldría aproximadamente a 38 millones de toneladas métricas o sea una cantidad superior al doble del total de importaciones de alimentos realizadas por los países Latinoamericanos durante el mismo año de 1974. Si además asumimos que una tonelada de cereales podría alimentar a 3 personas durante un año estamos teóricamente perdiendo el alimento anual necesario para más de 45 millones de personas.

Avanzando un poco más, y volviendo a repasar las cifras presentadas en la Tabla No. 7 donde se estimaba que en América Latina - - existen aproximadamente 36 millones de personas con problemas graves de mal nutrición, vemos que no sólamente las posibilidades de resolver este problema están a nuestro alcance, sino que al tomar las medidas -- necesarias para reducir considerablemente las pérdidas de post-cosecha tendríamos además la posibilidad de cubrir el incremento anual en la demanda de alimentos.

Cuales podrían ser el enfoque y medidas del Gobierno para reducir dichas pérdidas?

IV. Servicios del Estado para mejorar técnicas de Post-Cosecha.

"Tan importante es producir como poder conservar la calidad e integridad del producto durante su comercialización para que llegue en -- óptimas condiciones al consumidor".

Según datos de la FAO (22), la población Latinoamericana consume los diferentes tipos de alimentos de acuerdo a la siguiente distribución porcentual:

	Alimentos.	%
1.	Cereales	27.8
2.	Raices y Tubérculos	14.5
3.	Leguminosas	1.5
4.	Frutas y Hortalizas	19.8
5.	Proteinas de Origen Animal (Carne, pescado, leche, huevos)	28.6
6.	Azúcar, Aceites y Grasas.	7.8
	TOTAL.	100.00

De acuerdo a esta distribución los alimentos más perecibles, (grupos 2, 3, 4 y 5) constituyen el 64.4% del Total. Si incluimos los cereales cuyas pérdidas en ocasiones sobrepasan el 60% podríamos concluir que los alimentos susceptibles de pérdida en condiciones normales constituyen el 92.2% de la comida disponible a la población Latinoamericana.

Analicemos brevemente los servicios que los gobiernos ofrecen por lo regular en este campo.

A.- Investigación en Tecnología de Alimentos, fisiología de post-cosecha e ingeniería agrícola y de procesos.

Aunque indudablemente en algunos países se realizan investigaciones en estas disciplinas, la proporción de recursos asignados para la fase de post-cosecha es considerablemente inferior a los recursos asignados para programas en aspectos para producción. Podríamos afirmar que menos del 2% de los recursos son destinados para proyectos de post-cosecha. La razón de esta disparidad puede comprenderse considerando que la mayor preocupación de las personas y entidades concernientes ha sido hasta el momento producir suficientes alimentos. Afortunadamente ahora comprendemos que la investigación en aspectos alimenticios no es sólamente investigación de la fase de producción, sino también de aquellos procesos y acciones que ocurren después de la cosecha.

Ahora bien, conociendo las limitaciones en recursos (Personal capacitado, equipos, capital, etc.) existentes en muchas instituciones Latinoamericanas de investigación, y concientes de las necesidades de resolver infinidad de aspectos de la industria agropecuaria, qué podríamos decir, al pretender un autoexámen de la filosofía, enfoque y productividad de nuestra investigación agrícola, especialmente en post-cosecha?

Para muchos cultivos se han logrado descubrimientos notables, avances que en ocasiones podríamos llamar espectaculares, gracias a los

cuales nuestra Agricultura ha logrado mantenerse a un ritmo de creci- -- miento un tanto por encima del crecimiento demográfico. En ganadería - y productos lácteos también se han logrado avances notables que nos han - permitido abastecer mejor tanto los mercados nacionales como los internacionales. Todo esto se ha logrado en una atmósfera donde la opinión - más generalizada ha sido que, ante todo, el científico debe abordar la investigación con absoluta libertad y sin ninguna presión que obstaculice su creatividad, ya que la ciencia en su concepción intelectual y filosófica demanda del científico su entrega absoluta, libre de todo enfoque utilitario y pragmático.

Sin embargo, hay circunstancias muy especiales, comunes algunas de ellas a varios de nuestros países, que vale la pena recordar ya que pueden ser muy útiles para el enfoque y filosofía de nuestra investigación agrícola.

1.- - A diferencia de los países desarrollados existen necesidades y circunstancias socio-económicas apremiantes en nuestros - países que difícilmente podemos olvidar al escoger las áreas, disciplinas, programas y proyectos de investigación. Una de- ellas es la escasez general de capital y la abundancia de mano- de obra.

2.- - La ciencia tiene indiscutiblemente grandes valores intelectuales, espirituales y filosóficos pues responde al anhelo íntimo -

del hombre de saber y de entender el universo en que vive. Sin embargo estos valores pueden en ocasiones volver al científico más contemplativo que práctico y desviarlo a considerar exclusivamente problemas de la "ciencia internacional", por considerar que éstos son científicamente más interesantes que los que ofrece el panorama nacional.

3.- Cuando la investigación científica es excesivamente "pura" y desconectada de la problemática real, tiene un mercado de trabajo muy reducido y generalmente restringido a Universidades o Institutos de Investigación. Si a esto le sumamos los escasos recursos de nuestras instituciones, podríamos tener como resultado un personal científico frustrado, subempleado, y muy poco productivo.

4.- Los criterios de excelencia adoptados por la ciencia de los países industrializados dan gran importancia a aspectos técnicos de metodología y concepto. Sin embargo, el énfasis a vecas exagerado en la utilización de técnicas y metodología muy refinadas, en ocasiones con aparatos muy costosos, puede hacer sentir al investigador que su equipo ya es anticuado u obsoleto y forzarlo al mercado en búsqueda de sofisticaciones a veces innecesarias.

Partiendo de la base que nuestras investigaciones han sido fructíferas y se han obtenido resultados en ocasiones muy significativos, qué criterios pudieran ayudarnos para aumentar aún más la productividad especialmente en actividades y procesos de post-cosecha?

1.- La investigación puede ser básica pero orientada hacia temás de interés Nacional. Esto supone un excelente grado de comunicación entre científicos y entidades o personas trabajando en planificación a nivel de país.

2.- La investigación debe estar orientada hacia los requerimientos y prioridades socio-económicas del país.

3.- La investigación debe ser práctica y ojalá factible con elementos sencillos. La aplicabilidad de sus resultados deben tener en cuenta los elementos disponibles en el medio donde se le desarrolla.

4.- La investigación debe ser útil, para el medio donde se la realiza, y su implementación debe ser beneficiosa en términos económicos para una proporción grande de la industria alimenticia.

5.- La investigación debe ser eficiente, productiva.

No nos olvidemos que la protección de los alimentos, depende de las personas, no de las máquinas, y de la ingeniosidad con que utilicemos nuestros recursos y los conceptos básicos. En el área de post-cosecha existen posibilidades fascinantes y muy productivas para el investigador que quiera explorar estas nuevas posibilidades.

A continuación se citan algunas áreas donde la investigación de post-cosecha puede ser muy productiva.

1 - Desarrollo de maquinaria sencilla para cosecha y trilla de granos y cereales, adaptable a condiciones socio-económicas de la región

2 - Desarrollo de técnicas locales para el secamiento y almacenamiento de granos. Debe incluir el posible uso de energía solar, fuentes de combustible locales, desperdicios, etc.

3 - Almacenamiento de cereales bajo condiciones de temperatura y humedad relativa frecuentes en los trópicos. Especialmente extremos de temperatura y H. R. Posible y mayor uso de elementos geográficos y climáticos para estos propósitos.

4 - Métodos de cosecha de perecederos para prevenir el daño tan extenso que comunmente se les ocasiona. Diseño y uso de nuevos y mejores sistemas de empaque utilizando los materiales propios de la región.

5 - Almacenamiento de perecederos utilizando temperaturas intermedias y con la ayuda de productos químicos.

6 - Mayor utilización de productos químicos para la conservación de alimentos. Este es un campo amplísimo que empieza con la aplicación de productos antes de la cosecha y continúa con productos para acelerar y/o retener el proceso de maduración, para mejorar el color, la apariencia, para un mejor control de plagas y enfermedades, etc.

7 - Nuevos y autóctonos métodos de deshidratación para perecederos

8 - Desarrollo de nuevos y atractivos productos basados en la -- abundante variedad de nuestros productos tropicales.

Una de las grandes ironías de nuestros sistemas de post-cosecha es la importación de tecnologías diseñadas para sociedades donde se dispone de capital para usarlo intensivamente y se buscan afanosamente métodos para suplir la mano de obra con el uso intenso de maquinaria. Esta tendencia se explica en particular por los reportes que señalan al uso extensivo de la mano de obra como una de las causas de la baja productividad de la agricultura en p. en desarrollo. Afortunadamente análisis más profundos estan indicando que sí pueden existir actividades agrícolas altamente productivas y con uso intensivo de mano de obra. (33). El Japón tiene probablemente la agricultura donde más mano de obra se utiliza en el mundo y al mismo tiempo está logrando una de las más altas productividades/ha. que se conocen.

Cómo podrían los gobiernos mejorar los servicios de investigación, para producir mejores técnicas de post-cosecha.

1.- Orientando las áreas y el tipo de investigación para:

- Realizar trabajos eminentemente prácticos y útiles para -- grupos o sectores más necesitados.
- Resolver los problemas para colocar estos grupos en niveles de competencia más favorable.
- Identificando previamente la tecnología desarrollada con un

mercado determinado.

-Procurar que el producto de dichas investigaciones sea en lo posible económicamente factible.

2.- Financiando preferencialmente investigaciones que tengan - altas y muy concretas posibilidades de beneficio social directo.

3.- Promoviendo servicios de investigación y extensión al alcance de empresario y promotores que están interesados en averiguar en términos prácticos y sencillos, qué tan complicado es- hacer tal o cual cosa y facilitando los equipos o infraestructura necesarios para los ensayos preliminares.

4.- Facilitando o creando la infraestructura no sólo física sino social, económica y política necesaria para que empresarios, - técnicos, investigadores, promotores, etc., vean posibles y - factibles sus planes y proyectos. O por lo menos para que ensayen, y con sus experiencias positivas o negativas, aprendan- y mejoren el sistema.

5.- Facilitando servicios especiales de investigación a grupos de productores, sociedades, etc., más que a personas individuales.

6.- Coordinando la integración de servicios necesarios para el fomento agroindustrial y evitando la consolidación de monopolios proveedores de materias primas o servicios.

7.- Evitando la concentración excesiva de capitales en sectores.

claves del sistema producción-distribución.

8.- Por cuando la investigación de post-cosecha está tan relacionada con la disponibilidad de materias primas para agroindustrias:

- Trabajando con agroindustriales y preferencialmente con - Asociaciones de Agricultores en la planificación para el suministro de materias primas.
- Suministrando información sobre volúmenes, áreas, lugares y precios de las cosechas.
- Abriendo nuevos horizontes en Mercados Internacionales con una estrategia de búsqueda para el suministro de las necesidades actuales de los mercados. Esta es una fuente incalculable de ideas donde la investigación debe ser llevada a cabo por -- técnicos experimentados en diferentes campos. Ojalá grupos multidisciplinarios que capten desde diferentes ángulos las -- perspectivas y tendencias del mercado y las apliquen a nuestras posibilidades de suplir no sólo materias primas sino productos semi o ya elaborados. Desafortunadamente parte de - nuestra ineficiencia en este enfoque es porque la información- y/o investigación se obtiene o realiza por burócratas, localizados en puestos claves, y no necesariamente por grupos -- técnicos capaces de aportar al país el beneficio de sus observaciones.

B. La Educación técnica Superior.

El análisis de los servicios de Educación Agrícola superior indica que en los últimos 20 años estos servicios han tenido una sorprendente expansión cuantitativa, pero muy poco cualitativa (34), El mismo autor indica en otro trabajo (35) "la lamentable situación de la Educación Agrícola Superior pues al desarrollarse dentro de una actitud académica y científica intramural se ha limitado a considerar principalmente el aspecto científico y tecnológico de la agricultura y no su importancia como actividad vital para las masas del sector rural. Por otra parte se ha enclaustrado dentro de su recinto sin hacer contacto íntimo con la comunidad para la cual prepara los profesionales que han de resolver sus problemas".

Parte de esto se debe a que dichos programas educativos fueron diseñados con un patrón similar al de las escuelas agrícolas de Estados Unidos y Europa donde el tipo de agricultor es diferente y en muy poco sus condiciones y prácticas se asemejan a las condiciones, recursos y técnicas de la mayoría de los agricultores de nuestros países.

En aspectos técnicos de post-cosecha, la educación superior además de adolecer del enfoque y limitaciones mencionadas anteriormente para las otras disciplinas agrícolas, se enfrenta al problema de la escasez de programas y profesores para enseñar dichas materias. En realidad esta fase del sistema producción-distribución de alimentos ha sido muy relega-

da y por lo regular ni se menciona y cuando se le hace es muy superficialmente, sin dedicarle el tiempo y profundidad científica que se - merece.

Muy pocas son las escuelas que ofrecen programas en fisiología de post-cosecha, tecnología de alimentos, ingeniería de procesos. Debido a ésto el "out-put" de investigación en estas disciplinas es poquísima y por consiguiente los problemas de pérdidas de post-cosecha muy numerosos.- Asi mismo considero que una de las causas directas de la cantidad tan alta de productos agrícolas perdidos, es la falta de personal calificado en estas disciplinas que pueda atender con la enseñanza, investigación y extensión a la solución de estos problemas. No es ciertamente irónico analizar que - nuestras escuelas agrícolas pongan tanto énfasis en programas clásicos - que generan un profesional cuyos servicios encuentran un mercado saturado, cuando una pequeña reorientación de su educación y una más completa capacitación en los problemas de la Industria alimenticia podrían colocarlo en una posición muy favorable por la demanda que sus servicios podrían tener?

El Estado podría mejorar considerablemente la situación ali-- menticia del país si fomentara y proveyera los siguientes servicios:

- Orientación y fomento de enfoques más globales de la problemática agrícola y alimenticia en las Facultades de Agricultura, Zootecnia; y Veterinaria.
- Fomento del entrenamiento y especialización de profesionales-

en las varias disciplinas de post-cosecha: Tecnología y fisiología, ingeniería de procesos, microbiología, entomología, etc.

- Promoción de Programas educativos a diferentes niveles para ampliar el espectro de utilización de técnicas de post-cosecha.
- Fomento y promoción de la filosofía que en nuestras manos está la solución de estos problemas y que con las bases tecnológicas de la ciencia actual podremos solucionarla.

Tal vez la estrategia podría ser tratar de producir un profesional más tecnólogo que científico, más promotor y ejecutivo que transmisor pasivo, para que tenga la capacidad de entender, aplicar y transmitir mejor y más prácticamente las soluciones a los problemas asociados con la agricultura y alimentación de las grandes masas rurales.

C. Servicios de Información Científica-Técnica.

En el área de Post-Cosecha la información técnica disponible en bibliotecas de las Universidades e Institutos de Investigación es muy limitada, y en ocasiones increíblemente escaza.

Esta es tal vez el área más debil de los diferentes servicios públicos para las industrias Agrícola y Alimenticia. Su deficiencia es a todo nivel: Científico, Tecnológico, Profesional intermedio y Literatura Popular. Además en la mayoría de nuestros países el costo de dicha información es exagerada, con el agravante que el 90% o más de esta literatura relata los-

[illegible]

[illegible]

[illegible]

resultados y experiencias de las industrias en países desarrollados. Es - increible la frustación que se siente al ver el atraso al progreso e iniciativas de las personas, que se causa por esta ineficiencia.

Los gobiernos podrían prestar en este aspecto, servicios invaluables para el desarrollo de la industria agrícola y para acelerar la solución a los problemas graves de la alimentación y nutrición masiva adoptando algunas de las siguientes sugerencias:

1.- Asignando fondos especiales para conseguir, completar y - actualizar Bibliotecas.

2.- Facilitando el intercambio de material técnico-científico -- preferencialmente con países que estén haciendo grandes esfuerzos para producir información o traduciendo la existente en otros idiomas (México por ejemplo).

3.- Solicitando con tenacidad ayuda a agencias internacionales, - muchas de ellas en ocasiones desprovistas de proyectos productivos, pero sí interesadas en facilitar recursos o materiales para estos propósitos.

4.- El mundo científico produce una cantidad considerable de información disponible en buena parte a muy bajo costo, (porte de correo), para quien la solicite. Sin embargo, muchas bibliote-- cas y entidades así como investigadores de los países desarrollados se quejan que los países Latinoamericanos parecen ser los - menos interesados en adquirir e intercambiar información.

Hemos considerado a través de este trabajo diferentes aspectos - relacionados con la problemática de la alimentación, la nutrición, el crecimiento demográfico, las pérdidas de post-cosecha y los servicios más importantes que el Estado provee como apoyo a las indistrias agrícolas y alimenticia. Ahora bien, teniendo en cuenta la gravedad de la situación alimentaria en nuestro medio, y considerando que existen posibilidades a nuestro alcance para ayudar a solventar este problema, con programas y proyectos orientados a disminuir las pérdidas de post-cosecha. ¿Qué enfoque u orientación podría el Gobierno darle al estudio, análisis, programación y ejecución de sus servicios de apoyo a estas industrias?.

Recordemos en primer lugar que 25 a 35% de la producción total alimenticia en el mundo se pierde. Asi mismo recordemos que según los cálculos presentados en este trabajo en Latinamérica existen 36 millones o más de personas con problemas graves de malnutrición y que las estadísticas nos indican que en América Latina se pierden o desperdician cerca de 38 millones de toneladas métricas de productos anualmente o sea un volúmen capaz de alimentar más de 45 millones de personas.

En segundo lugar revisemos por unos instantes algunas características del problema.

1.- Es un problema mundial y en ocasiones muy específico a algunos países.

2.- Se caracteriza por un sinnúmero de personas que tienen inge-

rencia directa en los diversos aspectos agrícolas, comerciales, políticos y económicos.

3.- Existe una gama muy amplia de disciplinas que lo pueden -- afectar directa o indirectamente.

La Agronomía,

La Ingeniería.

La Química y Bioquímica.

La Tecnología de Alimentos,

La Ecología.

La Economía.

La Sociología,

La Administración.

La Política, etc.

4.- Las decisiones de tipo técnico, social, económico y político pueden tener implicaciones de muy largo alcance y afectar en una u otra forma el "Modus Vivendi" de muchas personas.

5.- Los mayores beneficiarios, si este problema se soluciona - serían los sectores más pobres y marginados de la población.

Al mirar en conjunto toda esta diversidad de disciplinas, variables, la magnitud de las pérdidas, el efecto de las decisiones políticas, tanto nacionales como internacionales, podríamos concluir que se trata de un - problema conplejo cuyas soluciones no son fáciles. Asi mismo podríamos -

considerar que estamos pretendiendo analizar todo un sistema. "El Sistema de Post-Cosecha."

Hasta el momento uno de las grandes realidades de los servicios del Estado, en problemas agrícolas y alimenticios, (investigación, educación, extensión, información ,etc.) es que se han desarrollado dentro de sus propios intramuros, tratando de resolver problemas específicos de su área o disciplina, o "hobby científico", sin una comprensión real y panorámica del mundo en que vivimos y de los problemas reales que afectan a la mayoría de la población. El resultado ha sido un volúmen de información científica y tecnológica, que aunque muy valiosa, no ha logrado su máximo potencial en beneficio de las economías nacionales y menos aún de la población rural.

¿Porqué entonces no analizar este conjunto de variables con un enfoque realmente sistemático? Dicho enfoque ha sido utilizado con mucho éxito no sólo en el análisis de problemas muy complejos, con sinnúmero de variables, tales como la organización y ejecución de los viajes espaciales, sino también en la programación ordenada de sistemas de producción a nivel de fábrica. El análisis de sistemas es una metodología especializada que pone énfasis en los aspectos generales y en las interacciones de las partes que lo integran. Se emplea en el análisis, diseño, ejecución, puesta en marcha y operación de sistemas complejos.

El enfoque sistemático es fácil principalmente cuando se puede-

construir un modelo general del sistema de tal manera que sus elementos y variables sean factibles de medición cuantitativa y se establezcan criterios para evaluar su eficiencia. La gran ventaja de este enfoque es que una vez construido el modelo, se obtiene una visión global muy comprensiva de la magnitud del problema y se pueden diseñar programas y proyectos que en forma integral y armónica aporten todos a la solución del problema.

Un ejemplo nos puede ilustrar el tipo de análisis a realizar con un enfoque sistemático.

La Fig. 4, nos indica el diagrama de flujo del sistema de post-cosecha en granos y la Fig. 5, el sistema de post-cosecha en algunos perecederos.

¿Cual podríamos decir es el objetivo principal de ambos sistemas?

"El manejo y distribución eficiente de un producto determinado desde el momento de la cosecha hasta el sitio de consumo, con un mínimo de pérdida, y ojalá, con el máximo de beneficio económico para todos los participantes."

Cómo podremos lograr estos objetivos? En forma muy general podríamos seguir los siguientes pasos:

Primero que todo, definir el problema.

segundo, escoger el producto(s).

Tercero, Determinar la metodología y construir el modelo (en forma general).

Cuarto, Realizar la medición de los diferentes componentes del sistema.

Quinto, Realizar el análisis e iniciar la toma de decisiones.

Sexto, Tomar las decisiones acerca del plan de acción a seguir, sus programas y proyectos, actividades, etc.

Esta metodología se puede utilizar para considerar el problema de Pérdidas de post-cosecha en los alimentos a nivel nacional o en particular para productos especiales.

Veamos con el ejemplo del modelo construído para el tomate en la República Dominicana, (Fig. 6). el tipo de análisis que podemos hacer.

Supongamos que una vez construído el modelo el resultado nos indica en forma global que existen pérdidas físicas superiores al 50% de la cosecha. Posteriormente análisis preliminares nos indican que dichas pérdidas están causadas:

- El 25% , Daño físico por magulladuras, cortes, golpes, etc.
- El 40%, Daño fisiológico causado por temperaturas muy altas en el manejo.
- El 10%, Daño por insectos. Parte ocurrida en pre-cosecha y parte en la fase de post-cosecha.
- El 25%, Daño por microorganismos.

Con estas bases ¿que decisiones podemos tomar?

En primer lugar tenemos varios problemas identificados:

1) Daños físicos,

2) Daños Fisiológicos.

3) Daños por insectos.

4) Daños por microorganismos

También conocemos algo de las causas del problema. Podríamos entonces iniciar un programa de investigación para Reducción de Pérdidas - de Post-cosecha en tomate. Sin embargo cuál problema podríamos o debe-- ríamos atacar primero? Supongamos que decidimos atacar primero el daño causado por altas temperaturas porque es el más grave y además porque -- creemos que sus soluciones no son muy complicadas. De esta manera po-- demos tomar las diferentes decisiones en cuando a las prioridades, e ini-- ciar una serie de proyectos, por ejemplo:

1.- Problema: Daños fisiológico del producto, (maduración y ablandamiento muy rápido.)

Causa aparente: Temperaturas muy altas durante el manejo.

Proyecto: Desarrollo de prácticas adecuadas que ayuden a re- ducir las temperaturas del producto durante su - - transporte y comercialización.

2.- Problema: Daño Físico considerable.

Causa aparente: Empaques deficientes.

Proyecto: Diseño y desarrollo de empaques más adecuados y livianos para disminuir el daño por costos, magulladuras y raspaduras.

Siguiendo estos delineamientos generales podemos dentro de este programa de reducción de pérdidas de post-cosecha, en tomate, tratar de realizar los productos que sean necesarios para lograr nuestro objetivo final. "La reducción de las pérdidas". Este ejemplo, aunque muy simplificado nos puede ayudar a visualizar un poco la posibilidad de construir modelos similares para otros cultivos o grupos de cultivos, por ejemplo:

Granos,

Raíces y tubérculos,

Frutos,

Hortalizas

Una vez construídos estos modelos podríamos armar un plan a nivel nacional para la reducción efectiva de las pérdidas de post-cosecha y posiblemente lograr a corto plazo el aumento de la oferta de productos alimenticios.

Lo interesante de este enfoque es su logística y que ofrece la oportunidad no sólo de abrir horizontes muy interesantes para el trabajo armónico de muchas disciplinas, sin las presiones usuales de resolver problemas y sin ninguna lógica, sino que su productividad podría por si misma, asegurar su continuidad a través del tiempo y a pesar de los vaivenes, políticos de nuestros países.

Es además una metodología que al permitir el análisis adecuado de cada uno de los pasos y variables del sistema, nos ofrece la oportunidad de desarrollar tecnologías autóctonas para resolver nuestros problemas con nuestros propios elementos.

Otros posibles beneficios que pueden resultar del éxito con que se realice este enfoque son, además de los ya mencionados:

- Creación de un ambiente de confianza entre los agricultores por cuanto poco a poco observarán el beneficio de muchos de estos resultados.
- Aumento de la aceptabilidad, utilidad y calidad nutricional de los alimentos.
- Fomento y establecimiento de nuevas industrias relacionadas con el procesamiento de los alimentos.
- Aumento de las oportunidades tanto del empleo rural como el urbano.

Por último considerando que el "Sistema de Post-cosecha" es la aplicación técnica de muchos principios y conceptos encaminados a mejorar la totalidad del Sistema Producción-Distribución de los alimentos, podríamos decir que las organizaciones de agricultores ofrecen una vía muy eficiente para el diagnóstico, investigación e implementación de innumerables tecnicas y servicios del estado para reducir las pérdidas de los alimentos. Además ofrecen una oportunidad ideal para el investigador por cuanto el trabajo con los problemas reales de numerosos agricultores le obligará a sacar soluciones más ingeniosas y prácticas, y a la postre más útiles para la comunidad rural. Es un reto interesantísimo por cuanto se enfrentan por un lado la teoría y la técnica contra la experiencia y profundo conocimiento de las implicaciones de cambios que directamente lo afectarán a él. En América Latina, con una población rural tan dispersa, individualista, - con mucha razón a veces incrédula, de los posibles beneficios de la ciencia moderna, las organizaciones de agricultores pueden llegar a ser un agente multiplicador muy eficiente para la transmisión de técnicas de post-cosecha en productos

TABLA 1 Variación en las tasas de crecimiento de la población.

AÑO	Población en Millones	Tasa Anual de Crecimiento.
2000	7692	2.63
1976	4000	1.97
1975	3922	0.42
1600	470	0.044
-2400	30	0.022
-7000	10	

FUENTE: En base a Meyer, F. y J. Vallee, Technol. Forecasting Soc. Studies, 7,285 (1975.

[illegible]

[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]

[illegible] [illegible] [illegible] [illegible] [illegible] [illegible] [illegible]

[illegible] [illegible] [illegible] [illegible] [illegible]

TABLA 2 Porcentaje de Aumento de la Producción Alimentaria en Relación a la Población, en el Mundo y en las Regiones principales, 1952-62 y 1962-72.

	1952-62			1962-72		
	Crecimiento demográfico	Producción Alimentaria Total	Producción Alimentaria Por persona	Crecimiento demográfico	Producción Alimentaria Total	Producción Alimentaria Por persona
	..... Porcentaje Anual*					
Economías de Mercado Desarrolladas**	1.2	2.5	1.3	1.0	2.4	1.4
Europa Occidental	0.8	2.9	2.1	0.8	2.2	1.4
América del Norte	1.8	1.9	0.1	1.2	2.4	1.2
Oceanía	2.2	3.1	0.9	2.0	2.7	0.7
Europa Oriental y la U.R.S.S.	1.5	4.5	3.0	1.0	3.5	2.5
Total de Países Desarrollados	1.3	3.1	1.8	1.0	2.7	1.7
Economías de Mercado en Desarrollo **	2.4	3.1	0.7	2.5	2.7	0.2
Africa	2.2	2.2	---	2.5	2.7	0.2
Lejano Oriente	2.3	3.1	0.8	2.5	2.7	0.2
América Latina	2.8	3.2	0.4	2.9	3.1	0.2
Cercano Oriente	2.6	3.4	0.8	2.8	3.0	0.2
Países Asiáticos de Planificación Centralizada.	1.8	3.2	1.4	1.9	2.6	0.7
Total de Países en Desarrollo	2.4	3.1	0.7	2.4	2.7	0.3
MUNDIAL.	2.0	3.1	1.1	1.9	2.7	0.8

* Porcentaje de las tendencias de crecimiento al interés anual compuesto.
** Incluídos países de otras regiones no especificadas.
FUENTE: FAO. 1974. El estado mundial de la Agricultura.

TABLA 3. RACIONES DIETETICAS DIARIAS RECOMENDADAS

	Calorías	Proteínas g.	Calcio g.	Hierro mg.	Vitamina A. U. I.	Tiamina mg.	Riboflavina mg.	Niacina (ácido N cotínico) mg.	Acido ascórbico Mg.	Vitamina D. U.I.
HOMBRE (154 lb. 70 kg.)										
Sedentario	2400	70	1.0	12	5000	1.2	1.8	12	75	...
Físicamente activo	3000	70	1.0	12	5000	1.5	1.8	15	75	...
Con trabajo pesado	4500	70	1.0	12	5000	1.8	1.8	18	75	...
MUJER (123 lb. 56 kg.)										
Sedentaria	2000	60	1.0	12	5000	1.0	1.5	10	70	...
Moderadamente activa	2400	60	1.0	12	5000	1.2	1.5	12	70	...
Muy activa	3000	60	1.0	12	5000	1.5	1.5	15	70	...
Período prenatal (2a. mitad)	2400	85	1.5	15	6000	1.5	2.5	15	100	400
Lactancia	3000	100	2.0	15	8000	1.5	3.0	15	150	400
NIÑOS hasta de 12 años										
Menos de un año	2	3	1.0	6	1500	0.4	0.6	4	30	400
1-3 años (27lb. 12kg.)	1200	40	1.0	7	2000	0.6	0.9	6	35	400
4-6 años (42lb. 19kg.)	1600	50	1.0	8	2500	0.8	1.2	8	50	400
7-9 años (58lb. 26kg.)	200	60	1.0	10	3500	1.0	1.5	10	60	400
10-12 años (78lb. 35kg.)	2500	70	1.2	12	4500	1.2	1.8	12	75	400
NIÑOS mayores de 12 años										
Muchachas 13-15 años (108lb.49kg.)	2600	80	1.3	15	5000	1.3	2.0	13	80	400
Muchachas 16-20 años (122lb.55kg.)	2400	75	1.0	15	5000	1.2	1.8	12	80	400
Muchachos 13-15 años (108lb.49kg.)	3200	85	1.4	15	5000	1.5	2.0	15	90	400
Muchachos 16-20 años (141lb.64kg.)	3800	100	1.4	15	6000	1.7	2.5	17	100	400

Fuente: N.W. Desrosier. The Technology of Food Preservation. The AVI Publishing Co., Ing. Westport. Conn.

TABLA 4 Disponibilidades medios de Energía y Proteínas por Regiones

	Energía		Proteínas		Energía en Porcentaje de las Necesidades	
	1961	Promedio de 69-71	1961	Promedio de 69-71	1961	Promedio de 60-71
	Kilocalorías por persona		Gramos por persona		Porcentaje	
Economías de Mercado Desarrolladas	2950	3090	87.5	95.1	115	121
Europa Occidental	3020	3130	89.3	93.7	118	123
América del Norte	3110	3320	92.3	105.2	118	126
Oceanía	3210	3260	92.7	108.1	121	123
Otras Economías de Mercado desarrolladas	2420	2550	73.3	79.1	102	108
Europa Oriental y la U.R.S.S.	2990	3260	85.8	99.3	116	127
Total de los Países desarrollados	2960	3150	87.0	96.4	116	123
Economías de Mercado en Desarrollo	2130	2210	55.0	56.0	93	97
Africa	2120	2190	55.7	58.4	91	94
Lejano Oriente	2050	2080	51.3	50.7	92	94
América Latina	2410	2530	63.7	65.0	100	105
Cercano Oriente	2200	2500	62.3	69.3	89	102
Economías en Planificación Centralizada de Asia	2020	2170	54.7	60.4	86	92
Total de los Países en Desarrollo	2100	2200	54.9	57.4	91	95
MUNDIAL	2360	2480	65.2	69.0	100	104

Fuente: FAO 1974. El Estado Mundial de la Agricultura y Alimentación.

TABLA 5 Ingesta de Energía y Proteínas de Escolares de Hyderabad.

Grupos de edad (años)	Calorias		Proteinas	
	Ingresos Bajos	Ingresos Altos	Ingresos Bajos	Ingresos Altos
7 - 9	1429	2186	37.0	67.8
9 - 11	1411	2343	36.5	62.1
11 - 13	1292	2833	34.5	72.2
13 - 14	1374	2585	35.5	75.5
Todos los grupos	1376	2485	35.9	69.4

FUENTE: Diet Atlas of India, National Institute of Nutrition, ICMR, India,

Tabla 6.*— INGESTA DIARIA DE ENERGÍA POR PERSONA, POR GRUPOS DE INGRESOS O GASTOS EN ALGUNOS PAÍSES SELECCIONADOS

BRASIL (1960)

Ingresos (cruzeiros al año por familia)	Nordeste				Este				Sur			
	Zonas urbanas		Zonas rurales		Zonas urbanas		Zonas rurales		Zonas urbanas		Zonas rurales	
	Porcentaje de familias	Kcal por persona/día	Porcentaje de familias	Kcal por persona/día	Porcentaje de familias	Kcal por persona/día	Porcentaje de familias	Kcal por persona/día	Porcentaje de familias	Kcal por persona/día	Porcentaje de familias	Kcal por persona/día
Menos de 100	9	1 240	18	1 500	5	1 180	7	1 420	1	1 480	4	2 380
100 - 149	13	1 500	14	1 810	5	1 530	10	2 100	3	1 740	4	2 900
150 - 249	26	2 000	25	2 140	17	1 880	20	2 210	11	1 970	16	2 500
250 - 349	17	2 320	13	1 820	14	2 090	15	2 720	13	2 050	15	1 860
350 - 499	14	2 420	10	2 280	17	2 220	13	2 670	20	2 360	18	2 970
500 - 799	11	2 860	11	2 370	20	2 630	13	2 920	22	2 470	21	3 000
800 - 1199	5	3 310	5	3 380	11	2 820	8	3 060	14	2 780	9	3 780
1200 - 2499	4	4 040	3	2 870	9	3 270	11	3 040	12	3 080	10	4 160
Más de 2500	1	4 290	1	2 900	2	3 750	3	4 100	4	3 170	3	4 770

FUENTE: *El consumo de alimentos en Brasil; encuesta de presupuestos familiares en los primeros años sesenta.* Fundación Getulio Vargas, Brasil 1970.

* Tomado de FAO. 1974. - La Situación Mundial de la Agricultura y la Alimentación.

TABLA 7 Número estimado y porcentaje de personas cuyo suministro de proteínas y energía es insuficiente por regiones, 1970.

	Población	Porcentaje por debajo del límite inferior	Número de personas por debajo del límite inferior.
	Miles de millones	Porcentaje	Millones.
Regiones Desarrolladas	1,07	3	28
Regiones en Desarrollo *	1,75	25	434
América Latina	0.28	13	36
Lejano Oriente	1,02	30	301
Cercano Oriente	0,17	18	30
Africa.	0,28	25	67
Total	2,83	16	462

* Excluidos los países asíaticos con planificación económica centralizada.

FUENTE: FAO. 1974. El estado mundial de la Agricultura y la alimentación.

Tabla 8.* — DEMANDA TOTAL DE LAS ECONOMÍAS DE MERCADO EN DESARROLLO POR GRUPOS PRINCIPALES DE PRODUCTOS [1]

	Consumo	Demanda proyectada			Aumento total		Tasa de crecimiento compuesta	
	1969-71	1980	1985	1990	1970-85	1970-90	1970-85	1970-90
	..... *Millones de toneladas métricas*				.... *Porcentaje*		.. *Porcentaje anual* ..	
Cereales [2]	385,70	534,3	628,5	737,6	63,0	91,2	3,3	3,3
Trigo [2]	83,0	119,4	140,2	164,0	61,1	88,5	3,2	3,2
Arroz con cáscara [2]	171,2	235,3	274,8	318,6	60,5	86,1	3,2	3,2
Cereales secundarios [2]	127,5	179,7	213,5	255,0	67,5	100,0	3,5	3,5
Raíces amiláceas	107,9	136,5	153,4	171,6	42,2	59,0	2,4	2,3
Azúcar centrifugado (en bruto)	23,9	36,9	46,7	59,3	95,2	148,1	4,6	4,6
Azúcar no centrifugado	10,8	13,5	15,3	17,4	42,1	62,0	2,4	2,4
Legumbres, nueces y semillas oleaginosas	32,4	44,7	52,8	62,3	63,0	92,2	3,3	3,5
Hortalizas	69,7	99,4	119,3	142,4	71,1	104,3	3,6	3,6
Frutas	73,4	107,5	130,4	157,3	77,5	114,2	3,9	3,9
Carne [3]	21,1	32,2	40,6	51,7	92,1	144,4	4,4	4,6
Vacuno mayor y menor	9,6	14,0	17,3	21,5	80,1	123,8	4,0	4,1
Carnero y cordero	2,6	4,2	5,5	7,1	110,9	174,4	5,1	5,2
Carne de cerdo	3,5	5,3	6,6	8,3	88,0	135,5	4,3	4,4
Carne de aves	2,3	4,1	5,6	7,9	143,6	241,1	6,1	6,3
Huevos	2,8	4,5	5,9	7,7	112,4	179,7	5,2	5,3
Pescado	12,3	19,0	24,3	31,4	98,7	155,9	4,7	4,8
Leche entera, incluida la mantequilla [4]	93,7	137,6	168,4	205,8	79,6	119,6	4,0	4,0
(Leche desnatada)	(13,6)	(20,2)	(25,1)	(31,1)	(84,9)	(129,4)	(4,2)	(4,2)
Queso	2,6	3,7	4,5	5,5	75,0	112,6	3,8	3,8
Grasas y aceites [5]	9,9	14,8	18,5	23,0	84,9	129,4	4,2	4,2
Mantequilla (contenido de grasa)	1,1	1,7	2,1	2,5	81,4	122,6	4,1	4,1
Aceites vegetales	7,7	11,7	14,5	18,1	87,6	133,6	4,3	4,3

FUENTES: Para 1969-71, OCDE, *Estadísticas de consumo de alimentos*; y FAO, *Cuentas de utilización de alimentos*, Dirección de Estadística; para 1980, 1985 y 1990, estimaciones de la FAO.

[1] Todos los datos de la demanda de alimentos, en números redondos. — [2] Incluida la demanda de piensos y productos no alimentarios, en equivalente de producto primario. — [3] Incluidos los despojos. — [4] Incluidos los productos lácteos en equivalente de leche líquida. — [5] Incluidas las grasas animales.

*Tomado de FAO. 1974.- La Situación Mundial de la Agricultura y la alimentación.

TABLA 9. Tasas Extrapoladas de aumento de la Producción Alimentaria y Crecimiento Demográfico Proyectado, 1969-71 a 1985.

	Producción Alimentaria.	Población.
	Porcentaje anual.	
Economías de Mercado Desarrolladas.	2.4	0.9
Europa Oriental y la U.R.S.S.	3.5	0.9
Total de Países desarrollados	2.8	0.9
Edonomías de Mercado en Desarrollo.	2.6	2.7
Africa	2.5	2.9
Lejano Oriente	2.4	2.6
América Latina	2.9	3.1
Cercano Oriente	3.1	2.9
Economías de Planificación Centralizada de Asia.	2.6	1.5
Total de Paises en desarrollo	2.6	2.4
Mundial	2.7	2.0

FUENTE: FAO. 1974. La Situación mundial de la Agricultura y la alimentación.

TABLA 10 Pérdidas físicas de algunos alimentos durante el Período de Post Cosecha.

Cultivo	Lugar	% de Pérdidas.	Causas.
Maíz, (1)*	Colombia	20-45	Condensación, Insectos, Enfermedades.
Sorgo, (2)	Colombia	15-60	Condensación, insectos, enfermedades,
Cebada, (2, 3)	Colombia	12-45	Diversos
Trigo, (3)	México	12-69	Diversos
Frijol, (4)	Colombia	15-75	Condensación, Insectos Enfermedades, etc.
Garbanzo, (4)	Colombia	18-60	Condensación, plagas, Enfermedades, etc.
Arveja, (4)	Colombia	23-65	Condensaciones, plagas Enfermedades, etc.
Arroz, (5)	Colombia	16-45	Condensación, plagas, Enfermedades, etc.
Arroz, (6)	Filipinas	10-37	Condensación, plagas, Enfermedades, etc.
Papa, (7)	Rep. Dom.	12-50	Diversos.
Papa, (8)	Colombia	25-48	Diversos.
Tomate, (9, 10)	Colombia	35-70	Diversos.
Plátano, (11)	Colombia	28-65	Diversos
Yuca, (12)	Colombia	40-75	Diversos
Cebolla Cabezona, (9, 10)	Colombia	15-38	Diversos

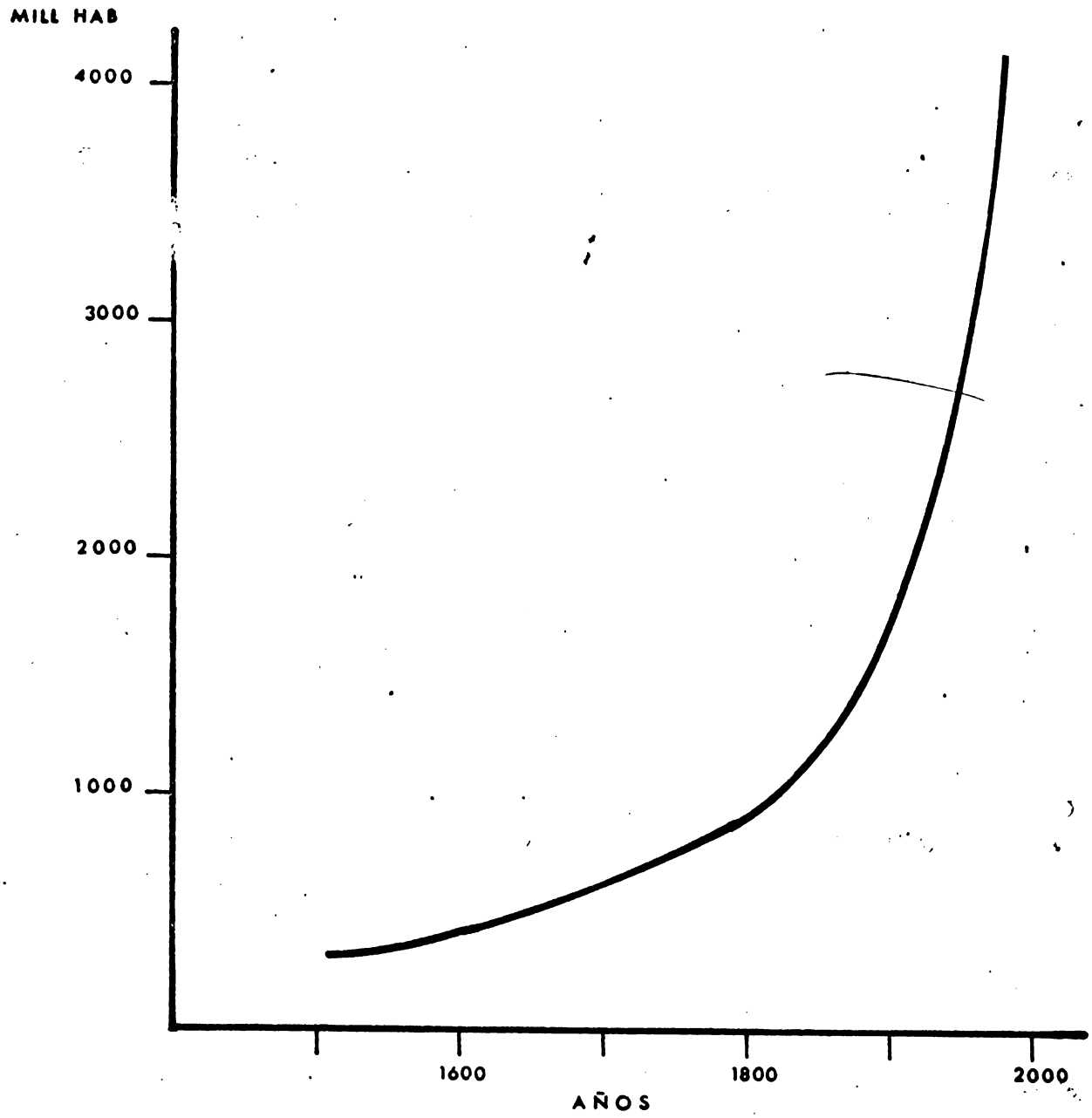
Cultivo	Lugar	% de Pérdidas.	Causas.
Piña, (13)	Cuba	40-50	Plagas y Enfermedades.
Naranja, (15)	Florida	15-30	Plagas y Enfermedades.
Piña, (15)	Colombia	35-70	Diversos.
Fresas (11)	California.	14-48	Enfermedades.
Batata, (17)	Puerto Rico	50	Plagas y Enfermedades.
Moras, (9)	Colombia	35-90	Diversos.
Sorgo, (19)	Congo (Afr)	50-70	Insectos.
Granos en general (20)	Norte y Sur América	5-50	Diversos.
Maíz, (21)	Tanganyika	80	Insectos
Maíz, (22)	Georgia, U.S.	11.6-37.5	Insectos.
Granos, (23)	Perú	10-18	Diversos
Granos, (24)	México	15	Diversos
Granos, (25)	Ecuador	20	Diversos.

* El Número corresponde a la referencia fuente.

[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]

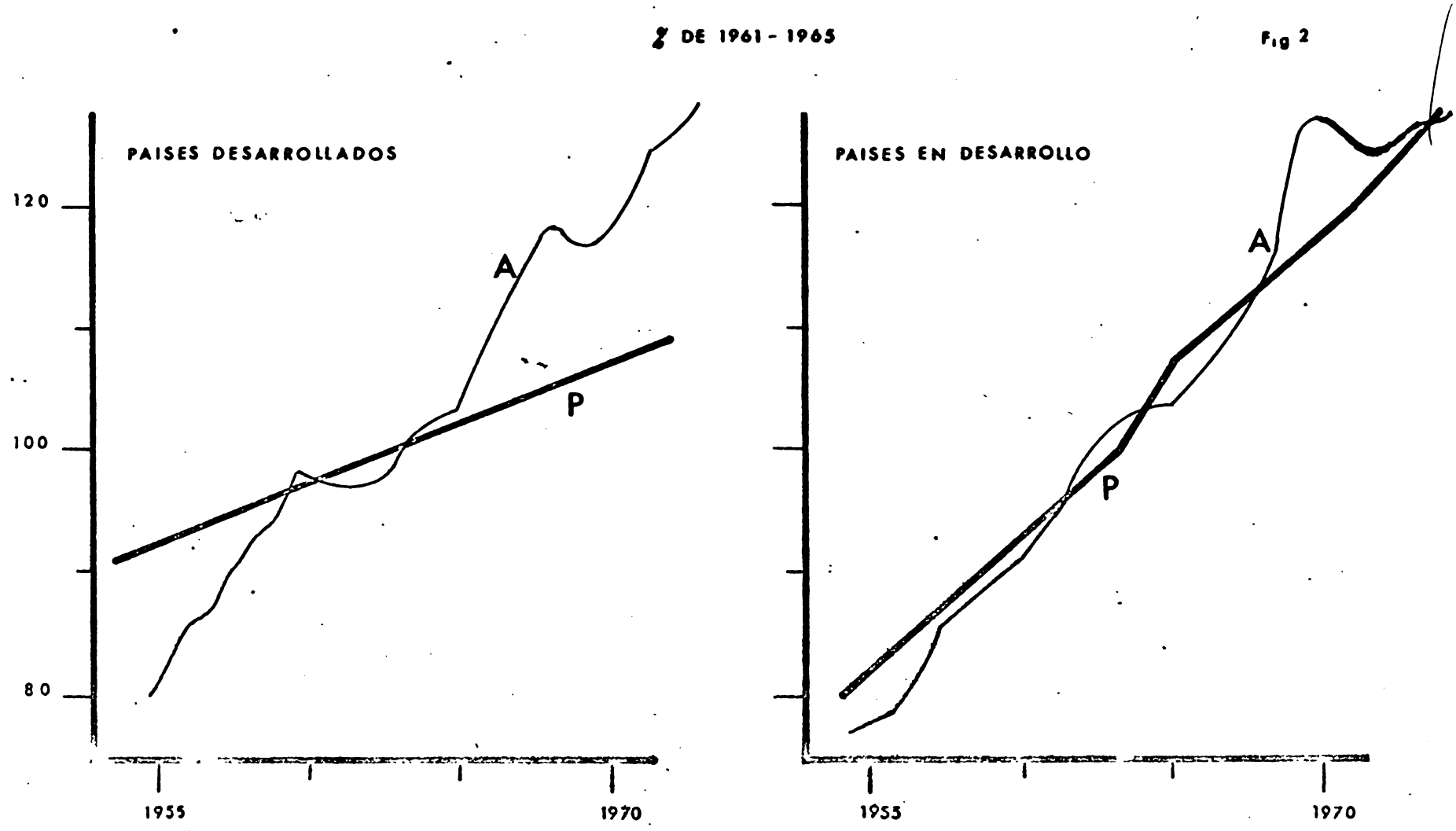
[illegible]

FIG. 1 – CRECIMIENTO POBLACION MUNDIAL



FUENTE: TECH. FORECASTING, MEYER, 1975

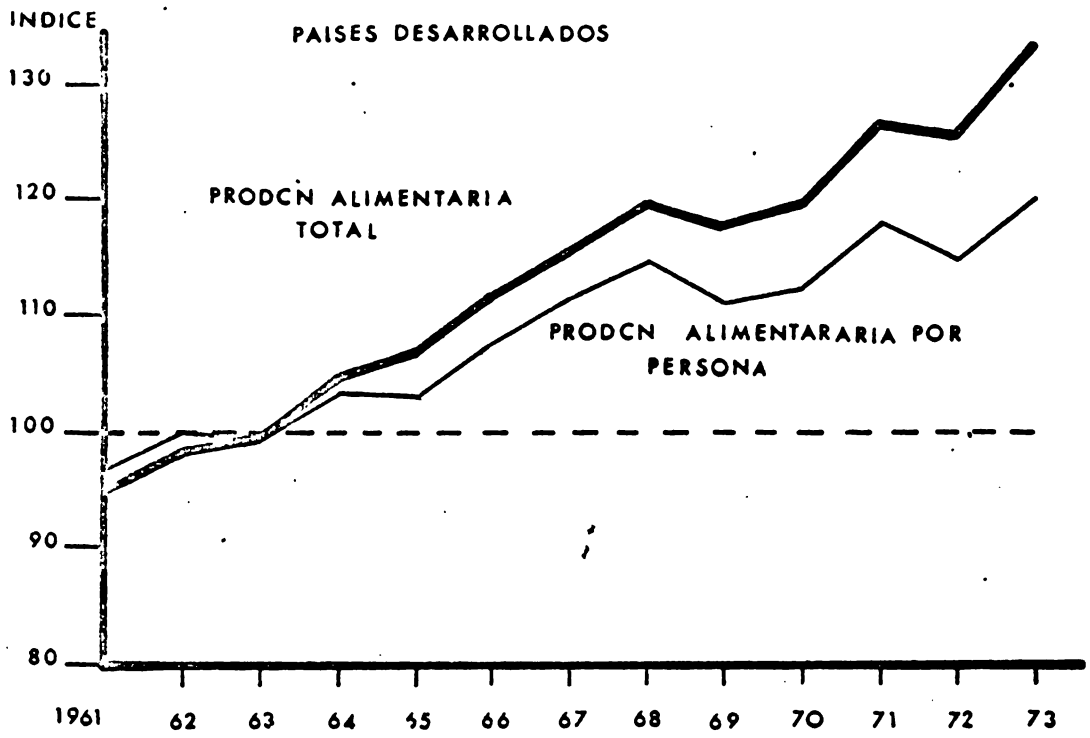
Fig. 2 – CRECIMIENTO PRODUCCION DE ALIMENTOS Y POBLACION

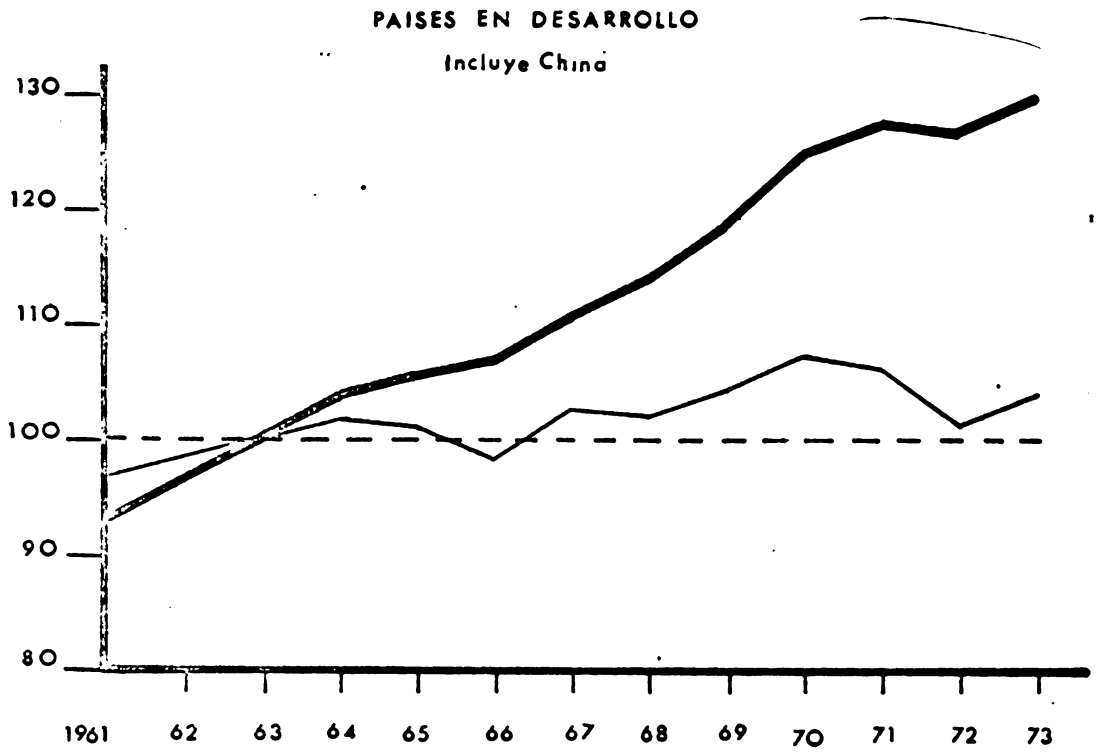


A PRODUCCION DE ALIMENTOS P POBLACION

FUENTE: FAO, USDA

Fig. 3 - PRODUCCION ALIMENTARIA





FUENTE FAO 1974

Fig. 4 FLUJO SIMPLIFICADO DE LOS DIFERENTES PASOS DEL SISTEMA DE POST-COSECHA EN GRANOS

Tratamientos químicos y físicos anteriores a la cosecha

↓

Recolección

↓

Manejo

↓

Trilla

↓

Secamiento

↓

Empaque

↓

Almacenamiento

↓

Procesamiento Primario
(Selección, limpieza, molienda, etc.)

↓

Procesamiento Secundario
(Cocinar, freir, mezclar, hornear, etc.)

↓

Evaluación

↓

Empaque

↓

Almacenamiento

↓

Transporte

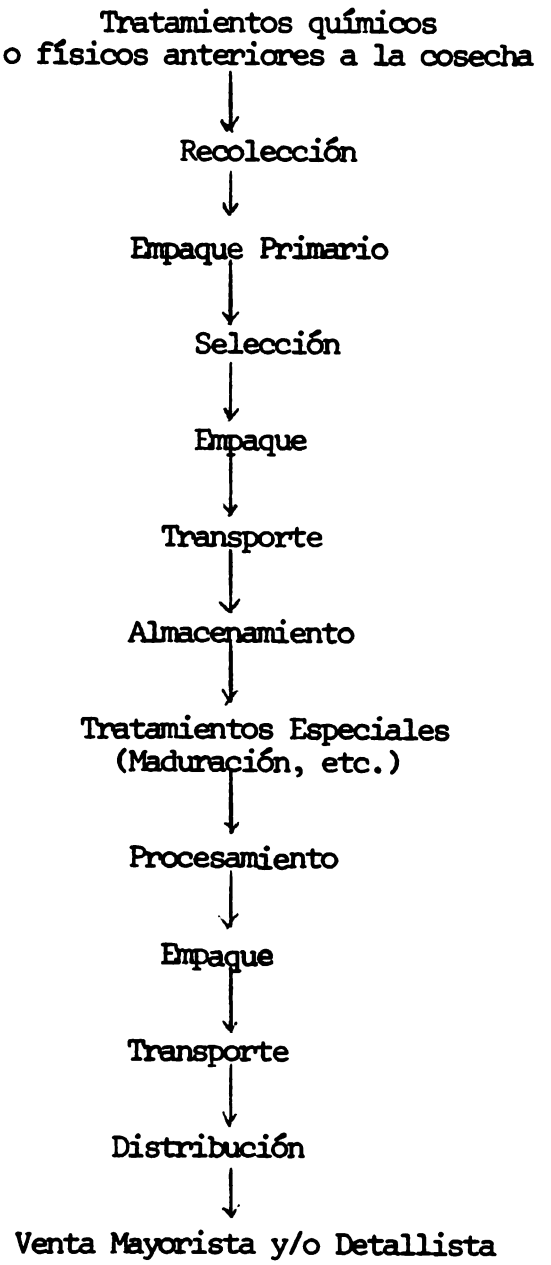
↓

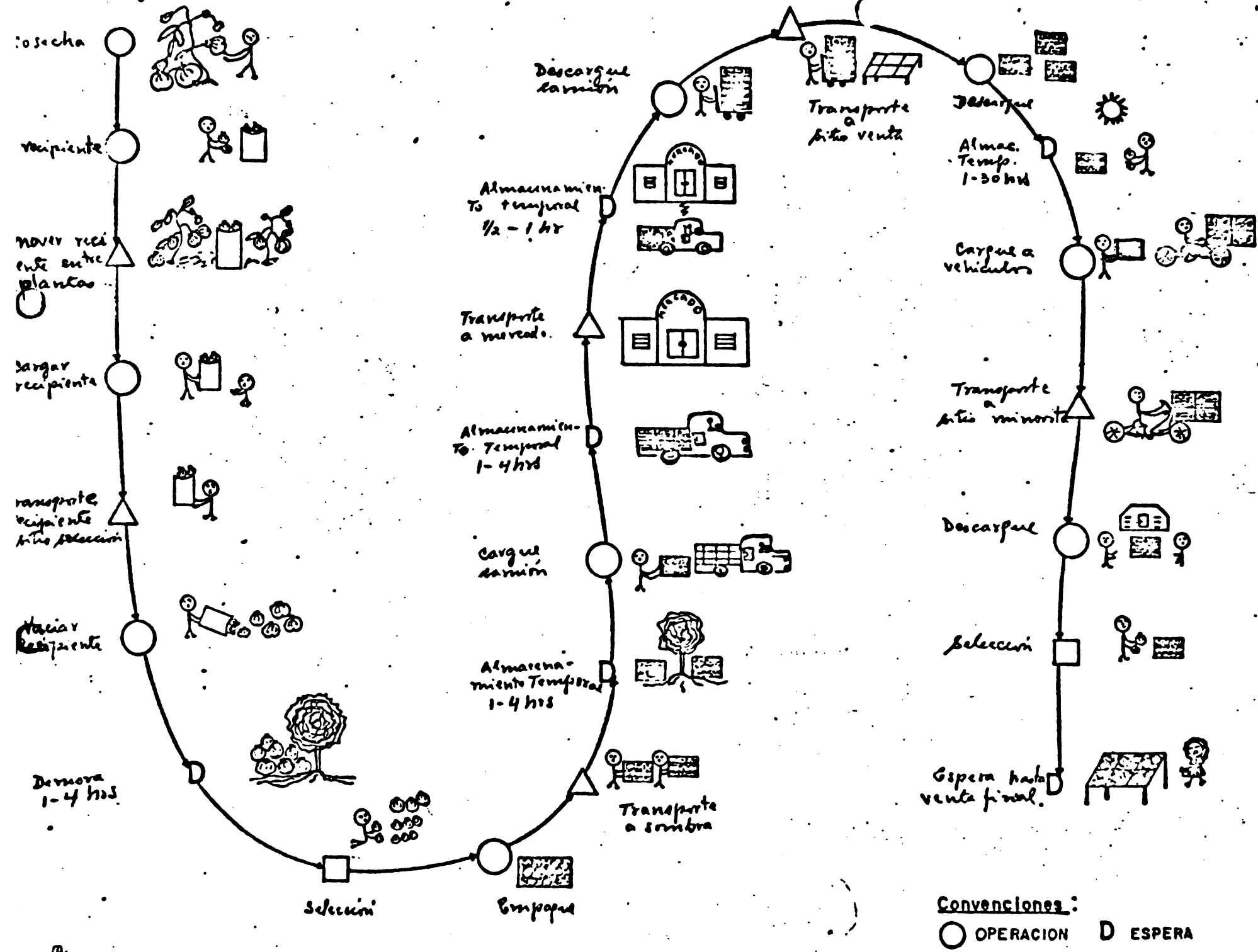
Distribución

↓

Venta Mayorista y/o Minorista

Figura 5. - FLUJO SIMPLIFICADO DE LOS DIFERENTES PASOS DEL SISTEMA DE POST-COSECHA EN ALGUNOS PERCIDEROS




:osecha
recipiente
mover recipiente entre plantas
cargar recipiente
ransporte recipiente sitio selección
Vaciar recipiente
Demora 1-4 hrs
Selección
Empaque
Transporte a sombra
Almacenamiento Temporal 1-4 hrs
Cargue camión
Transporte a mercado
Almacenamiento temporal 1/2 - 1 hr
Descargue camión
Transporte a sitio venta
Descargue
Almac. Temp. 1-30 hrs
Cargue a vehículos
Transporte a sitio minorista
Descargue
Selección
Espera hasta venta final.
Convenciones:
OPERACION
D ESPERA

REFERENCIAS.

1.- Bolsa Agropecuaria de Colombia, Bogotá, Colombia, Comunicación personal y Reportes varios. 1974/76.

2.- Instituto de Mercadeo Agropecuario, IDEMA, Bogotá, Colombia. Comunicación Personal y Reportes Varios. 1972/73.

3.- Ramírez M., 1966.- Almacenamiento y Conservación de granos y semillas. Cia. Editorial Continental, S.A., México 22, D.F.

4.- Amézquita Rafael, 1974. Datos no publicados. Planta de Procesos. Corporación de Abastos de Bogotá.

5.- Federación Nacional de Arroceros de Colombia, Bogotá. Colombia. Comunicación personal y reportes varios. 1974/76.

6.- De Padue, D.B., Comunicación personal. University of the Philipines at los Baños. Laguna, Philipines.

7.- Mansfield et al. Estudio sobre pérdidas de Post-Cosecha de Papa en la República Dominicana. Documentos No. 24, Secretaría de Estado de Agricultura.- Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, 1976.

8.- Díaz Daniel.- Almacenamiento de Papa en la Sabana de Bogotá. Instituto de Investigaciones Tecnológicas. Bogotá, Colombia. Comunicación personal. 1972/74.

9.- Amézquita Rafael et. al. Proyecto para el Desarrollo Rural.- Integral de la zona de Zumapaz, Colombia. Fe-Rural, Minuto de Dios. Estudio técnico No. 1 Dic. 1975.

10.- Amézquita Rafael, et al. Proyecto para el Desarrollo Rural Integral de la zona de S. Gil, Colombia. Fe-Rural, Minuto de Dios Estudio técnico No. 3. Julio de 1976.

11.- Amézquita Rafael. Un nuevo método para el almacenamiento de plátano y banano. Depto. de Mercadeo, Programa de Desarrollo. Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. 1973.

12.- Amézquita Rafael. Investigaciones preliminares de manejo y - almacenamiento de Yuca. Departamento de Mercadeo. Programa de Desarrollo. Federacion Nal. de Cafeteros de Colombia;

13.- Ramsay, G.B., 1958. Fruit and Vegetables Diseases in the Chicago Market. Plant Disease Reptr. & Supplement 106, 62-74.

14.- Smoot, J. J. 1969, Decay of Florida Citrus Fruits stored in controled Atmospheres and in air. Proc. 1st International Citrus Symp. University of California. Riverside 3. 1285-1293.

15.- Amézquita Rafael. El Almacenamiento de productos perecederos a temperaturas intermedias. Depto. de Mercadeo. Programa de Desarrollo. Federación Nacional de Cafetaleros de Colombia. 1973.

16.- Harris C.M., Porter, F. M., and Harvey J.M. 1967. Freight shipment of California Strawberries in Mechanically Refrigerated Cars, test shipments, 1967. U.S.D.A. ARS 51-21.

17.- Burton C. L. 1970. Diseases of Tropical Vegetables on the Chicago Market, Tropical Agricultural Trinidad, 47,303-313.

18.- Hall, D.W., Manipulación y Almacenamiento de granos alimenticios en las zonas tropicales y subtropicales. FAO. Cuadernos de Fomento Agropecuario. No. 90.... 1971.

19.- Anon. 1954. Losses in Agriculture U.S.D.A. Bull. A-25-20-1.

20.- Brooker, D.B., Arkena, F.B. and C.W. Hall (1974) Grain Losses In: Drying Cereal Grains. The Avi-Publishing Co. Inc. Westport. Conn.

21.- Darling H. S. 1947. Report of the Entomologist Ann., Rept. Dept. Agric. Tanganyika 1945-46.

22.- Eden, W.G., 1974. A study of Insect damage to corn in the Southern States at time of harvest and storage. U.S.D.A. AMS-MORD. Final Rpt.

23.- Gloria, R.B., 1972. Información preliminar sobre los principales pérdidas de los granos almacenados en la Costa Peruana. Rev. Perú Enton. 15(2): 219-224.

24.- Iranova, 2.V. 1960. The protection of stored grain. (Rus.) Zashchita Rastenly 5(12): 10-12.

25.- Bucheli, R., y A. Serrano. 1972. Proyecto de Creación de la Empresa Nacional de Almacenamiento y Comercialización de - Productos Agropecuarios. ENAC. Ecuador.

26.- Cotton, R.T. 1948.- Storage losses of grain. The world Picture, Trans. Am. Assoc. Cereal Chem. 6(2) 100-107.

27.- Pimental, D.W., Dritschils, W., Krurnel, J. and J. Kutsaman. 1975. Energy and Land Constrains in Food Protein Production.. Science. 190: 754-761.

28.- FAO.- 1974. El Estado Mundial de la Agricultura y la Alimentación. U. N. 1975.

29.- Desrosier. N. W. 1963.- The Technology of food preservation. The Avi Publishing Co., Inc. Westport Conn.

30.- Stokman, S.A., 1976. World food unbalance. The grap keeps growing. Food Engineering June 1976.

31.- Paredes, L.O. 1977. El dominio de los paises poderosos sobre los alimentos. Ciencia y Desarrollo No. 12. Enero-Febrero. 1977.

32.- Foreign Agriculture. ..Feb. 21, 1977. World Grain Supply Stocks and Crops Estimates Rise. U.S.D.A.

33.- Balis, J. S. An Analysis of the options for farm mechanization in Agricultural mechanization in Asia. Summer 1976.

34.- Garcés O.C., 1977.- IICA-México.- Aspectos de la Educación Agrícola Superior en los países en desarrollo. Trabajo presentado en la reunión anual de AMEAS. Monterrey. México. Marzo 28/1977

35.- Garcés Carlos.- 1975.- IICA. México.- Bases de un programa para la preparación de profesionales dedicados al desarrollo Rural. Reunión Nacional de Directores de Educación Agrícola de Post-grado. Guadalajara pp. 75-83.

MODELO DE INTEGRACION VERTICAL PARA EMPRESAS AGROINDUSTRIALES CON PARTICIPACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES

Anibal C. Boccardi *

DIAGNOSTICO DEL CUARTO DE SIGLO

Hace un mes, la CEPAL presentó a la Tercera Reunión del Comité de Expertos Gubernamentales de Alto Nivel (CEGAN) las conclusiones del proceso de la Estrategia Internacional para el Desarrollo (IED) y el Comité, en el documento de evaluación de Santo Domingo, dice:

> ".... se acrecienta la mala distribución del ingreso, subempleo, baja de productividad de gran parte de la fuerza de trabajo e incapacidad de las masas de la población para participar en forma significativa en el proceso de reforma integral.
>
> La mayoría de la población rural no se benefició de los procesos prevalecientes de crecimiento económico y de modernización agrícola, agravándose la situación por la desintegración parcial de fuentes previas de sustento y seguridad.

---

* Agroindustries Project Manager, ONUDI.

La inadecuada distribución de los ingresos en la América Latina se ha mantenido como una constante, tanto en períodos de crisis como de auge, pues las cifras para la década 1960 a 1970 muestran que la mitad más pobre de la población solo obtuvo el 14% del ingreso, el 20% siguiente captó otro tanto y el 30% de mayores rentas captó el 72% restante.

A partir del primer quinquenio de 1970, el fenómeno se ha agravado, pues no solo ha incidido negativamente la espiral inflacionaria que gran parte de la región ha sufrido, sino que en muchos países los efectos de algunas medidas estabilizadoras y antiinflacionarias han recaído precisamente en los sectores de mas bajos ingresos de la población, disminuyendo consecuentemente su nivel de vida.

La estructura de la propiedad ha tendido también a hacerse mas desfavorable para las capas desposeídas pues se ha acentuado el fenómeno de la concentración, incluso en ramas antes dispersas, favoreciendo al capital extranjero de inversiones y a los denominados sectores medios y altos. Es decir, que la pobreza y la pobreza extrema en América Latina se mantienen en las areas urbanas y rurales a niveles relativamente altos. Si bien se considera que las mas importantes fuentes de pobreza extrema residen en el campo con la creciente marginalización de los sectores mas débiles de la población rural, el fenómeno de la marginalidad en la ciudad ha crecido, producto de las presiones inflacionarias y del éxodo de las areas rurales hacia las urbanas, ante lo intolerable de la presión de la miseria crónica,

llegando al punto de que cerca del 50% de la población total de la región vivía en áreas urbanas mayores de 20,000 habitantes en 1975. Como se señaló en la Evaluación de Quito- continúa diciendo el documento del Comité de Expertos Gubernamentales de Alto Nivel - en lo referente a las reformas agrarias las realizaciones en el plano regional no pueden considerarse satisfactorias, que los sistemas - de tenencia, uso y explotación de la tierra siguen siendo en gran medida inadecuados para satisfacer las necesidades crecientes que derivan del desarrollo económico y social de - los países latinoamericanos. Los efectos de la inflación, contracción del empleo, y dis - minución de los salarios reales, han tenido - una grave repercusión sobre los grupos de menores ingresos. El desemplo abierto ha alcanzado niveles altos en buen número de ciudades,

y las oportunidades que se tienen de ingresar a la fuerza de trabajo siguen siendo limitadas.

Y, como corolario de todo lo anterior - textualmente transcripto -, el Comité agrega:

"Hay que encontrar métodos más enérgicos e innovadores que vayan más allá de las políticas asistenciales o de ayuda para que los estratos marginalizados puedan satisfacer sus necesidades esenciales, contribuir a la producción y organizarse para defender sus propios intereses"

"Dichas medidas - concluye diciendo en este punto el Comité - exigirían políticas distributivas adecuadas y una revisión de los servicios proporcionados por el Estado".

Es decir que la conclusión del Comité de Expertos Gubernamentales de Alto Nivel de América Latina, a la luz de los resultados de los esfuerzos para el desarrollo realizados

en los últimos 25 años es que:

> "hay que encontrar métodos más enérgicos e innovadores que vayan más allá de las políticas asistenciales o de ayuda".

Nuestro propósito, al aceptar la invitación del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, a concurrir a San José de Costa Rica, para participar en el Seminario sobre "Estrategia para la Comercialización de Productos Agropecuarios del Pequeño Agricultor en Latinoamérica y el Caribe", está impulsado por el objetivo de tentar, en la medida de nuestras muy modestas posibilidades, colaborar en la búsqueda de esos métodos más enérgicos e innovadores porque clama el CEGAN cuando constata que todos los esfuerzos para el desarrollo no han hecho mas que acentuar la desventaja de la población rural y de una alta parte de la urbana, en la región latinoamericana. Muchas propuestas, sin duda, se producirán durante este evento que aquí nos reúne, y, muchas más en distintas reuniones que se efectuarán en esta América, y de todas ellas sin duda también

saldrán las soluciones que permitan al hombre latinoamericano acceder, en próximas décadas, a adecuados niveles de vida, a participar de los bienes de la cultura y a ejercer puestos rectores en el seno de su sociedad.

MOLDES TRADICIONALES

Por nuestra parte nuestra ponencia resulta de dos vertientes, por un lado de las experiencias personales como productor agroindustrial familiar primero y como integrante de grupos técnicos multidisciplinarios creadores de dos grandes complejos agroindustriales integrados, y por el otro del análisis del comportamiento comparativo de las estructuras económicas en las que se inyectan día a día millones de dólares para alcanzar aquellos objetivos, que cada día, como impulsados por esos mismos dineros se reubican más distantes.

Cuando se dice que existe mala distribución del ingreso, se está diciendo que el ingreso existe y se polariza hacia determinados estratos de la sociedad, en perjuicio del resto.

Cuando se dice que la mayoría de la población rural no se benefició de los procesos prevalecientes de crecimiento económico, se está diciendo que hubo crecimiento económico del que sólo unas minorías se han beneficiado.
Cuando se dice que se agravó la situación de aquella mayoría por la desintegración parcial de fuentes previas de sustento y seguridad, se está diciendo que todo lo anterior ha llegado a extremos de destrucción de progresos que mucho antes se habían alcanzado.
Hay entonces creación de riqueza, pero va a parar inexorablemente a manos de quienes no la producen; no pagan los créditos ni sus costos, ni los insumos de la producción.
El análisis estructural indica que la intermediación toma esa riqueza, la inflaciona y la distribuye entre los estratos de la concentración.
No es del caso analizar acá la obra pública por ejemplo, o el lujo, el esparcimiento, en fin, la reinversión no reproductiva que se produce en la estación de arribo del flujo de los recursos generados. Tampoco corresponde por ahora detenernos en el precio que el intermediario obtiene,

muy por encima del costo y beneficio que significa el servicio que él presta, llenando lagunas conceptuales.
Lo que nos interesa resaltar acá es que en esta tremenda distorción existe un culpable de lesa Economía y lesa Sociedad, que no puede ni debe seguir teniendo derecho a ser considerado con tanta devoción e inocencia, aunque estamos seguros que las universidades les seguirán rindiendo admiración por mucho tiempo, conformando con ello las mentalidades de quienes, en el futuro, regirán los hechos económicos y las evaluaciones de sus consecuencias, sin ninguna precisión de diagnóstico causal.

LA ECONOMISTICA OBSOLETA

El culpable es la compartimentalización estanca de la estructura productiva que ha venido haciendo la Economía tradicional, como ciencia, en producción y productores primarios por un lado, secundarios por otro, terciarios por otro,y, si se quiere con Kahn y Wiener, cuaternarios por el otro. Esta compartimentalización ha dejado de contestar las nuevas necesidades de la humanidad en materia de

desarrollo masivo integral.

Tal tradicional estructura es la que coarta todos los programas de desarrollo. Esa doctrina obsoleta tiene legiones de seguidores.

Hasta el momento hemos mencionado - de un gran conjunto de factores que lesionan o aplastan a los productores primarios y a los asalariados del manufacturero - solo a la intermediación.

Un productor primario se lesiona tanto por la intermediación en su producto al mercado al que en el concepto también tradicional va destinado, como por la intermediación en los insumos que él requiere para su producción y que se originan en otros sectores de la actividad económica (fertilizantes, plaguicidas, equipos, herramientas, utensilios, repuestos, energía, madera, raciones, alambres, servicios técnicos, créditos, etc.).

Nótese, además, que en casi todas esas transferencias intersectoriales está presente otro de los factores de aquel conjunto: el transporte, que no poca importancia creciente tiene día a día.

LA ATOMIZACION PRODUCTIVA

Aquella compartimentalización, necesariamente, tiene que manifestarse estructuralmente también.

Si a nivel regional latinoamericano los resultados del proceso del último cuarto de siglo han sido los descriptos - por el CEGAN, es porque a nivel nacional sucede lo mismo; el todo resulta de sus partes.

Se ha caído en la evidencia que "el desarrollo" no ha funcionado. Sin duda, se ha estado trabajando bajo una teoría de "desarrollo-ficción".

Procede entonces tomar muy importantes decisiones.

La atomización de los productores en organismos unicelulares es, en nuestra tésis, el factor de mayor paso limitante. Esa atomización hace que el productor funcione como vasallo, cautivo, por un lado de su personal estructura productiva, y, por el otro, de la inoperancia del crédito, de la asistencia técnica, de la comercialización, y, en - fin, de la innovación tecnológica, programas todos que se rigen por la acción de macroestructuras infuncionales.

En definitiva, tanto en uno como en otro flanco, estamos - trabajando con notable desacierto de escala correspondiente.

Los productores carecen de la suficiente base cultural para absorber la asistencia por más simplificada que se le otorgue. Frente a esta inoperancia del mercado receptor de la asistencia técnica, ésta resulta muy cara, tanto por la disposición geográfica de los organismos unicelulares a que va dirigida, como por la falta de organización regional para agruparse y justificarla económicamente.

Resultan entonces programas muy caros de sostener y muy - difíciles de trasuntarse en resultados proporcionales en desarrollo económico y social.

SUPERESTRUCTURA TECNOCRATICA BUROCRATIZADA

Por el otro flanco, el tiempo burocratiza a las organizaciones estatales e internacionales. Como burocracias que devienen, pasan a existir para sostener su propia subsistencia, antes que para los fines del programa redentor, con lo cual el círculo vicioso del subdesarrollo se cierra,

frustrando las mejores intenciones y entusiasmos iniciales en procura de la creación del círculo virtuoso del desa - rrollo.

Este problema tecnocrático ya fue advertido por Honorato de Balzac, allá por 1848 , cuando analizando el proceso de la reforma francesa, decía: " a partir de 1818 todo se dis cutía, se comparaba, se balanceaba ya sea oralmente o por escrito. Los negocios públicos tomaron la - forma literaria. Francia cayó en la ruina a pesar de tantos documentos; la palabra sustituyó a los - hechos; millones de informes se escribieron cada - año. La burocracia se había entronizado; registros, estadísticas - nosotros para actualizar esto agre - garíamos: pronósticos, planes, programas, proyectos- sin los cuales - continúa Balzac - Francia se derrum baría; trámites, rodeos sin los cuales no habría pro greso posible, se incrementaron, se multiplicaron y se desarrollaron majestuosos y ....Francia cayó en la ruina."

Por la misma época Von Stein, cogestor del nuevo Estado Prusiano fué mas caústico: su queja se extendió por todo el mundo tratando de sembrar una alarma: "burócratas asalariados, teorizantes, apáticos y sin fortuna, que son una ruina para nuestra querida patria y que con sol o con lluvia, escriben y escriben en los silenciosos rincones de sus oficinas; ellos crearon el poder de la inercia y lo bautizaron con el curioso nombre de "informe".

Enrique Sayagués Laso, ya en la década de los 50 marcó nítidamente la frontera entre desarrollo real y "desarrollo manuscrito".

Corresponde entonces también poner en tela de juicio a aquellos que insisten en sus terquedades teóricas, tratando de desestancar lo indesestancable aferrándose con encantadora devoción a fórmulas de definitiva obsolescencia.

Ha sido el imperio coartante de aquellos factores limitan-

tantes- que esta somera exposición no puede entrar a analizar uno a uno en detalle, pero que los participantes - podrán rápidamente deducir del modelo que sigue más adelante,- lo que necesariamente tenía que hacer surgir en escena productiva un nuevo tipo de agente económico, que como nuevo es también sujeto de mucha mención y comentario, sin precisión de su identidad, dinámica, ni mucho - menos naturaleza. Este nuevo sujeto económico últimamente viene multiplicándose en el mundo a velocidad tal que la literatura económica no ha podido recogerlo con la - amplitud y profundidad que es deseable y urgente.

Sin embargo, su importancia es ya tal, que, a despecho de las luchas ideológicas que cubren todo el planeta, y en la que cada facción trata de demostrar a la otra la inoperancia de sus sistemas, él, que no milita en ninguna, ha logrado que una de las grandes facciones ya le rinda pleitesía y lo acepte como sujeto-solución, a riesgo seguro que desmantelará inmensa parte de los postulados de la sustentación ideológica primaria.

Era necesario, que, para unos y otros, alguien entrara a dar respuesta a todo el paquete de la problemática socioeconómica del desarrollo. A la distribución del ingreso, borrando de plano los canales tradicionales de la distribución; a las reformas agrarias cuantitativas, llenándolas de contenido cualitativo; a la transferencia de ciencia y tecnología, abatiendo las rígidas barreras que la han cercado; al mejoramiento incesante de la productividad, permitiendo un nuevo juego de los factores preexistentes en forma de innovación combinativa más realista a la naturaleza del hombre; a la participación de todos en la creación de la riqueza nacional, y, en fin, a colocar cada cosa en su lugar, como correponde a todo un nuevo ordenamiento que abate y abandona un sistema obsoleto.

Este nuevo exitoso agente del desarrollo integral, sobre cuyos atributos reales y potenciales hemos sido escasos en la ponderación, es el producto de una simbiosis; es el productor agroindustrial.

La Economía tradicional no lo ha mencionado.

EL PRODUCTOR INTEGRAL

No es un productor rural; no es un productor industrial; no es un agente comercial (productor de servicios). Se trata de una especie nueva. Como tal se mueve en una realidad - nueva y enteramente distinta. Su medio es un medio total- mente integrado; su integración es tanto horizontal como vertical.

Horizontal, en tanto él no se queda en la producción de una o unas pocas materias primas, sino que integra tantas como resulte posible extraer de una determinada superficie de - tierra, en función de conceptos y conocimientos nuevos también, basados en la nueva cultura fotosintética.

Vertical, en tanto no se queda en la producción de materias primas, sino que va avanzando en su industrialización, por etapas sucesivas, sin solución de continuidad, hasta alcanzar los productos finales que entrega al consumidor final, haciendo con ello integración comercial.

Es por otra parte un productor de escala, el único productor capaz de llegar a suficiente escala, tanto productiva

como comercial, como asímismo de instrumento de absorción e irradiación de tecnologías agrícolas, pecuarias e industriales, en las dimensiones y condiciones en que solo pueden hacerse realidad los sueños de los extensionistas, de la asistencia técnica masiva, y, en fin, el que crea el - órgano que cumpla la función desarrollo que nos ha faltado.

Asi como en la industria tradicional diferenciamos los estratos de productores en artesanales, pequeños, medianos y grandes, en materia agroindustrial se dan las mismas categorías.

Donde el sistema presenta un relativamente avanzado grado de implantación, se identifican sujetos de toda dimensión. Sus modalidades estructurales pueden variar de país a país y de medio a medio; como quiera que se les denomine, la naturaleza de su estructura es asociativa, cooperaria, so - ciétatica, con la particularidad que trascienda esas for - mas tradicionales porque su objetivo es precisamente la - capitalización mediante la reivindicación de la plus valía, lograda mediante la integración total.

Su integración horizontal es tal, que las actividades que el sistema permite incorporar, si el eje productivo del - complejo resulta suficientemente acertado, mueven a asombro de los más soñadores proyectistas.

Muy cerca de aquí, sobre el eje de la caña de azúcar, aparte de las producciones industriales que ella permite, existen complejos agroindustriales que explotan el turismo en su más alta exponencia y aún la producción cinematográfica, aunque ello mueva a muchos de los participantes, a pen - sar que hemos caído en el tema del desarrollo-ficción ya criticado.

Así como su modalidad estructural puede variar, como ha - quedado dicho, su punto de partida puede también ser di - verso; tanto se puede hacer surgir de una asociación de - productores rurales; como de productores industriales; - tanto a partir de un proyecto en principio público; como a partir de un solo gran propietario privado. - Todas estas variables cuentan hoy con ejemplos reales.-

Volviendo al tamaño, un productor agroindustrial artesanal

es por ejemplo un productor de miel que extrae, procesa y comercializa el producto final, que no tiene que ser solamente miel pura.

Por extrapolación el participante concluirá que es un pequeño, productor agroindustrial, uno mediano y uno grande. Esto da el contexto para comprender porqué quienes como solución para muchos países de la América Latina postulan la economía agroindustrial, consideran también al productor industrial tradicional, que por transferencia intersectorial compra la materia prima a intermediarios o al sector rural directamente, un intermediario que, ejerciendo diversas presiones de mercado en función de las ventajas de negociación y oportunidad - además de créditos privilegiados sobre el rural - se suma a las fuerzas aplastantes del sector primario.

Dejamos anotado que la experiencia viene demostrando que el productor agroindustrial, donde existe, en lo relativo al crédito supera con amplias ventajas al productor industrial puro, con todos los términos a su favor.

Este nuevo tipo de estructura que admite existencia y combinaciones de productores artesanales, pequeños, medianos y grandes, es la estructura mas aconsejable, pero no como excluyente de las otras, ya que la hipótesis no descarta la necesaria existencia de las tradicionales, pero las contempla en categoría de complementarias del desarrollo y no de sustantivas como a aquellas. Por otra parte, la estructura agroindustrial será el pilar en el que podrán entonces si, sustentarse las otras.

Estos complejos agroindustriales dan lugar a dos grandes tipos de producciones: industrias alimentarias de origen rural e industrias no alimentarias de origen rural.

Trigo, arroz, cebada, leguminosas, maiz, sorgo, yuca, azúcar, café, cacao, carne, productos lácteos, frutas, hortalizas, pescado, etc., por un lado; y las que producen los bienes que satisfacen principalmente las necesidades humanas en materia de vestuario, alojamiento y productos básicos tales como: algodón, yute, lana, fibras de coco y similares, caucho, madera, papel, etc. etc.

Casi todas las materias primas agrícolas destinadas a productos no alimentarios se prestan a un grado de elaboración superior al de los de las alimentarias, por ello la proporción de valor agregado tiende a ser superior a la elaboración de alimentos. Otra característica de este sector es que permite hacer frente a los productos sintéticos y fibras artificiales.

Tanto estos productos como los alimentarios suelen caracterizarse por una elasticidad de precios inferior a la de las materias primas agrícolas, ya que intervienen factores de calidad y de comercialización que tienden a reducir la importancia relativa del precio como factor de la demanda; gozan por tanto de una mayor estabilidad de precios que las materias primas agrícolas y su producción reporta a los países en desarrollo un valor agregado mayor que el que se obtiene exportando las materias primas correspondientes.

Pese a la gran variedad de modelos de desarrollo existentes parece innegable que las industrias que utilizan ma -

terias primas agrícolas son industrias particularmente indicadas para los países en desarrollo por poseer las siguientes características:

a) una alta densidad de mano de obra;

b) alta concatenación en materia de empleo;

c) moderada necesidad de capital;

d) moderada competencia técnica por ser de plafond tecnológico relativamente bajo;

e) promueven el desarrollo rural;

f) mayor vinculación con la exportación.

Estas industrias desempeñan una función importante de estímulo de la producción, la productividad y la diversificación del sector primario y constituyen elementos estratégicos del proceso de desarrollo. Debe recordarse que este tipo de industrias basadas en los recursos naturales ha resultado ser el que ha abierto el camino a las demás en los países en desarrollo como lu fueron en los países industrializados varias generaciones atrás.

Si se entiende por desarrollo la elevación gradual del - bienestar social por medio de una realización más completa de las posibilidades de la persona humana y por medio del progreso social, el avance tecnológico y el mejoramiento económico, estas industrias, suministradoras de alimentos, vestuario y viviendas, pueden ser el germen del de - sarrollo en muchos países.

Una condición previa a la realización mas completa de las posiblidades de la persona humana es un suministro ade - cuado de alimentos, vestuario y vivienda.

El progreso social presupone una mayor justicia en las relaciones de intercambio entre la agricultura, la industria y los servicios de comercialización. Presupone, - asimismo, una mayor justicia en la distribución del in - greso nacional, mejores relaciones de los ciudadanos con la sociedad a que pertenecen y una preocupación mayor por el porvenir de las futuras generaciones. En la mayoría de los países en desarrollo, la elaboración industrial de las materias primas agrícolas puede influir enormemente -

sobre todos estos aspectos del progreso social. Además, el que ciertas materias primas agrícolas se elaboren en su país de origen y no en países desarrollados extranjeros contribuirá a una mayor justicia a escala internacional. El avance tecnológico, tercer elemento importante del desarrollo, está también estrechamente vinculado con la elaboración industrial de las materias primas agrícolas en razón de la aplicación de la tecnología a las actividades posteriores a la recolección. Si se pone el debido cuidado, pueden evitarse pérdidas cuantitativas y cualitativas considerables de productos agrícolas mediante el almacenamiento adecuado, instalaciones de molturación, aprovechamiento de subproductos, elaboración industrial, envasado, etc.. Todas estas actividades pueden emprenderse a pequeña o mediana escala, tienden a economizar capital y requerir mucha mano de obra. Suelen tener sobre la industria un efecto multiplicador, mediante la demanda de contenedores, envases, etc. tales como sacos de fibra de papel, embalajes de madera, contenedores de

hojalata y plástico; se trata de actividades que, a su vez, sirven de estímulo tanto para las industrias mecánicas y de la construcción, como para diversos servicios, iniciándose así un amplio proceso de generación de ingresos y de oportunidades de empleo.

De esto se desprende claramente que la elaboración industrial de materias primas agrícolas puede conducir en último término al mejoramiento económico.

Incluso una elaboración elemental de las materias primas requiere la producción de equipo como trituradoras, instalaciones de desecación de carnes y pescado, equipo de elaboración del arroz, máquinas clasificadoras de granos y diversos tipos de utensilios conexos. Este primer paso suele ir seguido de una larga cadena de actividades industriales cada vez más complejas que proporciona concatenaciones regresivas y progresivas con otras industrias y servicios. De este modo, se generan nuevas oportunidades de empleo y fuentes de ingresos y se logra el mejoramiento económico.

Las industrias de elaboración de productos agrícolas pueden servir asimismo, como catalizadoras de diversos tipos de - actividades agrícolas. Por ejemplo, en muchos países se - ha estimulado la producción de cereales mediante el desa - rrollo de servicios de transporte y de almacenamiento fi - nal del grano, se han ampliado las explotaciones agrícolas de frutas y hortalizas en torno a las cooperativas de selección y envasado de productos y plantas de elaboración y han proliferado las granjas avícolas en torno a las plantas productoras de forrajes, criaderos de polluelos y plantas de elaboración de productos avícolas.

Estos programas de desarrollo agrícola integrado, vinculados a empresas de elaboración de productos agrícolas - han sido el factor más importante de promoción de la participación del agricultor en los mercados comerciales. - Las industrias de elaboración de productos agrícolas parecen estimular a los agricultores a ampliar sus actividades y a emprender otras nuevas. Les proporcionan mercado seguro, condiciones de crédito razonables, capacita

ción y asistencia técnica apropiada. Por ello, este tipo de desarrollo parece tener particular importancia para aquellos países que han de pasar de una economía agrícola de subsistencia a una economía agrícola comercial.

Será entonces por estas razones y por aquellos principios que tendremos ahora que analizar el complejo agroindustrial integrado, fundamento de la hipótesis para la región.

Hemos visto que el enfoque agroindustrial integrado implica la integración vertical de todo el proceso de la producción de alimentos o de otros bienes de consumo de base agrícola, desde la explotación agraria hasta el consumidor final. La integración vertical centraliza la gestión, y, a veces, la propiedad de todas las fases del proceso y de su planificación en un solo organismo que, hallándose orientado hacia el mercado, adopta un enfoque industrial y sigue una política adaptada a las exigencias del mercado. Un organismo semejante aplicaría la rentabilidad como único criterio válido de éxito y procuraría

producir y elaborar productos aceptables mediante la a - dopción de un enfoque industrial que mejoraría los rendi mientos agrícolas.

Debe advertirse que tal centralización no significa la - centralización de la propiedad de las tierras, más aún - el sistema aporta en muchos casos la solución al minifun dio. Existen complejos agroindustriales integrados que sustentan decenas de miles de pequeños productores que de otra forma no alcanzan economías de escala. Nuda pro piedad de una tierra es una cosa, organización estructural y planificación centralizada es otra cosa y ambas juntas pueden y han dado soluciones de alta prosperidad.

Este enfoque en función del sujeto productor agroindus- trial sirve como catalizador de su propio desarrollo me- diante la reinversión de los beneficios, por una parte, ampliando sus propias posibilidades, y por otra, para - promover directa o indirectamente la economía de la co- marca rural en que se aplica.

Este genera una reacción en cadena de desarrollo socio -

económico que abarca la construcción de carreteras, la - mejora de las redes de distribución del agua, el desa - rrollo de la vivienda, la mejora de los servicios de - crédito, así como las actividades de capacitación y cultura. Amén de la diversificación de actividades industriales también mencionada.

La estructura de un complejo agroindustrial integrado inculirá o partirá de ciertos grupos de actividades que son fundamentales para cualquier proceso de industrialización unificada.

Entre estos grupos tenemos:

1. La producción de cultivos básicos y la recolección o captura de materias primas.

En este grupo de actividades figura la gama completa de las operaciones agrícolas en gran escala necesarias para la producción de cultivos especialmente dedicados a la elaboración industrial. Existen diversas formas de producción industrial, sobre todo en lo que se refiere a la caza y la pesca, la recolección de frutos silvestres, -

bayas, hortalizas y demás productos de esta índole.

2. Pre-elaboración, transporte y almacenamiento de cultivos básicos, la caza, la pesca y de los productos ya pre-elaborados.

En este grupo figuran las actividades de cultivo, recolección, almacenamiento en frío, selección, clasificación, secado, lavado, deshidratación, cortado y demás formas de preelaboración de materias primas, con miras a presentarlas mejor, en forma más concentrada para su elaboración industrial posterior.

3. Industrias para elaboración de alimentos básicos complementaria de la producción de materia prima.

En este grupo se ubican las industrias básicas de elaboración de alimentos primarios: producción de azúcar, conservas de frutas y hortalizas, aceites vegetales, tortas oleaginosas, producción de harina para elaborar determinados alimentos básicos y separar los subproductos para -

otros usos. Este grupo está en estrecha relación con la producción de las materias primas.

4. Producción de forrajes para cría de ganado. Estas actividades dentro del ciclo de operaciones consecutivas se concentra en torno a la producción industrial de forrajes, sobre la que se basa el éxito de la ganadería moderna en explotaciones de tipo industrial (feed-lots). El productor de forrajes es hoy en día el eslabón más importante en el establecimiento de la cadena de producción rentable de carne, huevos y productos lácteos.

5. Producción de proteínas de origen animal mediante el empleo de procedimientos de explotación ganadera industrial.

Estas actividades consisten en la cría industrializada de ganado mediante técnica de cebado y engorde de gran número de animales en "fábricas de proteína animal" que a menudo se encuentran muy cerca de mercados importantes o de instalaciones de elaboración (mataderos, plantas de elabo-

ración de carnes o de productos lácteos, etc.), lo que - conduce a combinar en forma lógica la fábrica de forrajes con la explotación ganadera industrial, las instalaciones de elaboración y los servicios de comercialización.

6. Producción de alimentos para consumo directo.

Comprende las industrias de elaboración secundaria de a - limentos a partir de productos procedentes del grupo primero, segundo, tercero y quinto. Todas estas materias - primas se combinan para formar un gran surtido de alimentos ya preparados para su consumo directo o su venta al - consumidor. Estas actividades emplean una tecnológica - avanzada de escasa densidad laboral para la fabricación de productos de un valor nutritivo alto.

7. Actividades de Distribución y Comercialización

Comprende todos los servicios técnicos y comerciales necesarios para conseguir un suministro regular de productos alimentarios para el mercado interno y la exportación - (almacenes, transporte en frío, restaurantes, cafeterías,

cadenas de tiendas y proveedores a domicilio, etc.).
No siempre es preciso integrar todos estos grupos de actividades; a veces puede eliminarse un grupo o se le puede reemplazar por operaciones efectuadas en régimen de cooperativa. En ocasiones no resulta factible poner en marcha todas las actividades al mismo tiempo, sino solo gradualmente. Algunas líneas de productos alimenticios pueden también desarrollarse con éxito en operaciones de pequeña escala e independientes. Sin embargo está claro que siempre que sea factible establecer complejos integrados de elaboración de alimentos, debe preferirse esta solución a los demás métodos de producción.
Este enfoque permite programar y llevar a cabo la industralización de zonas rurales con un enfoque más bien industrial que agrícola, puesto que a la industria le suele ser más fácil aplicar criterios objetivos a todas las operaciones. De este modo, podrán alcanzarse los beneficios propios de la aplicación de tecnología industrial a los sectores agrícolas muy deprimidos o con hostilidad ecológica muy alta.

Nunca se podrá subrayar demasido los beneficios que este método puede aportar al perfeccionamiento de la competencia técnica local en todos los niveles.

Estos proyectos se han desarrollado con inmenso éxito aún en regiones en extremo deprimidas, con pantanos pestilentes, en condiciones infra humanas tales que no se comparan con las regiones normales y ha podido llegarse a establecer en ellas de los más poderosos y adelantados productores de alimento del mundo.

Los integrantes de los complejos que al iniciarse eran - los hijos de los sin tierra, habitación ni cultura, son hoy elementos muy dinámicos, con alta capacitación científica y técnica. Nada de aquel pasado queda ya; en el presente son la meca a que concurren a capacitarse líderes de todo nivel y actividad de los países en desarrollo.

No existe otro sistema que en poco tiempo haya logrado elevar a tal nivel una región y su recurso humano todo sin - excepción.

Los resultados obtenidos ilustran sobre los rendimientos - agrícolas que han conseguido elevar el nivel a records - mundiales. Se ve claro en ellos como la producción deriva da de una gran ganadería industrial, la producción indus - trial de productos no alimentarios y alimentarios, depen - den, en última instancia, de una poderosa agricultura, y - como ésta depende a su vez del apoyo industrial, demostrando, definitivamente, que el crecimiento de la producción agrícola suele ser un factor crítico determinante del ritmo a que puede proseguir la industrialización. Y, a su vez, - que un apoyo industrial insuficiente a la agricultura y la falta de instalaciones industriales de elaboración de productos agrícolas constituyen una limitación importante para el desarrollo de la producción y la productividad de la - agricultura.

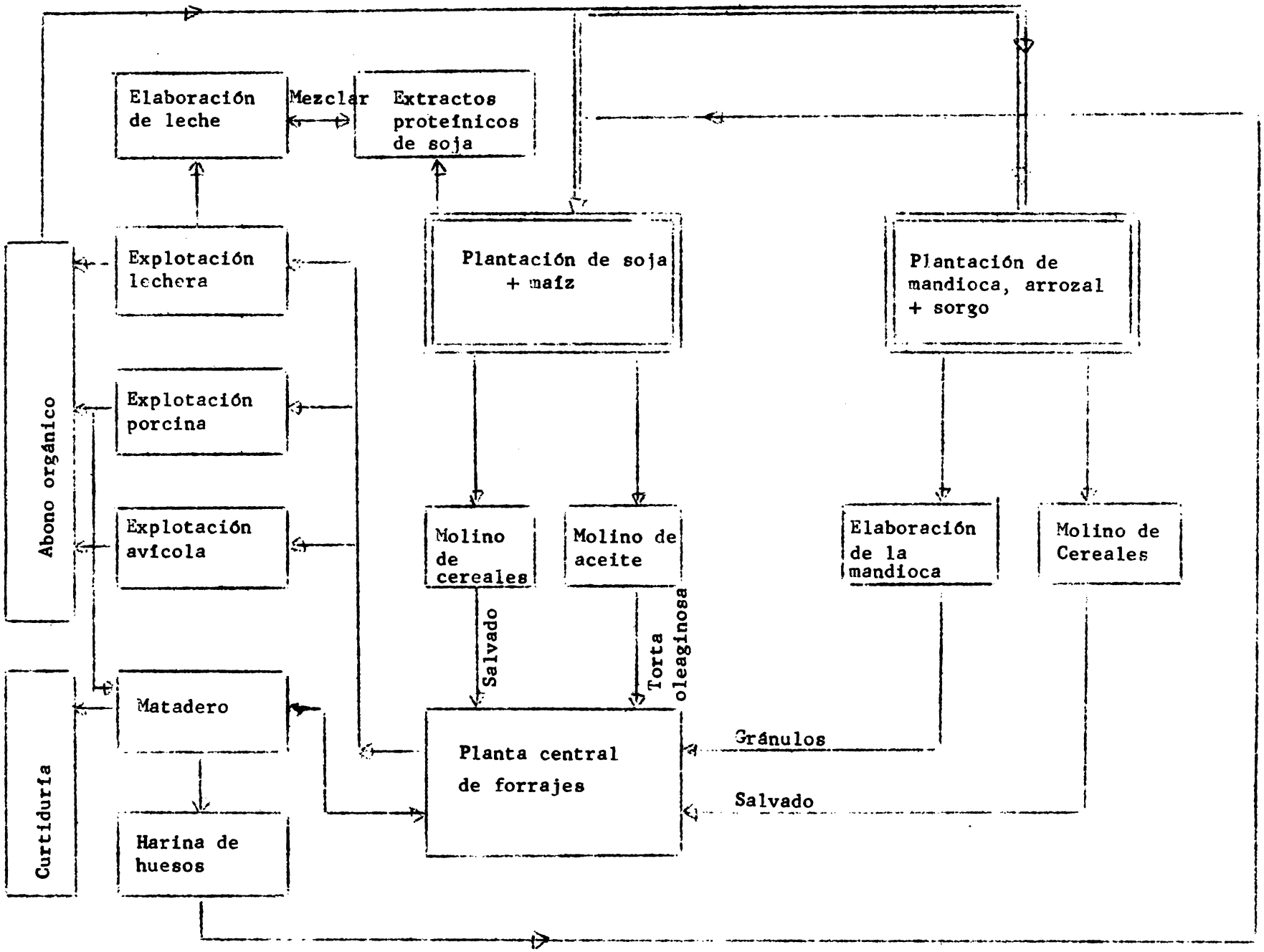
En otras palabras, la interdependencia entre la industria y la agricultura está representada por la corriente de productos básicos que pasan de uno al otro sector, ya sea en forma de apoyo industrial (fertilizantes, plaguicidas, ma

quinaria agrícola, herramientas, utensilios, envases, etc.) o de elaboración industrial de las materias primas agrí - colas, comprobando que ni la industria ni la agricultura pueden avanzar de verdad sin un desarrollo paralelo y - equilibrado de uno y otro sector.

Y son, precisamente los complejos agroindustriales integrados los instrumentos más hábiles para lograr ese definitivo equilibrio.

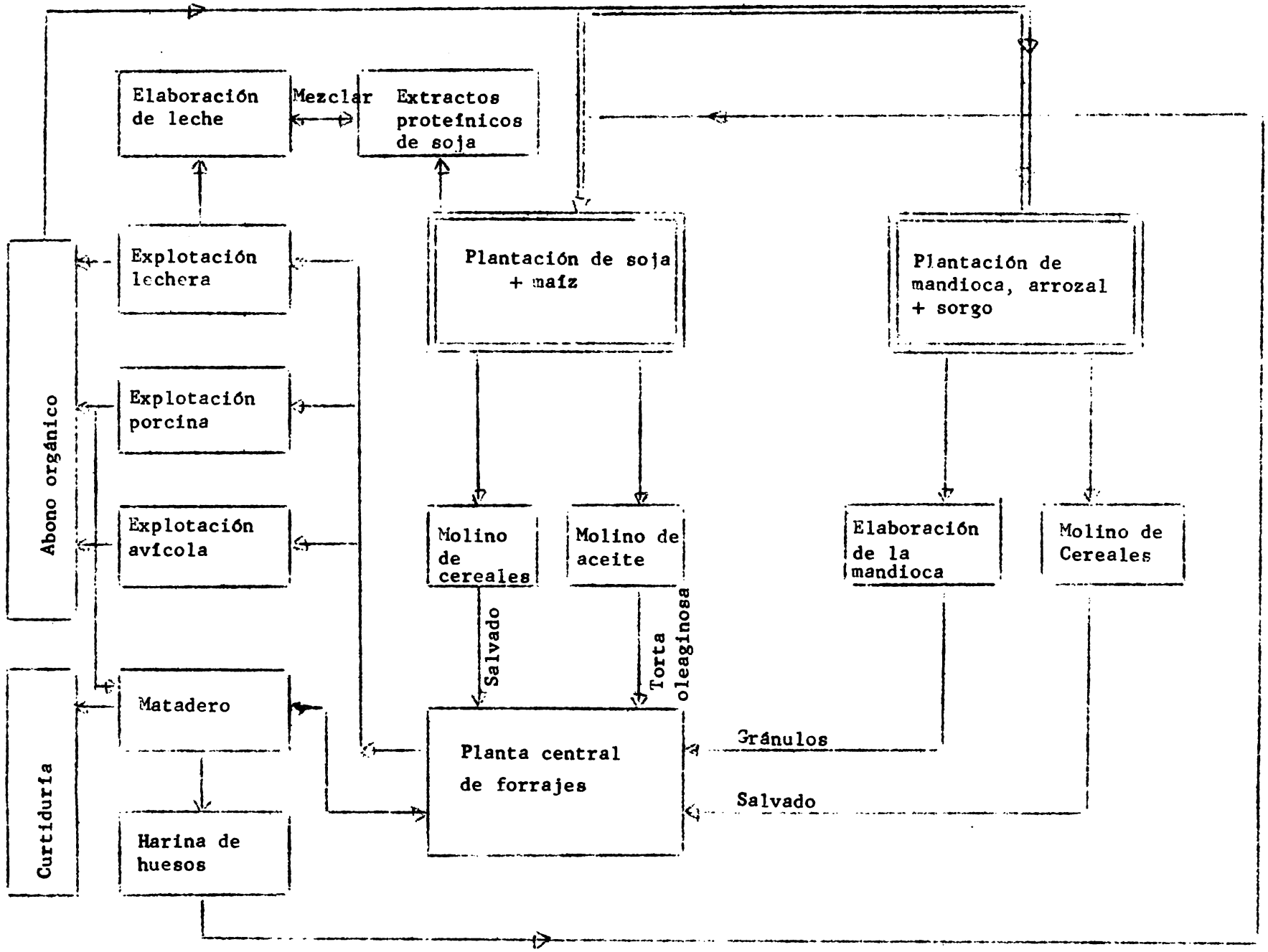
ONUDI

PROYECTO DE UN COMPLEJO DE INDUSTRIAS ALIMENTARIAS INTEGRADAS, SRI LANKA



ONUDI

PROYECTO DE UN COMPLEJO DE INDUSTRIAS ALIMENTARIAS INTEGRADAS, SRI LANKA



V.B.38.

EL MEJORAMIENTO DE LOS SISTEMAS DE DISTRIBUCION LAS CENTRALES DE ABASTECIMIENTO: UNA BASE INSTITUCIONAL PARA MEJORAR LOS NIVELES DE VIDA DE LOS SECTORES DE BAJO NIVEL DE INGRESO?*

Dentro del ámbito en que nos toca trabajar el problema que tenemos que resolver es el de aumentar la eficiencia del sistema de comercialización para alcanzar objetivos específicos de desarrollo. Dichos objetivos son fijados por los propios países. En términos generales, reconocen la necesidad de aumentar la producción agropecuaria a través de aumentos de la productividad agrícola y de incrementar la disponibilidad per capita de alimentos mediante la reducción de pérdidas en la etapa de comercialización. En forma creciente, se reconoce también la necesidad de ampliar y modernizar el sistema de distribución de alimentos a fin de atender la demanda emergente de un rápido proceso de urbanización.

Sin embargo, parece no existir suficiente conciencia de la importancia que tiene para productores, consumidores y para la economía en general que dicha modernización resulte, en un plazo relativamente corto, en una reducción del costo de comercialización de los alimentos y en un aumento de la competencia, generando economías para ser transferidas a los agricultores en forma de precios más altos por sus productos o a los consumidores, a través de precios más bajos de los alimentos a nivel detallista. El mejoramiento de los sistemas de comercialización también reconoce como objetivo explícito lograr una mayor estabilidad de precios.

---

* Preparado por el Dr. Norberto Frigerio, Especialista en Comercialización Agrícola, Oficina del IICA en Brasil.

[illegible]

[illegible]

---

* Preparado por el Dr. Roberto Pineiro, Especialista en Comercialización Agrícola, Oficina del IICA en Perú.

Nuestra preocupación se centra en el mejoramiento de la comercialización interna de alimentos; en este contexto, lo más importante es lo que se deja de producir por falta de incentivos y por la falta de acceso a los recursos productivos, y lo que se deja de consumir por falta de demanda efectiva. En un extremo de los canales de comercialización existen necesidades insatisfechas, en el otro extremo productores potenciales de alimentos.

Cómo convertir a los pequeños agricultores que aún participan de una economía de subsistencia en agricultores comerciales? Cómo otorgar poder de compra a vastos sectores de la población? Este es el problema al cual tenemos que enfrentarnos.

El proceso de modernización de los sistemas de comercialización se inicia generalmente con la construcción de nuevos mercados centrales mayoristas o centrales de abastecimiento. Razones urbanísticas, la remoción de un punto imitante en el centro de las ciudades, y políticas, una obra de gobierno tangible, facilitan este tipo de decisión. Una situación estructural en que los mayoristas detectan poder de mercado y operan con márgenes y lucros altos por ineficiencia operativa y por la reducción de la competencia, resultante de la imposibilidad de expansión física del mercado, justifican técnicamente esta decisión, para no citar sino las principales justificaciones, que se asientan sobre una mentalidad anti-intermediario de los funcionarios públicos y la ambición del control fiscal de los comerciantes por parte de los gobiernos.

El proceso de modernización prosigue, se complementa en forma paralela y a veces se anticipa, con la promoción de los supermercados, a través de incentivos crediticios y/o fiscales. Los supermercados tienden a localizarse en las zonas urbanas de ingresos altos y medios, cuya población dispone de recursos económicos para concentrar la compra de alimentos en un día de la semana, automóvil para transportar las compras realizadas y refrigeradores amplios para conservar los alimentos perecederos hasta que son consumidos. Además, los sectores de mayor nivel de ingreso tienen una mayor propensión a gastar en servicios incluidos con los alimentos que las clases de más bajos niveles de ingreso y tienen acceso a medios de información y comunicación que los hacen más sensibles a la modernización de sus hábitos de vida.

Los resultados de estos procesos de mejoramiento de los sistemas de comercialización son conocidos sólo en forma parcial, pero incurriendo en el riesgo de exagerar al generalizar los mismos, se puede afirmar que han beneficiado a los mayoristas, a los consumidores de niveles de ingresos relativamente altos y a los productores agrícolas comerciales.

Aceptando que la situación que se acaba de describir someramente refleja la realidad de por lo menos algunas de las regiones metropolitanas latinoamericanas, el presente trabajo se propone:

1. Señalar la dependencia recíproca de los sectores productores y consumidores de bajos niveles de ingreso.
2. Enfatizar la urgencia de modernizar el subsector tradicional de distribución de alimentos como alternativa a su desplazamiento por el subsector de las cadenas de supermercados.

3. Reiterar la importancia para los sectores consumidores de bajos ingresos, y por ende para la ampliación del mercado de los sectores productores de bajos ingresos, de que los procesos de modernización resulten en reducción de costos y en la promoción de la competencia.

4. Explorar el papel que pueden cumplir los mercados mayoristas o centrales de abastecimiento para la modernización de las funciones de mayoristas y detallistas tradicionales y para estimular la formación y consolidación de los organismos de pequeños agricultores.

I. ALGUNAS NOTAS ACERCA DE LA DEPENDENCIA RECIPROCA ENTRE LOS SECTORES CONSUMIDORES Y PRODUCTORES DE BAJO NIVEL DE INGRESO

Partiendo del análisis de los niveles de consumo per capita de alimentos, se puede señalar en primer término las posibilidades de expansión de la demanda por alimentos, en particular aquellos que por sus cualidades nutritivas son considerados alimentos protectores de la salud. Así,los datos de una investigación realizada en 1973 por la Universidad Federal de Pernanbuco y la Superintendencia de Desarrollo del Nordeste de Brasil (SUDENE) 1/ muestran que los niveles de gastos en alimentos del estrato de más alto nivel de ingreso per capita de la población del Gran Recife, (Brasil) comparado con los de más bajo nivel de ingreso son: 11 veces superior

---

1/ SUDENE, U.F.Pe., Abastecimiento Alimentar N° Nordeste Urbano. Grande Recife, Recife, 1975.

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

en el caso de la naranja, 20 veces superior en el caso de la papa, 4 veces superior en el caso del tomate, 13 veces superior en el caso del repollo, 5 veces superior en el caso de los huevos, 10 veces superior en el caso de la leche fluída, 5 veces superior en el caso de la carne de aves y 24 veces superior en el caso de la carne de res sin hueso.

Los patrones de consumo de los estratos de más bajo nivel de ingreso indican que, por restricciones presupuestarias, sus compras se concentran en unos pocos productos, la mayoría comprendida en la categoría de amiláceos. En este sentido, los datos del estudio mencionado 2/ señalan que más de la mitad de sus gastos es realizada en apenas ocho productos: pan, café, azúcar, frijol, harina de mandioca, arroz, carne con hueso y charquí. En cambio, el estrato de más alto nivel de ingreso, sólo realiza un 20% de sus gastos de alimentación en esos productos.

Los datos mencionados sólo pretenden proporcionar alguna evidencia empírica para desarrollar el argumento conceptual de esta sección. En primer lugar, debe notarse el consumo de los sectores de bajos niveles de ingreso concentrado en la categoría de amiláceos y la enorme diferencia existente en los niveles de gastos en los alimentos llamados protectores: -frutas, hortalizas, leche, huevos y carne- entre los estratos extremos en cuanto a niveles de ingreso.

2/ Ibid, Cuadros 33 y 34.

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Ello constituye una indicación clara de que si se superara la restricción presupuestaria de los sectores de menores niveles de ingreso, la demanda efectiva de alimentos -en particular los no amiláceos- se multiplicaría. En segundo lugar, merece destacarse que para lograr explotaciones rentables en pequeñas superficies de tierra -quizás la variable que mejor define al pequeño agricultor- deben producirse en forma intensiva alimentos de alto valor -productos de granja- frutas, hortalizas, huevos, carne de aves y leche, vale decir, aquellos productos para los cuales existiría mayor demanda efectiva si se superaran las restricciones impuestas por los bajos niveles de ingreso. En tercer lugar, surge el problema de la calidad de los productos. En tanto el subsector de pequeños agricultores no logre producir las calidades que requieren los consumidores de niveles de ingreso relativamente altos, su mercado natural estará constituído por los sectores de población de relativamente bajo nivel de ingresos que en proceso de ascenso económico-social van modificando sus hábitos de consumo pero que, sujetos aún a restricciones presupuestarias, deben satisfacerse con las calidades inferiores de los alimentos superiores. Por último, debe señalarse que los consumidores de menores niveles de ingreso para mejorar sus niveles de nutrición dependerán de un abastecimiento que excluya los servicios de comercialización que ellos no están en condiciones de pagar: mejor presentación del producto y propaganda. Cuando nos planteamos la necesidad de mejorar las condiciones de abastecimiento de los sectores de población de menores niveles de

[illegible]

ingreso, que constituyen mayoría en nuestros países, debemos observar que los procesos de modernización de la distribución de alimentos, basados en lograr economías de tamaño en las transacciones y en la distribución física, han beneficiado principalmente a los sectores que no enfrentan restricciones económicas para operar en grandes volúmenes. A medida que dicho proceso de modernización se extiende, se asiste a un proceso de segmentación del mercado y a una creciente diferenciación de los sistemas de producción y comercialización moderno y tradicional, configurando un dualismo a veces difícil de observar porque -como dice Gannagé- la coexistencia de los elementos estructurales de las sociedades moderna y tradicional constituye el comportamiento normal en las economías subdesarrolladas. 3/ Sin embargo, este es un proceso que merece principal atención porque conduce a una creciente marginalidad rural y urbana.

Debemos señalar que la rápida expansión de las cadenas de supermercados están produciendo cambios estructurales en los mercados de alimentos que no están siendo seguidos con la debida atención y la tendencia parece ser la emergencia de un sector supermoderno con canales de comercialización sumamente cortos, -productor agrícola comercial- cadena de supermercado- consumidor de niveles de ingreso relativamente alto y un sector tradicional con canales de comercialización muy largos -pequeños agricultor - acopiador - mayorista

---

3/ Gannagé, Elías, "Economía del desarrollo".

[illegible]

[illegible] que [illegible] la producción [illegible] -
tos, basada en la [illegible] economía [illegible] los [illegible] tiempos y
en [illegible] principal [illegible] los
[illegible] condiciones para operar [illegible]
[illegible] proceso de [illegible] y
[illegible] recursos de producción y [illegible]
[illegible] en [illegible] dual [illegible]
[illegible] la coexistencia de
[illegible] producción moderna y tradicional
[illegible] portadoras para la economía subdesarrol-
lada, [illegible] que [illegible] mínimo
[illegible] a una [illegible] [illegible].

Debemos señalar [illegible] la [illegible] expansión de las [illegible] en
[illegible] que [illegible] en [illegible]
[illegible] que [illegible] por la [illegible]
[illegible] [illegible] por [illegible]
[illegible] [illegible] [illegible] -
[illegible] [illegible] -
[illegible] [illegible] -
[illegible] [illegible] -
[illegible] [illegible] -

2/ Dumont, René, "Economía del desarrollo".

rural-mayorista introductor (mayorista de mayorista) o industrial - mayorista distribuidor - detallista - consumidor de nivel de ingreso relativamente bajo. Como el canal moderno es más eficiente, el resultado es que el consumidor de más bajo nivel de ingreso paga precios más caros que el consumidor de más alto nivel de ingreso y que el pequeño agricultor recibe precios más bajos por su producción que el productor agrícola comercial.

En la medida en que un volumen creciente de la oferta agropecuaria está sujeta a tipificación, procesamiento, industrialización y es comercializada a través de supermercados, el sector de la población de menores recursos económicos, que debe comprar a crédito y adquirir calidades inferiores, se vuelve más dependiente del abastecimiento del canal tradicional.

II. ACERCA DE LA NECESARIA MODERNIZACION DEL SECTOR TRADICIONAL

El desarrollo de los supermercados, con apoyo gubernamental, los va constituyendo en la principal fuente de abastecimiento de alimentos en las áreas urbanas. Continuando con el ejemplo del área de la Gran Recife, los supermercados absorben el 31% de los gastos en alimento, siguiéndoles en importancia las carnicerías, ferias libres y almacenes-mercerías con el 17, 16 y 12% de los gastos realizados, respectivamente. Sin embargo, analizando los hábitos de compra por niveles de ingreso, se observa que los almacenes-mercerías y las ferias libres se constituyen en los principales abastecedores

[illegible]

[illegible]

[illegible]

de las familias más pobres, aumentando la participación de los supermercados a medida que aumentan los niveles de ingreso, superando la participación de los almacenes-mercerías y las ferias libres para niveles de ingreso familiar correspondiente a 3 ó 4 salarios mínimos, hasta alcanzar una participación del 46% para el nivel de ingreso más elevado. Cabe señalar que el número de personas por domicilio crece con el ingreso familiar, lo que determinó que cerca del 75% de las familias recibiera un ingreso per capita inferior al salario mínimo en la época de la investigación. Las unidades familiares más pobres y las de nivel de ingreso intermedio informaron realizar más de las 2/3 partes de sus compras en establecimientos comerciales localizados en el barrio en el cual residen. Por las dificultades obvias en comprar en lugares más distantes y por la práctica generalizada de los almacenes y mercerías de vender a crédito por plazos de una semana y aún de un mes, las familias más pobres quedan obligadas a realizar una parte substancial de sus compras de alimentos en negocios detallistas cuyos precios son, posiblemente, los más elevados.

La tarea de modernización de las prácticas comerciales de los principales establecimientos tradicionales de venta de alimentos merece seria consideración por las siguientes razones:

1. Los sectores de menores niveles de ingreso constituyen la mayoría de la población latinoamericana.
2. Aún con tasas elevadas de crecimiento económico dichos sectores carecerán, posiblemente por un tiempo prolongado, de los recursos

[illegible]

[illegible] comercial. Los prin-
cipales de dichos problemas [illegible] en vista de el corpus mone-
da a fin [illegible] por las [illegible] monetarios:

1. Los [illegible] tienden a [illegible] corrí [illegible] la cuyo-
ría de la población [illegible].

2. [illegible] alcanza [illegible] monetario económico dichos [illegible]
[illegible], posibles [illegible] problema de, [illegible]

económicos necesarios para modificar sus hábitos de compra, teniendo en cuenta que tienden a prevalecer estrategias de capitalización de las economías latinoamericanas basadas en el mantenimiento de bajos niveles salariales.

3. La reducción de los precios de los alimentos en los principales negocios detallistas tradicionales tendría un marcado efecto ingreso para las familias más pobres que gastan una alta proporción de sus ingresos en alimentación. Los gastos per capita en alimentación de los cuatro grupos de menor nivel de ingreso representaban el 113, el 94, el 73 y el 63 de sus ingresos per capita en la investigación citada realizada en Recife.

4. Las cadenas de supermercados están detentando un creciente poder de negociación que les permite afectar en su favor los términos de las transacciones. En consecuencia, se requiere promover la capacidad competitiva y de negociación de los sectores tradicionales de pequeños agricultores, mayoristas y minoristas (ésto es particularmente necesario cuando existe sólo una cadena de supermercados como en el caso Salvador, Bahía). Pero además cabe esperar una competencia mayor entre distintos tipos de negocios que operan con diferente capacidad gerencial, con líneas de productos de distinta amplitud y abarcan áreas geográficas de diferente dimensión.[4/] La modernización de las formas

---

4/ D.K.C. Comercialización, "Un Modelo de Competencia Intertipo para la Comercialización Masiva de Alimentos en el Area Métropolitana de Buenos Aires", Buenos Aires, 1968.

económicos necesarios para modificar sus hábitos de consumo, teniendo en cuenta que tienden a [illegible] de capitalización [illegible] las economías latinoamericanas [illegible] en el [illegible] de [illegible] salariales.

3. [illegible] reducción [illegible] precios [illegible] alimentos en los principales [illegible] mercados [illegible] Los gastos por [illegible] menor nivel de [illegible] presentan [illegible] de [illegible] per cápita [illegible] Lima y en Recife.

4. Las cadenas de supermercados [illegible] un crecimiento [illegible] der de asociación [illegible] ricos [illegible] metropolitanas [illegible] mover la [illegible] tradicional [illegible] ([illegible]) [illegible] cadena de supermercados [illegible] Salvador, Bahía, [illegible] una competencia [illegible] distinta [illegible] que operan con diferente capacidad [illegible] neas de productos de distinta amplitud y abarcan áreas [illegible] de diferente dimensión. [illegible] la modernización [illegible]

---

[1] [illegible] Comercialización, [illegible] de la comercialización [illegible] de alimentos [illegible] América Latina [illegible].

tradicionales de distribución detallista constituye una posibilidad cierta. Por una parte, corresponde señalar la necesaria promoción de las cadenas voluntarias o cooperativas. El tamaño de los expendios afiliados a estas cadenas es más adecuado que el de los supermercados para proveer servicios de distribución minorista de alimentos en núcleos urbanos densos como los que caracterizaron a la mayor parte de las ciudades latinoamericanas. También puede anticiparse que la capacidad gerencial para administrar este tipo de negocio es alcanzada con un esfuerzo de capacitación mucho menor que el necesario para administrar supermercados, aunque requerirá un esfuerzo mayor de capacitación en la función mayorista.

Otra alternativa de abastecimiento de significativa importancia para los sectores de ingresos bajos y medios lo constituyen las ferias móviles.

En el caso de la Región Metropolitana de Buenos Aires, Argentina, las ferias mantuvieron una firme competencia de precios frente al desarrollo de los supermercados, particularmente en el abastecimiento de frutas y hortalizas frescas.[5/] Debe citarse que feriantes y almaceneros se organizaron en cooperativas de compra en Buenos Aires, a fin de lograr economías de tamaño.

5/ Trigo, Eduardo, "Structural Changes in the Food Retailing Market in the Buenos Aires Metropolitan Region of Argentina During the 1960-70 Decade", Tesis Doctoral no publicada, Universidad de Wisconsin, 1972.

[illegible]

5/ [illegible]

Otra alternativa de abastecimiento digna de ser considerada son las mutuales sindicales, que también obtienen reducciones significativas de precio en función de sus volúmenes de compra, economías que trasladan a sus afiliados y en algunos casos al público en general.

III. LA REDUCCION DE LOS COSTOS COMO CONDICION NECESARIA EN EL MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DE COMERCIALIZACION

El mejoramiento de la eficiencia operativa del sector tradicional que aquí se propone tiende a permitirle alcanzar economías de tamaño en las compras y en la distribución física, y a reducir sus costos operativos a través de una mejor gestión empresarial. El objetivo último es el de promover una mayor competencia de precios a fin de que las economías que se generen en mejoramiento de los procesos de comercialización sean transferidas a consumidores y productores.

En el mejoramiento de los procesos de comercialización se ha puesto marcado énfasis en la adopción de técnicas modernas y nuevas modalidades de comercialización, en alcanzar un más eficiente proceso de formación de precios, en lograr una mayor coordinación de los procesos de mercado y en la reducción de los precios de los alimentos para los sectores de ingresos bajos y medios de la población 6/. Sin embargo, en el proceso de implementación de programas o proyectos de mejoramiento de los procesos de comercialización,

---

6/ Véase, por ejemplo Harrison, Kelly et. al. Mejoramiento de los Sistemas de Comercialización en los Países en Desarrollo. Experiencias en América Latina. IICA, Serie Publicaciones Misceláneas N° 139. San José, Costa Rica, mayo 1976.

[illegible]

[illegible]

parecería que la condición necesaria de reducir los costos de comercialización para reducir los precios de los alimentos que pagan los consumidores o aumentar los precios de los productos que venden los agricultores, se fuera relegando ante otros objetivos de política o ante las dificultades inherentes a la estimación de precios reales comparables a distintos niveles de los canales de comercialización, de los márgenes realizados de comercialización, y de las ganancias y se racionalizara que la adopción de formas modernas de comercialización deben conducir, a mediano o largo plazo, a una reducción de los costos de comercialización.

Sin dejar de reconocer que muchas de las reformas de los sistemas de comercialización que se han adoptado conducen a una mejor organización y funcionamiento de los mercados, cabe llamar la atención sobre la prioridad que se pone sobre las instalaciones físicas de comercialización y, en especial, el sobredimensionamiento de muchos mercados mayoristas, algunos proyectados sólo sobre la base de proyecciones de consumo e ignorando la capacidad de pago de los mayoristas. Se observa entonces que muchos mercados operan con un bajo grado de aprovechamiento de la capacidad instalada, con costos elevados de operación. Teniendo en cuenta su localización a distancias a veces considerables del centro de las ciudades, la falta de organización del abastecimiento de una estructura detallista atomizada y que el transporte del desabastecimiento -de los mercados centrales a los negocios detallistas- se realiza primordialmente con

vehículos que emplean nafta, los costos de abastecimiento seguramente se incrementan en el corto plazo y tal vez hasta en el mediano plazo con la construcción y operación de nuevos mercados centrales. En algunos casos, se adoptan modelos exóticos recomendados por especialistas extranjeros, que ignoran la organización institucional existente y ni siquiera consideran alternativas de distribución que podrían reducir el monto de las inversiones y mantener relativamente bajos los costos de distribución de alimentos 7/ 8/.

Es de desear que en la medida en que el mejoramiento de los sistemas de distribución se vaya extendiendo mediante la inclusión de centros de acopio o mercados expedidores en zonas rurales, se ponga más énfasis en los aspectos de organización y gestión administrativa que en la infraestructura física de comercialización.

7/ Frigerio, Norberto. A Preliminary Cost Comparison of Alternative Wholesale Facility Arrangements in the Buenos Aires Metropolitan Area. Unpublished Ph. D. Thesis, Department of Agricultural Economics, Michigan State University, 1973.

8/ Frigerio, Norberto. El impacto potencial de los nuevos mercados mayoristas sobre los costos de distribución de alimentos en Areas Urbanas. IICA, Serie Publicaciones Misceláneas N° 136. Costa Rica, julio de 1976.

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

IV. LOS MERCADOS CENTRALES MAYORISTAS: UNA BASE INSTITUCIONAL PARA BENEFICIAR A LOS SECTORES DE MENORES NIVELES DE INGRESO DE LA POBLACION?

"El desarrollo de instalaciones físicas provee una oportunidad inestimable para inducir cambios, tanto en la fase minorista-mayorista, como en la fase productor/acopiador-mayorista" 9/. En esta sección nos proponemos explorar las posibilidades que ofrecen las centrales de abastecimiento o mercados mayoristas, como institución, para generar cambios que mejoren la situación de los pequeños agricultores y de los consumidores de bajo nivel de ingreso.

Generalmente, el monto de las inversiones que requiere la construcción de nuevos mercados mayoristas, la necesidad de brindar un aval institucional a los créditos que se contraen para adelantar dichas obras y la necesidad de captación de los recursos técnicos nacionales y la contratación de cooperación técnica internacional, lleva a la constitución de empresas públicas o semipúblicas que toman la tarea de proyectar, ejecutar, poner en marcha y administrar las nuevas centrales de abastecimiento. Estas empresas, por el hecho de reunir recursos técnicos escasos, por su capacidad de adelantar obras de envergadura en el campo de la comercialización de alimentos y por el hecho de encontrarse en un punto estratégico de los canales de comercialización, parecen reunir condiciones muy particulares para adelantar ciertas reformas en el sistema de comercialización que pueden beneficiar a los pequeños agricultores y a los

---

9/ Harrison, Kelly et.al., obra citada, pág. 29.

consumidores de bajo nivel de ingreso. A continuación analizaremos someramente algunas de esas posibilidades.

1. Información de mercado

La información de mercado, teniendo como base los precios realizados en los mercados centrales, debería llegar a los pequeños agricultores de modo que pueda ser interpretada por éstos y comparada con los precios en zona de producción. Cuando existen centros de acopio o mercados expedidores, éstos deben proveer la información de los precios de los productos en los mercados terminales y en la zona de producción, cooperando con los productores para que ellos puedan comparar la diferencia de precios existente con los costos de transporte y comercialización y llegar a alguna conclusión sobre si están recibiendo un precio justo o no. La información de mercado puede tener efectos opuestos en cuanto a su capacidad para estimular la organización de los pequeños agricultores e influir directamente sobre la estructura de la oferta e indirectamente sobre la estructura de la demanda, para modificar la estructura de los mercados rurales. 10/

Los posibles efectos de la información de mercado que estimularían la organización de los pequeños agricultores son los siguientes:

10/ Frigerio, Norberto, "La Información de Mercado como Función Incentivadora del Cambio Estructural en el Medio Rural". Ponencia presentada en la III Reunión sobre Instrumentos de Comercialización-Información de Mercado. Cumaná, Venezuela, 1976.

a. La información de mercado puede proporcionar la información necesaria para cuantificar el excedente que se transfiere del sector rural al sector urbano-industrial.

b. La información de mercado puede estimular el deseo de negociar de los pequeños agricultores y aumentar su poder de negociación frente a los acopiadores.

c. La información de mercado, al permitir la cuantificación de los excedentes transferidos y proporcionar una medida de la explotación a que están sujetos los pequeños agricultores, puede constituir el factor básico de aglutinamiento y un punto de partida sobre el cual desarrollar las organizaciones de pequeños productores.

d. La información de mercado, si es capaz de estimular la organización de los pequeños agricultores, puede contribuir a la liquidación de estructuras monopsonísticas en el medio rural. Al modificarse la estructura de la oferta se inducirá un cambio en la estructura de la demanda, ya que los mayores volúmenes de oferta atraerán nuevos compradores interesados en realizar un negocio potencialmente más remunerativo.

e. La información de mercado puede proveer parte de la información necesaria para que las organizaciones de pequeños agricultores reorganicen la producción en función de las oportunidades de mercado.

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Una vez consolidada, las organizaciones de pequeños agricultores pueden utilizar la información de mercado para realizar las siguientes actividades:

i. Reasignar los recursos productivos en función de precios de productos e insumos agropecuarios y riesgos de producción y comercialización.

ii. Clasificar y procesar la producción a fin de diferenciar el producto, segmentar el mercado y aprovechar adecuadamente la mano de obra disponible.

f. La información de mercado puede proveer el estímulo necesario para generar formas superiores de organización, proveyendo las señales de que una mayor integración horizontal de las organizaciones de pequeños agricultores les permitirá integrarse verticalmente, capturando para sí mismas el valor agregado en las etapas de comercialización y abastecimiento de insumos productivos, bienes de consumo y alimentos en el medio rural y de comercialización y procesamiento de productos agropecuarios.

Lamentablemente, del desarrollo de un sistema de información de mercado, también cabe esperar efectos detrimentales sobre las condiciones de comercialización de los pequeños agricultores, a saber:

a. La información de mercado puede producir un mayor deterioro de los términos de intercambio de los campesinos como resultado de la vigencia de precios diferenciales por calidad.

b. La información de mercado, al beneficiar a los productores agrícolas comerciales y penalizar al subsector de pequeños agricultores en razón de su distinta capacidad de respuesta a los cambios de demanda, puede también contribuir a empeorar las condiciones sociales en el medio rural.

c. La información de mercado puede acentuar la concentración de la propiedad de la tierra por el fracaso de los productores ineficientes, con incremento de la marginalidad rural y urbana.

2. Capacitación

La central de abastecimiento, si ha logrado reunir un núcleo técnico mínimo para el estudio de los sistemas de comercialización y la formulación e implementación del proyecto, debería realizar esfuerzos para institucionalizar programas de capacitación en comercialización.

Por una parte, debería interesar a las universidades para preparar el personal técnico requerido para la investigación de los mercados y la planificación de las reformas a realizar en el funcionamiento de los mismos.

Por otra parte, podría organizar cursos prácticos de comercialización orientados a satisfacer las necesidades de conocimiento de los extensionistas agrícolas, administradores y funcionarios de mercados públicos, mayoristas y minoristas.

Dentro de estas actividades, también podría preparar el material de enseñanza a ser utilizado en sus propios programas de capacitación y en aquellas que ofrezcan otros organismos de capacitación en comercialización.

3. Investigación

Las centrales de abastecimiento pueden constituir un trampolín para generar capacidad institucional para el diagnóstico, planificación y evaluación del funcionamiento de los sistemas de comercialización de alimentos. Las tareas de investigación son fundamentales para promover un mejor entendimiento de cómo están funcionando los mercados, a fin de desterrar conceptos apriorísticos sobre el comportamiento de los agentes económicos y detectar los verdaderos "cuellos de botella" en los procesos de mejoramiento de los circuitos comerciales.

Sin embargo, el tipo de investigación que puede echar luz sobre la situación de los pequeños agricultores y consumidores de bajo nivel de ingreso es aquella que abarque no sólo los aspectos económicos sino también los sociales, y en particular analice cómo el funcionamiento de los mercados afecta la distribución de los ingresos.

4. Programación

El equipo técnico vinculado a la central de abastecimiento podría formular o coopera, en la formulación de proyectos de mejoramiento de los sistemas de comercialización, tales como centros de acopio o mercados expedidores, mercados mayoristas, instalaciones de procesamiento o acondicionamiento de la producción, de clasificación de productos, de almacenamiento, conservación y de distribución de alimentos e introducción de nuevas prácticas comerciales.

En la formulación de estos proyectos deberían prestarse seria y dedicada consideración a los efectos de redistribución del ingreso de los mismos, determinando quienes se benefician y quienes se perjudican en la fase de implementación de los proyectos, a fin de incluir o proponer las medidas necesarias para salvaguardar los intereses de los participantes más pequeños en el sistema.

Asimismo, se reitera que es de vital importancia para los sectores consumidores de bajo nivel de ingreso, que dichos proyectos disminuyan los costos de comercialización en un plazo relativamente corto y promuevan la competencia de precios.

[illegible]

5. Liderazgo y coordinación institucional

El mejoramiento de los procesos de comercialización en beneficio de los sectores de menores niveles de ingreso, requiere en primer lugar una decisión política. Pero una vez adoptada dicha decisión, existe la necesidad de que una agencia pública asuma la responsabilidad y el liderazgo necesario para promover los cambios deseados.

Como para realizar esos cambios se requiere la participación de distintas agencias gubernamentales, sería deseable que la misma agencia que asume el liderazgo en el proceso de modernización de los circuitos de comercialización, tome también a su cargo la coordinación de las acciones de las agencias del gobierno.

En aquellos casos en que dentro del aparato institucional, no existe un organismo con responsabilidad o liderazgo para mejorar el sistema de abastecimiento interno, las centrales de abastecimiento pueden y deben asumir el liderazgo en la promoción de los cambios necesarios, proponiendo las reformas institucionales que aseguren el éxito de los programas y proyectos propuestos. Asimismo, dentro de su propia estructura administrativa pueden tratar de alcanzar la coordinación interinstitucional para asegurarse de que las reformas en el sistema no se limitarán al escalón mayorista o, alternativamente, pueden usar su capacidad institucional y técnica para promover dicha coordinación.

A título de ejemplo, la coordinación de los organismos del gobierno permitiría realizar las siguientes acciones en beneficio de los pequeños agricultores:

a. Promover la organización de los pequeños agricultores para alcanzar economías de tamaño en la adopción de nuevas prácticas comerciales, coordinando la acción de la Central con las agencias de extensión rural, asistencia técnica, colonización o reforma agraria.

   Esta coordinación permitiría extender el cumplimiento de las funciones de facilitamiento de la actividad económica por parte del gobierno en beneficio de los pequeños agricultores, comprendiendo funciones claves como interpretación de la información de mercado, clasificación y tipificación de la producción, estandarización de envases (adopción de nuevos envases que faciliten el manipuleo y la reducción de pérdidas de productos en calidad y cantidad), crédito, asistencia técnica y extensión en producción y comercialización.

b. Capacitar a los extensionistas agrícolas en aspectos de mercado y comercialización de la producción.

c. Organizar el transporte entre las zonas de producción y la central de abastecimiento, a fin de generar economías para ser transferidas a los pequeños agricultores en las fases de acopio y transporte de abastecimiento.

La coordinación de los organismos del gobierno también permitiría ejecutar programas de mejoramiento de los circuitos comerciales en beneficio de los consumidores de bajo nivel de ingreso.

En muchos casos, las autoridades municipales de ciudades relativamente grandes carecen de personal técnico calificado para adelantar programas tendientes a mejorar el abastecimiento de las mismas. La principal preocupación de las autoridades municipales se centra en el control fiscal y político de los comerciantes. La cooperación de las autoridades municipales con las autoridades de las centrales de abastecimiento permitiría diseñar programas de comercialización tendientes a mejorar el abastecimiento de los sectores de la población de menores niveles de ingreso, tales como:

i. Promoción de cadenas voluntarias y cooperativas, a fin de alcanzar economía de grandes compras y promover una mayor competencia con las cadenas de supermercados.

ii. Promover cooperativas de feriantes, y en particular modernizar y ampliar la operación de las ferias móviles, a fin de ofrecer una alternativa de abastecimiento mediante compras concentradas en un día de la semana, en el propio barrio, a precios competitivos en razón de una importante reducción en los costos de abastecimiento y en los costos fijos de

operación. Este tipo de comercio detallista parece de singular importancia para promover el consumo de frutas y hortalizas frescas por los sectores de menores niveles de ingreso.

iii. Organizar el transporte de abastecimiento de los detallistas tradicionales.

6. Intervención en los procesos de comercialización

En algunos casos, la intervención directa de las agencias gubernamentales para resolver los problemas de comercialización y abastecimiento de los sectores de menores ingresos es justificable y necesaria sobre la base de consideraciones sociales. Si no hubiera otra agencia del gobierno mejor capacitada para ello, la central de abastecimiento podría realizar las siguientes funciones para defender los intereses de los pequeños agricultores y de los consumidores de bajo nivel de ingreso:

a. Actuar como agente comercial de las organizaciones de pequeños agricultores, a fin de orientar la producción en función de las posibilidades que ofrezcan los mercados y vender la producción a precios que aseguren la rentabilidad de la empresa y estimulen la oferta.

b. Crear canales discriminados de transporte, para facilitar la obtención de economías de tamaño en las funciones de acopio y transporte de la zona de producción a los mercados terminales.

c. Crear canales discriminados de transporte para reducir los costos de abastecimiento de los detallistas tradicionales. A título de ejemplo, se puede señalar que la Central de Abastecimiento de Bahía, en Salvador, Brasil, a través de un convenio con la Secretaría de Agricultura del Estado y la Prefectura Municipal de Salvador, transporta con camiones de la propia Central de Abastecimiento las compras realizadas en la misma por los feriantes que abastecen a la población de Salvador a través de 24 ferias móviles. Asimismo, el transporte de los puestos es realizado por los camiones de la central. Los costos de transporte son pagados por los feriantes.

d. Apertura de bocas de expendio en zonas de bajo nivel de ingreso para la venta de los productos de mayor consumo por los grupos de bajo nivel de ingreso y también de aquellos productos de mayor valor nutritivo cuyo consumo se quiera promover.

e. A través de la agregación de las posibilidades ya mencionadas, constituir un canal discriminado para la colocación de algunos productos de los pequeños agricultores.

7. Economías de tamaño en el área institucional

Las posibilidades de utilizar las centrales de abastecimiento como base institucional para realizar aquellas reformas de los sistemas de comercialización que pueden beneficiar a los sectores de la población de bajos niveles de ingresos aumentan cuando existe un número relativamente importante de centrales que forman parte de una agencia especializada, como en el caso de Brasil. En este país, las centrales de abastecimiento son supervisadas por el Departamento de Centrales de Abastecimiento (DECEN) de la Compañía Brasileira de Alimentos (COBAL), que puede centralizar algunas de las funciones previstas para las centrales de abastecimiento.

Las posibilidades de adelantar programas que beneficien a los pequeños agricultores se acrecientan cuando bajo la administración de las centrales de abastecimiento comienzan a funcionar en las zonas rurales los mercados expedidores, como está ocurriendo en Brasil. El programa en curso de desarrollo anticipa el funcionamiento de 30 mercados expedidores para fines de 1977 en dicho país.

V. Conclusiones

1. Parece existir una interrelación creciente entre los sectores productores y consumidores de bajo nivel de ingreso a medida que en el proceso de desarrollo se acentúan las diferencias económicas, tecnológicas y culturales entre los sectores moderno y tradicional en la producción, distribución y consumo de alimentos.

2. La modernización del sector comercial tradicional debe resultar en menores precios de aquellos alimentos que además de contribuir a mejorar la dieta de los consumidores de menores niveles de ingreso, pueden dar lugar a explotaciones agrícolas rentables sobre pequeñas superficies de tierra o que requieren la utilización de mano de obra en forma intensiva en el proceso productivo.

3. La modernización del sector comercial tradicional es de fundamental importancia no sólo para mejorar la alimentación de vastos sectores de la población, sino para generar demanda efectiva para la producción de los pequeños productores, en tanto ésta no satisfaga los requisitos de calidad exigidos por los consumidores de niveles de ingreso relativamente alto.

4. A su vez, los sectores de la población de menores niveles de ingresos que en el proceso de ascenso económico-social van modificando sus hábitos de alimentación, dependerán en forma creciente para su abastecimiento de la oferta de los pequeños agricultores, ya que no estarán en condiciones de pagar calidades superiores ni servicios incluídos.

5. A fin de reducir los costos de comercialización en plazos relativamente cortos debe evitarse incurrir en el sobredimensionamiento de las instalaciones físicas.

6. La construcción de instalaciones de comercialización puede proveer una base para promover cambios en la organización de los mercados, en las prácticas comerciales y en la administración de los negocios. Estos cambios pueden resultar mucho más efectivos para alcanzar los objetivos perseguidos que la disponibilidad de instalaciones modernas.

7. Es posible diseñar programas y proyectos de mejoramiento de los sistemas de comercialización orientados a beneficiar a los pequeños agricultores y a los consumidores urbanos de bajos niveles de ingreso.

8. A fin de adelantar dichos programas o proyectos, se requiere la decisión política del gobierno de intervenir en favor de los sectores más necesitados de la población.

9. Una vez en funcionamiento de los mercados mayoristas y desarrolladas las cadenas de supermercados, los programas de mejoramiento de los sistemas urbanos de comercialización deberían orientarse a modernizar el sistema tradicional de distribución detallista de alimentos, a fin de reducir sus costos operativos y de abastacimiento y promover la competencia con las cadenas de supermercados.

10. Las centrales de abastecimiento pueden constituir una base institucional para adelantar programas o proyectos tendientes a introducir mejoras en los sistemas de comercialización que favorezcan a los sectores de menores ingresos de la población.

TOWARDS IMPROVEMENT OF RURAL FOOD DISTRIBUTION

by
Michael T. Weber*

The effectiveness of services provided by rural food distribution systems can affect nutritional states and agricultural productivity potentials of the rural population. Hence, improving the distribution of food supplies in rural areas and lowering related marketing costs are potentially important, although relatively neglected, dimensions of agricultural and rural development agendas.

One of the purposes of this seminar is to provide an opportunity to exchange ideas and identify priority problem areas where IICA and other technicians can seek to apply marketing strategies for rural development. Given the existing gap in marketing work in the area of rural food consumption and distribution, objectives of my paper are to help contribute to seminar goals by first, suggesting a beginning conceptual framework and important component variables for studying rural food distribution processes. Next, I briefly review research results from an analysis of rural food distribution in Costa Rica. Finally, I propose recommendations and research questions for discussion by conference participants interested in better understanding the need for and ways to improve the distribution of the food supply of rural populations in Latin America.

CONCEPTUALIZING RURAL DISTRIBUTION PROCESSES

The purpose of this section is to conceptualize the potential importance of rural food distribution and suggest a set of component marketing participants and institutions to be included in studies of how to improve these distribution processes. First let us examine the potential importance of rural food marketing services:

Achieving abundant and nutritious food supplies for consumers of developing nations of the world involves much more than just expanding farm-level production. Development research is beginning to recognize that food marketing and distribution processes providing these necessary services for large masses of urban consumers must be considered in conjunction with farm-level production activities as an integral part of the world food problem.

Unfortunately, the importance of purchased food and other marketing services for rural consumers is still largely unrecognized. A serious myth that farmers do not purchase food and embodied marketing services generally has resulted from using traditional terminology of subsistence farming (and

---

*Visiting Professor in the Department of Agricultural Economics, Federal University of Ceará, Fortaleza, Brazil, and Assistant Professor at Michigan State University.

I gratefully acknowledge time granted by the Brazil Graduate Agricultural Training Program (PEAS) and the Federal University of Ceará for me to prepare this paper and participate in the seminar. I also want to thank

even commercial farming concepts) to describe agricultural production processes. Farmers throughout the world obviously do raise food crops for home consumption. But even low-income and commonly designated subsistence producers purchase in local markets and shops varying amounts of a number of food products. People with even the simplest tastes demand a certain variety and assortment of foods. Rarely are all of these home-produced or even produced within one given local region of a country.

There is a growing body of evidence to suggest that farmers in Latin America need to be examined as food purchasers as well as producers. A Purdue University study of low-income groups in Brazilian agriculture shows, as would be expected, that farm-produced food consumption is a greater percentage of family income for land owners and sharecroppers than for salaried rural workers.1/ Still for all groups of rural consumers studied, home-produced consumption represented less than one-third of total per-capita consumption. A case study of small farmers located on former haciendas (since the 1952 land reform program) in the Lower Cochabamba Valley, Bolivia, shows that in 1973, food purchases constituted 78 and 66 percent of food consumption for farmers in the two areas studied.2/ Larson found that farmers in various rural counties of bean-producing regions of Northeast Brazil, as a group average, spent 65 percent of discretionary farm family income on purchased food.3/

A study in Colombia of consumption patterns on some 20 different INCORA projects involving over 2800 small farmers found that as a national average, family food consumption represented over three-quarters of total family consumption and that two-thirds of total food consumption came from food purchased off the farm. There was significant variation in the dependence on purchased food according to region of the country. For example, in the Boyacá project, only 40 percent of food consumed was purchased, whereas in Tolima and Pereira over 80 percent was procured off the farm.4/

Note also that not all people living in what are commonly called "rural" areas of Latin America are small and large farmers living in dispersed locations. There are also various-sized nucleations or communities in rural areas. The United Nations' definition of "rural" is any village, town, or city with less than 20,000 population, plus the actual dispersed farm population. By this, in 1970 sixteen of the twenty countries of the region had

---

1/ In this study, total per-capita consumption is defined to include more than food, although it is clearly the most important component of consumption. See: George F. Patrick and José Juliano Carvalho, Low Income Groups in Brazilian Agriculture: A Progress Report (West Lafayette, Indiana: Station Bulletin No. 79, Purdue University, 1975), p. 26.

2/ Joseph F. Dorsey, A Case Study of the Lower Cochabamba Valley: Ex-Haciendas Patrotani and Caramarca (Madison: Land Tenure Center, University of Wisconsin, 1975), p. 74.

3/ Donald W. Larson, "A Diagnosis of Product and Factor Market Coordination in the Bean Industry of Northeast Brazil," unpublished Ph.D. dissertation, Michigan State University, 1968, p. 95.

4/ United States Agency for International Development, General Working Document No. 7-0 -- Small Farm Analysis - Consumption Patterns, (Bogotá, Colombia, USAID, 1969).

more than 50 percent of their populations classified as "rural." And in spite of migration and high urban growth rates, this population (due to its sizable rate of growth) is increasing in absolute numbers in almost all countries of the region.1/ Many other country-level statistical officers, of course, define rural at a lower population threshold, say 5,000 or 2,500 or lower. Consider, for example, the case of Colombia. By the U.N. definition (< 20,000) the country was 53 percent rural. However, only 55 percent (6.1 million) of the 11.2 million rural inhabitants live on dispersed farms (see Table 1). In contrast, by the Colombian official division of 1,500 population between urban and rural, the country was only an estimated 37 percent rural, with about 80 percent of this population living on dispersed farms.

Table 1. Population by City Size and Dispersed Farm Locations in Colombia - 1976.

City Size	Number of Cities or Rural Communities	Percentage of Total	Total Population (in millions)	Rural, by U.N. definition (in millions)	Rural, by Colombia's definition (in millions)
< 500,000	4	27.5	5.8		
50,000 - 499,999	23	14.7	3.1		
20,000 - 49,999	31	4.4	.9		
10,000 - 19,999	62	4.4	.9	.9	
1,500 - 9,999	754	11.9	2.5	2.5	
50 - 1,499	4541	7.8	1.7	1.7	1.7
Dispersed Farms		29.3	6.1	6.1	6.1
	5415	100%	21.1	11.2	7.8
				(53%)	(37%)

Source: Unpublished calculations by the Marketing Group of the Ministry of Agriculture, based on a study of health conditions in rural communities by the Ministry of Health, 1974.

1/ With "urban" defined as localities of 20,000 or more inhabitants, in 1950, 1960, and 1970, the 20 countries of Latin America were 26, 33, and 41 percent respectively, urban. These are average figures, however, and do not reflect a good deal of heterogeneity in the urbanization process of the nations making up the region. (See United Nations, "Population Trends in the 1960's in Latin America: Some Implications for Development," Bulletin for Latin America, Vol. XIX, Nos. 1 and 2 (1974), pp. 75-125.)

This case points out the vagueness of the term "rural," but the main point it illustrates is that there are many village, small town, and small city populations which are also rural. Due to their locations a majority of their economically active population derives income from agriculture-related activities.1/ And inhabitants of these communities, like those in large urban areas, purchase much, if not all of their food supply. Yet very few studies of food distribution are made outside of large urban areas.

Assuming for the moment that a majority of the rural food supply is purchased, what are the possible important implications for small farmers and other rural residents?

First, nutrition studies are increasingly being redefined to include an interrelated set of variables instead of the isolated factors of health or macro food supply. The president of the Brazilian National Institute of Nutrition has suggested that solutions to problems of malnutrition depend on action in at least four major areas.2/

1) That there be sufficient supplies of food by quantity, quality, and composition to meet nutritional needs.
2) That the foods be available to and in consumable form for purchasing by all given segments of a population.
3) That the population have sufficient purchasing power to procure foods, along with the educational and cultural conditions to effectively choose those foods most nutritional.
4) That the population be in adequate medical-sanitary conditions to biologically utilize foods consumed.

The extent to which rural food distribution services are ineffective and high cost will influence both the quantity and quality of products available locally, as well as reduce the real purchasing power of rural consumers. Over the long-run, natural resource distribution and economies of location and aggregation generally lead to regional crop specialization and hence, a lack of local self-sufficiency in all foods necessary for a nutritious diet. This may provide the lowest cost food supply for large urban-area consumers, but it may also make it more difficult and costly for each local rural area to acquire an adequate variety of products.

Equally important, the convenient and economical availability of a partially or completely purchased food supply may be a strategic factor influencing farmers' willingness to adopt new yield-increasing and enterprise-specializing technologies. It is a generally accepted technical relationship

---

1/ For a discussion of how these rural towns are overloaded in rural development work, see: Chapter 6, "The Critical Role of Market Towns in Modernizing the Landscapes of Underdeveloped Countries," in E.A.J. Johnson, The Organization of Space in Developing Countries (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1970), pp. 178-207.

2/ Speech on the situation and perspective of world nutrition given by Dr. Bertoldo Kruese Grande de Arruda to the Primeira Jornada Afro-Brasileira de Medicina Tropical e Nutricao - Universidade Federal de Pernambuco, Recife - Reported in the Newspaper "O Povo," Fortaleza, Ceará, Brazil, February 12, 1977, page 5.

that some degree of specialization is necessary to increase productivity. This in turn implies, for a farm unit, dependence on an outside source of supply for some or all of its food supply. Thus, food ought to be considered similar to fertilizer, improved seeds, and other necessary inputs into a more productive farm-level transformation process. In fact, the availability of a nutritious food supply for farmers could carry a higher priority than other inputs, because it helps produce the physical and mental condition in farmers both to work and to learn new work methods.

And small farmers may be most affected. While their on-and-off farm income may barely permit more than a subsistence level of living, relatively few of these farmers follow complete crop diversification patterns, producing just for home consumption. What small amount of research there has been on production-consumption patterns tends to show that even relatively small farmers strive to produce one or a few cash crops from which to derive income to purchase consumption goods (mostly food) and basic agricultural inputs. Furthermore it is plausible, given economies of size to production and marketing activities, that small farmers can only survive as small farmers with a relatively high degree of enterprise (and region) specialization. Yet product markets are generally more risky under these conditions. Marketing research is beginning to show that there is no automatic "free hand" process working to assure the evolution of a system of marketing agents willing and able to reduce risk and uncertain market conditions for small farmers. And I hypothesize that there is no similar reason to expect an automatic evolution towards an innovative and cost-reducing group of sellers of food to small farmers and other rural residents. Small farmers may therefore receive from their food marketing systems a double disincentive to adopt new agricultural technologies.

Defining Rural Food Distribution Subsystems

For analytical purposes, food production-distribution systems (or simply, food systems) have been defined and subdivided into three levels of focus: farm or firm level, channel level, and general system level.1/ The channel level of analysis identifies a set of farms and marketing firms which perform value-adding processes through a closely linked sequence. The channel level of analysis may be carried out at a specific commodity or more general food distribution subsystem level. In these cases, subsystem studies are undertaken which shift the focal point of analysis from farm and marketing firms acting as individuals, to one of them acting as a relatively close group, exchanging information, products, and services in order to satisfy final channel demand.

Marion has defined two important variables of interest in subsystem studies.2/

1/ Kelly M. Harrison, et. al., "Improving Food Marketing Systems in Developing Countries: Experiences from Latin America," (East Lansing, Michigan), Michigan State University, 1975, p. 94.

2/ B. W. Marion, "Vertical Coordination and Exchange Arrangements: Concepts and Hypotheses," paper presented at Seminar on Coordination and Exchange in Agricultural Subsectors, North Central Regional Research Project 117 (Chicago, Illinois, November 14-15, 1974), p. 3.

Vertical Organization refers to the structural anatomy of a subsystem. It includes studying the functions that are performed, the number of stages, the proprietary and authority structure, and the institutions and arrangements that are an integral part.

Vertical Coordination, on the other hand, is a process. It refers to those activities that integrate and synchronize the functional inputs of subsystems in total response to market demand.

Principal goals of subsystem research are to identify and understand vertical organization and to discover existing barriers to more effective vertical coordination.

Knowledge of overall food systems in many Latin American countries is growing rapidly. The MSU-LAMP approach to food system reform developed through a primary spatial focus on metropolitan or large urban centers and their food supply areas.1/ Rural-urban relationships are examined in the context of the agricultural commodity subsystems serving these large metropolitan demand centers. Needs of farm-level production and related product assembly operations are generally studied in order to discover ways to more efficiently and effectively (particularly with less risk) connect them to major urban demand centers.

I submit that it is also necessary to examine rural distribution processes and to better understand how these relate to large urban distribution and commodity subsystems making up regional and national economies. A chart showing rural distribution participants, as well as urban and commodity subsystem ones, is shown in Figure 1. This abstracts from specific market geography dimensions and multiple-commodity and distribution processes potentially existing in similar regions of a given country. The figure is intended to show a more complete set of potential food system participants grouped into useful and manageable research units. And it forms a beginning estimate of feasible economic coordination and product/service flows within and among subsystems (shown by the lines connecting participants).

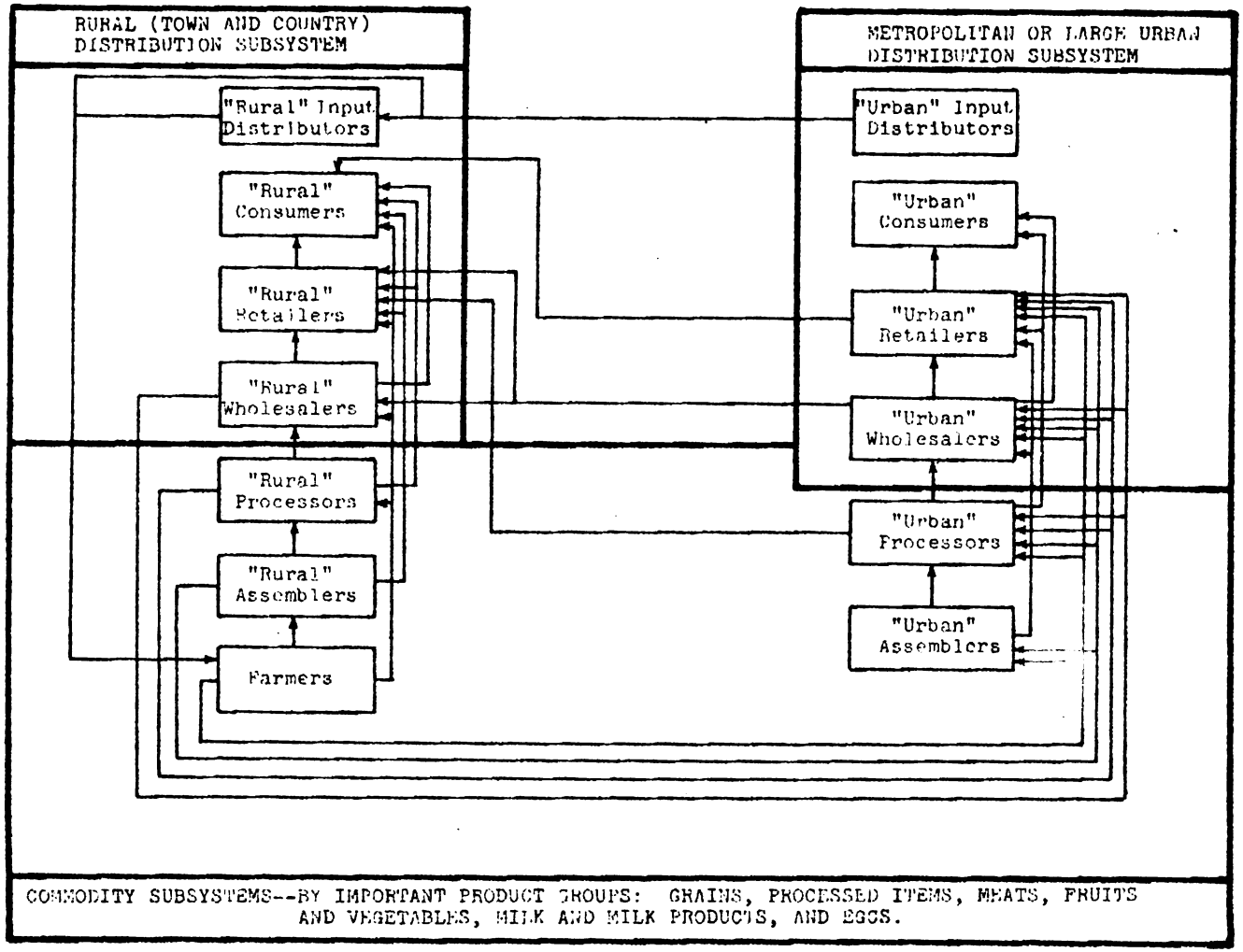
The figure can likewise be used to illustrate graphically how past analysis has concentrated geographically upon relationships within rural food production and assembly areas (shown in the bottom half of the figure) and their major metropolitan demand center (shown in the upper right-hand side of the figure). It also delineates where rural food distribution participants fit into the system and allows for the possible supply of rural areas directly by local farmers or indirectly via large urban marketing agents who are, in turn, linked into other production regions of a country.

A suggested set of core retail marketing agents necessary for a subsystem analysis of rural food distribution processes would include traditional merchants located in various types of periodic and permanent

---

1/ Harrison, op. cit., p. 8.

FIGURE 1 RELATIONSHIPS AMONG COMMODITY AND DISTRIBUTION SUBSYSTEMS IN A FOOD SYSTEM



market places. Many economic anthropology, geography, and marketing researchers have described and, to a certain extent, analyzed these marketing agents.1/ Generally, other rural retailers located in independent shops in dispersed rural areas, in rural villages, and rural towns have sometimes been recognized but not included, so as to study the entire universe of merchants as an interrelated set. Nor have the wholesale and direct farm supply processes of these rural retailers been studied. For this reason, it is suggested that rural food distribution subsystems incorporate all local retailers and wholesalers and the primary procurement arrangements among rural and large urban merchants.

Focusing on actions of all of these participants as a highly interrelated set of activities helps to discover how limitations or improvement in one component influences others. It likewise helps to identify needed managerial/technological and institutional innovations that may be unprofitable or unavailable to individuals, but if somehow adopted simultaneously by all participants, would yield substantial subsystem-wide improvements. Overall subsystem results thus flow from the completion of many different but closely related functions by all participants.

Marketing Geography Concept

Another necessary qualifying dimension concerns the geography of rural marketing processes. To clearly focus on interregional as well as local exchange, I further suggest defining separate rural distribution subsystems by the geographical boundaries of local regions within a country. This is done because farmers and other rural residents in developing countries, as a rule, do not interact socially, politically, or economically, over the entire space of their particular national boundaries. Nor are they confined only to interest with their closest farm or local village neighbors. Instead, most of their personal exchanges take place within a local region that includes the immediate country side, a number of smaller villages or towns, and one or two larger towns which function as local centers for public and private services. Higher levels of exchange, then, are carried on among regions.

A group of economic anthropologists has stressed the importance of studying rural markets as components of local socio-economic systems. They denote such regions as horizontal or sectional markets, as contrasted to vertical or national network markets.

> . . . there (within local regions or horizontal markets) the "problem" is seen not at the level of the enterprise or the village, but at the regional level. For, in order to have the marketplace successfully serve as the source of goods missing

---

1/ For an excellent topical review, see R. J. Bromley and R. Symanski, "Marketplace Trade in Latin America," Latin American Research Review, Vol. IX, No. 3 (1974), pp. 3-38.

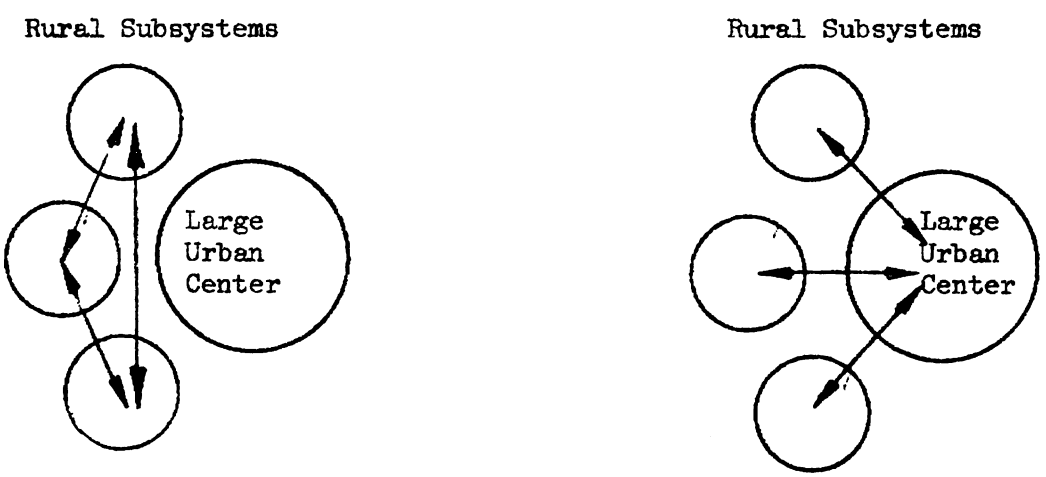
from the inventory of any individual peasant, the regional production (and exchange) system must be working well.1/

In many countries of Latin America, local regions are the territory enclosed within the county (municipio) government administrative unit. Although in the case of very small counties with few towns, the local region may include a group of counties. Whatever the boundary, the concept is that an identifiable local region constitutes the primary rural habitat in which residents define and carry out a majority of the social and economic events in their daily lives, including the production and/or purchase of their food supply and other consumer goods.

These local regions would thus constitute separate food distribution subsystems made up of all rural and urban consumers, retailers, and wholesalers within the identified geographical boundaries. Hence, many rural distribution subsystems exist in each county. Aggregating across all subsystems will give a national macro perspective of rural distribution processes. Studying the detail of participants and processes within separate subsystems, and how various subsystems relate to each other, will give micro detail necessary to design realistic and workable national, as well as local, reforms.

Figure 2. shows two alternative ways rural distribution subsystems might relate to one major metropolitan center. If each of the rural county

Figure 2. Alternative Linkages Among Rural Distribution Subsystems.



1/ Martin Diskin, "Marketing Problems of Small Farmers," paper presented at the Agricultural Development Council, Inc./RTN Workshop on Small Farmer Marketing, East Lansing, Michigan, June 6-7, 1974; p. 2.

See also Carol A. Smith, "Economics of Marketing Systems: Modeled from Economic Geography," Annual Review of Anthropology, Vol. 3 (1974), pp. 167-201. In this excellent review article, Smith concludes: ". . .without the regional system context that Geographical models can provide, anthropological marketing studies will not tell us a great deal more than we already know about the economic determinants of peasant behavior."

or multi-county subsystems was not internally self-sufficient in food, an important question is how to most effectively promote exchange among them. Regional wholesale services of concentration and redistribution could become important as levels of specialization increase. And it might become important to design transportation infrastructure to not only move surplus products out to major demand centers, but also to facilitate inter- and intra-regional exchange.

RESULTS FROM AN ANALYSIS OF RURAL FOOD DISTRIBUTION IN COSTA RICA

The author participated for two years in a problem solving effort undertaken by a task force of Costa Rican technicians from various public sector agencies. One of the jobs of this group was to conduct feasibility studies of various public food market loan requests submitted by Costa Rican county government units and to undertake related extension work with national and county policy makers.1/ These loan requests had been submitted to the Instituto de Fomento y Asesoria Municipal - IFAM - which was established in Costa Rica in 1970 to provide long-term credit and technical assistance to county government units.

The creation of IFAM was an important part of a county government reform program aimed at strengthening local participation in decisions determining the pace and quality of rural development. As part of the 1971-74 agricultural sector program, a series of studies were carried out on local government and community development in rural areas of the country.2/ Investment in rural infrastructure was judged inadequate, as was local organization, initiative and problem solving capacity. Improving these was seen as a strategic component of a more general effort to slow off-farm and rural county out-migration to the San José metropolitan region of the country.

Upon beginning operations, IFAM received requests from some ten rural county governments to assist in financing the remodeling and/or construction of traditional public food markets.3/ These were to be located in county seats; at that time 25 of Costa Rica's 50 rural county seat towns had some kind of municipally-owned food market where space is rented to merchants and farmers (primarily to merchants) to buy and sell food and agricultural products. And in Costa Rica, as is the case in many rural areas of other Latin American countries, these markets are often antiquated facilities. Physical

---

1/ The term "county" used throughout this paper refers to the Spanish term canton or municipalidad. County seat refers to the cabecera de canton.

2/ Agencia Para el Desarrollo Internacional (USAID), Programa de Desarrollo Agropecuario 1971-74 (San José: USAID), 1970, Chapter VII.

3/ Defining a "rural" county as one having more than 50 percent of its total labor force employed directly in agriculture, in 1973 Costa Rica had 80 total counties, 50 of which could be defined as rural. Approximately 60 percent of the country's population lives in these rural areas, including on-the-farm, village, and county seat town inhabitants.

congestion within and around them, and in the surrounding central business districts is generally growing rapidly. Costa Rican local policy makers generally assumed that new and/or improved markets would meet present and future needs by, first, alleviating congestion and developing county seat central business districts and, second, by serving as market outlets for farmers, distribution nodes for wholesalers and retailers, and supply points for on-farm, village and county seat-located consumers.

Research results reported here concerning these projects are from two detailed case studies: Naranjo and Puriscal counties. Each of these is referred to as a rural distribution subsystem. Naranjo county has a total population of approximately 20,000 with 30 percent living in the county seat, an estimated 30 percent in small and large rural villages and the remainder on dispersed farms. Puriscal has 25,000 inhabitants with only about 10 percent living in the county seat, another 20 percent in villages and the remaining 70 percent on dispersed farms. Primary data were collected among core subsystem participants: approximately 5 percent of urban and rural consumers were surveyed concerning food consumption habits according to major food groups, and some 50 percent of the retailers and wholesalers in each county were sampled concerning business operation and product procurement patterns. A retail food price survey was also completed in 13 stores in each county. These data were first analyzed in Costa Rica and results reported in a number of IFAM publications.1/ Later, additional analysis was completed on campus at Michigan State University.2/ All results reported here are from analysis in the later study, although many of the same findings are shown in the PIMA publications.

Naranjo and Puriscal counties have 58 percent and 71 percent respectively of their economically active population employed in agriculture. Coffee, sugar cane, corn, beans, tobacco and rice (for Puriscal) are the major crops in both counties, with Naranjo depending very heavily on coffee and Puriscal more on a balance among these crops. Puriscal is also an important beef producer. Still, in these counties (and most other areas of Costa Rica) agricultural specialization has progressed to the point where farmers and town-located consumers are primarily dependent on purchased food supplies rather than farm perquisites. Data in Table 2. show the consumption practices

---

1/ PIMA (Programa Integral de Mercadeo Agropecuario), Estudio Sobre el Mercadeo de Alimentos, la Remodelación del Mercado Municipal y la Terminal de Autobuses en el Canton de Naranjo (San José, Costa Rica: IFAM, 1974).

PIMA, Estudio Sobre el Mercadeo de Alimentos y la Remodelación del Mercado Municipal en el Canton de Puriscal (San José, Costa Rica: IFAM, 1974).

PIMA, Proyectos de Mercadeo a Nivel Cantonal: Política y Metodologia de Evaluación para el IFAM, Informe Preliminar (San José, Costa Rica: IFAM, 1974).

2/ Michael T. Weber, "An Analysis of Rural Food Distribution in Costa Rica," unpublished Ph.D. dissertation, Michigan State University, 1976, pp. pp. 23-27.

Table 2. Puriscal County Family Consumption Habits for Selected Food Groups

Area of County and Food Group	Percentage of Families Purchasing for Consumption	Percentage of Families Producing for Consumption	Percentage of Families Not Consuming
County Seat			
Bread	86	---	14
Milk	58	19	23
Eggs	65	28	7
Fruit + Vegetables	81	9	10
Meat	79	---	21
Grains	95	2	3
Processed Foods	100	---	---
Rural Areas[1/]			
Bread	80	1	19
Milk	22	44	36
Eggs	10	83	7
Fruit + Vegetables	33	55	12
Meat	66	6	28
Grains	74	24	2
Processed Foods	98	---	2

1/ Rural areas include nucleated and dispersed population.

Source: Michael T. Weber, op. cit., p. 124.

of families in Puriscal county. As would be expected, milk, eggs, and vegetables and fruits were the foods most commonly produced for home consumption. Still, aggregate colon value estimates of farm perquisites represented only 24 percent of the value of total food consumed. (It was only 8 percent in Naranjo county.) And for both counties, family expenditures on purchased food represented from 45 to 50 percent of total cash income.

In studying where these rural county consumers procure their food supplies, problems were found with the physical state of repair, general operation, and traffic congestion surrounding county seat public food markets. A greater need for planned and organized development of central business districts and related commercial activity was also identified. Yet food merchants operating in public markets represent only one portion of a more complex and interrelated (although largely unrecognized by local policy makers) food distribution system serving county residents. Efforts to improve the performance of these marketing processes must consider a broad set of participants and not just those who have traditionally marketed food from stalls in the public market.

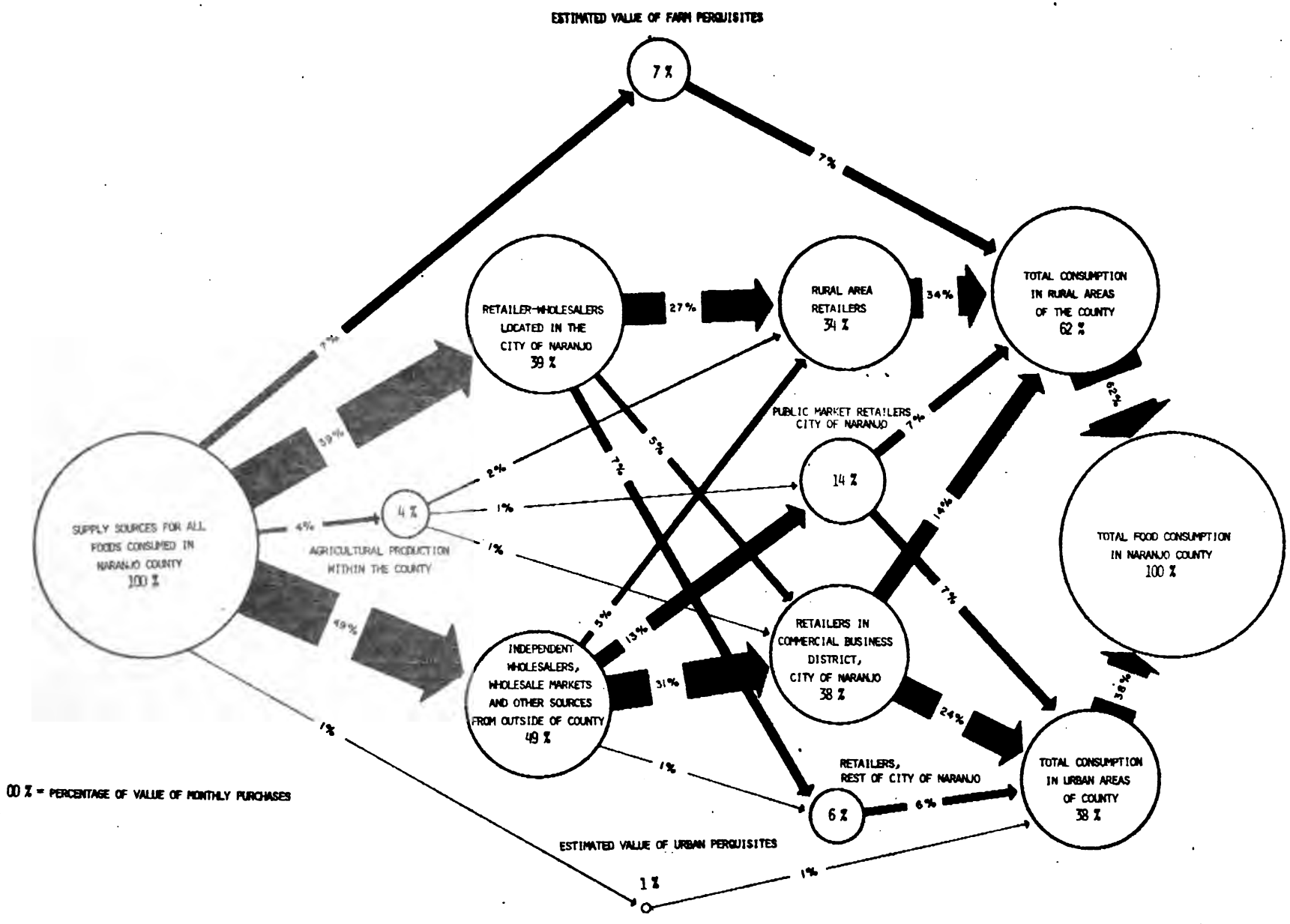
Table 3. Number of Food Merchants by Type and Location in Counties.

Type of Merchant and Location in Counties	Total Number of Food Merchants	
	Naranjo	Puriscal
Inside Public Market in County Seat Town		
Grain and Processed Item Stalls	4	8
Fruit and Vegetable Stalls	12	14
Meat and Fish Stalls	5	0
Inside Commercial Business District of County Seat Town		
Small Grocery Stores1/	8	7
Retail/Wholesale Grocery Stores	4	2
Wholesale Grocery Stores	1	0
CNP (State) Retail Store	1	1
Meat Stores	0	4
Remaining Area of County Seat Town		
Small Grocery Stores1/	19	13
Rural Areas of County (Nucleated plus Dispersed Population)		
Small Grocery Stores1/	80	104
Meat Stores	0	2
Total for Each County	133	159

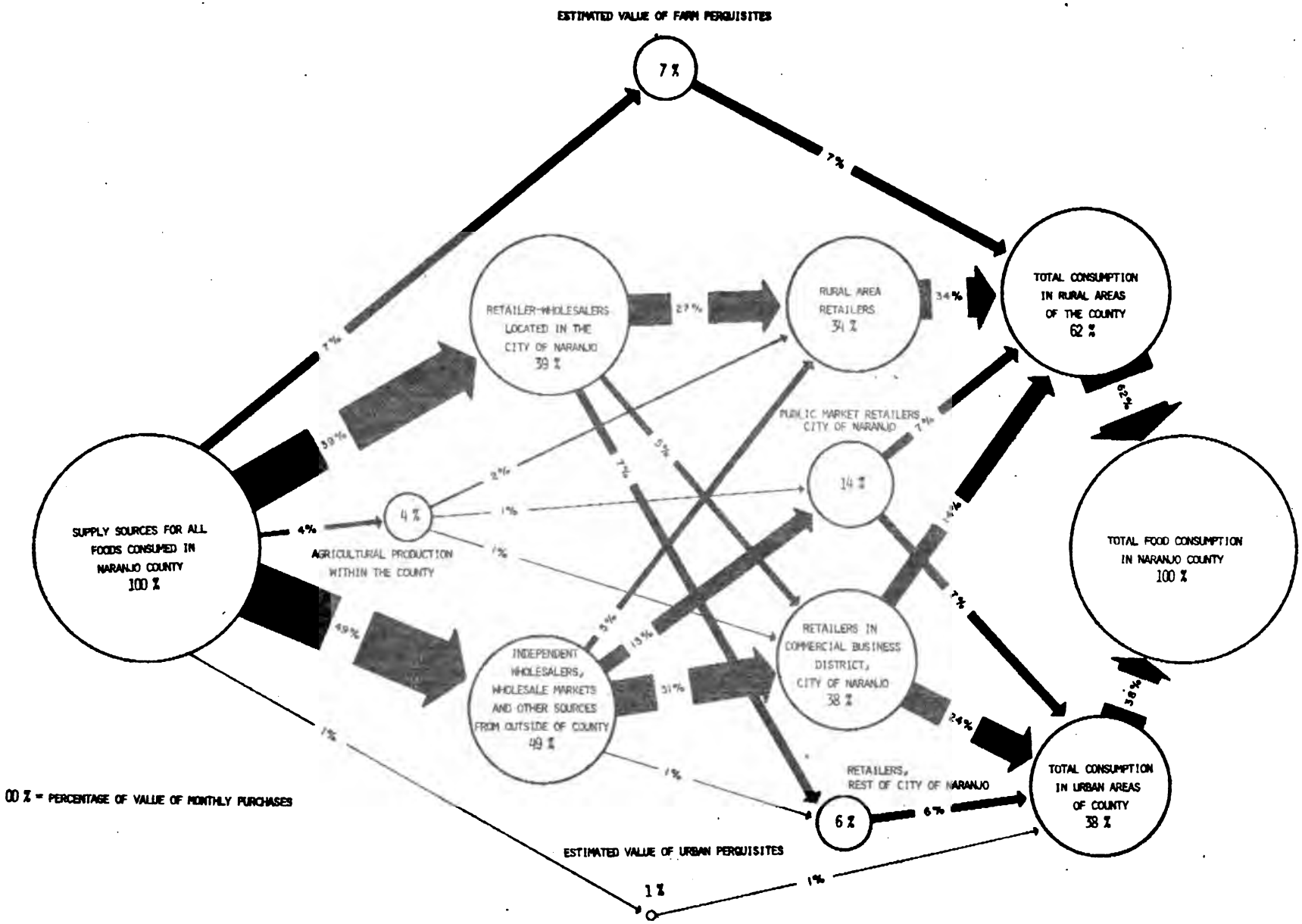
1/ About 50% of these stores also sell liquor.

Source: Michael T. Weber, op. cit., p. 106.

Table 3. shows the large number of food merchants in each county and Map 1. summarizes supply channels for Naranjo county, giving an indication of the relative volume of sales moving through alternative outlets. Distribution processes within these subsystems are both complex and usually unrecognized by casual observation, since a relatively large number of small-scale grocery stores located in rural areas (and neighborhoods of the county



Map 1. Consumer and Retailer Supply Sources for all Foods: Naranjo County, 1973.



Map 1. Consumer and Retailer Supply Sources for all Foods: Naranjo County, 1973.

seats) supply as much as half of the food purchased by county residents. Across urban and rural areas of both counties (and most others in the country) there is an average of one food store for every 25 families. Located in rural areas (villages and dispersed farms) there is an average of one store for every 30 to 35 families.

Prices for basic food items were found to be generally higher in these rural outlets. The State owned and operated retail stores in each county seat had the lowest prices on all items studied, while the larger volume retail/wholesale outlets were the next lowest price sellers on most products. Compared to the State stores, rural outlets' prices were from 5 to 40 percent higher. Notwithstanding these higher prices, consumers' patronage in rural outlets is explained by the locational convenience and, when needed, the availability of sales on credit. And contrary to conventional wisdom, locational convenience was found to be twice as important as credit availability. Moreover, the importance of local, convenient sales of many basic food items for the village and dispersed farm populations cannot be explained by a lack of alternative retail outlets. A majority of consumers have access to daily bus transportation between outlying areas of townships and county seats. In fact, they generally go to county seats via these modes to shop for perishables, non-food consumer goods, and agricultural inputs.

Public market retailers form a part of local food distribution subsystems, but their estimated share of total monthly sales ranged from 25 percent in Naranjo to 15 percent in Puriscal. Sales here are relatively specialized in perishable items: consumers from both county seat and rural areas patronize them because they usually tend to be the only place where such products are sold. Larger scale retailer-wholesalers in each county seat command the largest single market share (and are growing), competing favorably with State CNP outlets for lowest prices and in providing a broad line of grain and processed food items. These merchants clearly are the most dynamic elements in the local systems and have a potential to begin to improve vertical coordination and thus to lower costs and improve the quality of wholesale services available to a majority of the small local retailers. Yet little has been done to promote such changes and, due to their volume of operation and strategic position as both the largest retailers and only wholesalers, they also represent potentially strong geographic monopolies in the local system.

The food distribution subsystems identified in each county are not independent but are closely integrated into national markets and the San José metropolitan distribution subsystem. Larger and more mobile outlets from each rural county procure supplies directly from San José area suppliers, while smaller rural and neighborhood outlets depend for a majority of their provisions upon local retailer-wholesalers who purchase from these national sources.

Finally, the smaller retailers in both counties face a number of important store operation and procurement problems which must be considered in order to begin to improve performance. Managing credit sales to consumers, overcoming the lack of operating funds, obtaining access to credit to purchase refrigeration and other equipment, and dealing with transportation, procurement and product quality problems are all important concerns. The use of public resources to design strategies and specific projects to meet these needs

is an important, albeit still generally unrecognized, competitor with the demand for resources to improve public markets.

A Benefit/Cost Analysis of Proposed Market Projects

A financial analysis was also performed on the Naranjo (and Grecia) projects, utilizing private consulting firm estimates of building and other costs, and potential rents.1/ Base calculations of internal rates of return (IRR) found projects to be poor potential investments compared to the cost of borrowed funds necessary to implement them. For example, the Naranjo county project was projected to earn a 0.4 percent IRR on investments having out-of-pocket interest rate costs for the county government of 8 percent. And a sensitivity analysis examining simple and complex cases of alternative rental rates and operating costs showed tenuous financial returns and substantial risk could be realistically expected. Present market shares and growth trends of the various retailing groups in the county suggest that demand will decline for market stall space and will increasingly come from small merchants who will pressure county officials to keep rental fees low. In all probability, it was estimated that implementing the market project as proposed by the local consulting firm would result in retailers receiving substantial subsidies from county resources. (e.g. The Naranjo county government, in discounted terms, could easily provide each market retailer free yearly rent at 1.5 times the rate actually paid.)

Of course, the financial review is not sufficient to accept or reject the Naranjo and other projects. County governments may not expect to recover financial costs involved in building and operating the markets, yet projects may still be necessary because they produce direct and indirect social benefits available for local consumers and other food system participants, but which are not directly recoverable by local government. Unfortunately, the economic benefit/cost analysis also indicated that the Naranjo, Puriscal and other projects could not be recommended for their social or dynamic impact. A general conclusion was that projects would likely neither achieve narrow goals of improved performance from public market retailers, nor achieve broader goals of improved performance from overall county food distribution processes.

Not unlike many marketing infrastructure projects, the public market feasibility studies did not define business problems or expected linkages between new physical facilities and changes in behavior. Nor did projects designed call for anything more than expanded and remodeled buildings. It is likely that Naranjo and Puriscal proposed facilities would have helped reduce project deterioration due to poor ventilation and inadequate protection from rain. But they would have done nothing to reduce retailer-identified procurement problems affecting both product quality and cost, or to provide access to operating and investment credit needed to improve business operations. Nor did they consider improved internal market management and product exhibition technologies to deal with underlying traditional retailer operation techniques.

1/ No financial analysis was done on the Puriscal project due to a lack of adequate data. Another county, Grecia, had already built a new market and good cost and expected rental data were available, so it was included in the financial analysis.

And general conclusions from the study of public market problems in Costa Rica are that these latter management practices, instead of poor physical facilities, are more likely to cause shopper congestion and relatively inefficient use of existing markets. By only providing new commercial space and ignoring these other behavioral factors, there was no reason to predict real productivity improvements.

Predictions about future market shares of county seat public market retailers were not encouraging. On the one hand, markets are becoming more specialized in meat and produce sales. If the larger retailer-wholesalers found in most county seats of the country adopt broad staple and perishable product lines, public market retailers could find it difficult to compete. Consumers in Naranjo and Puriscal were found to already show strong patronage preferences for the improved services and lower prices available from retailer-wholesalers. And given the rapid movement towards broad-line supermarkets in the large urban areas of Costa Rica, such changes in rural county seats seem imminent.

On the other hand, rural (village and dispersed rural) consumers showed a preference for the convenience and credit available from the small grocery stores located relatively close by. Cross section income and food expenditure analysis performed did show that lower income consumers tend to be the heaviest users of rural stores, shifting some purchases to county seat outlets as incomes increase. Yet it is still not likely that future increases in family income will improve the market shares of public market outlets. Given the preference identified for local shopping convenience, if selected rural stores could offer a better selection of staple and perishable items at more economical prices, an important question is whether a majority of rural consumers would shop in them.

In summary, then, given the consumption habits, patronage patterns, and price levels identified in the analysis of Naranjo and Puriscal county food distribution subsystems, it is clear that projects to help improve the distribution of the rural food supply must do more than just focus on local public food markets. Research is necessary to design specific projects to reach product procurement and in-store management procedures of the small rural and neighborhood, as well as the public market retailer.

Another comment is important concerning the potential role of county seat public markets in improving farmers' product markets. This is an area where analysis show the proposed Naranjo, Puriscal and other projects in Costa Rica to be most inappropriate. Consider, first of all, that agricultural production and assembly in each county is relatively specialized and that public markets usually play no function in these product marketing processes. In Naranjo county, even the relatively small commercial fruit and vegetable producers preferred to bypass the local public market and be linked as directly as possible into the national wholesale market operating in San José. In Puriscal there were circumstances where the streets and some warehouses around county seat public markets serve as convenient transaction points for local farmers and trucker-buyers. There may be a need for specific infrastructure and facilitating regulations to serve these. But it is generally disfunctional and uneconomic to consider such processes similar to those normally carried out in public retail markets. Assembly buyers and sellers deal in larger volumes, requiring temporary warehouse and ample parking and vehicle maneuvering

space. Locating there inside or adjacent to retail markets only adds to congestion. It likewise is not an economical use of relatively expensive central business district land area because it is only occasionally used.

RECOMMENDATIONS AND RESEARCH QUESTIONS

The general purpose of my paper has been to provide an opportunity to present ideas and identify possible priority problems in the area of rural food distribution. In the first section I sought to conceptualize the potential importance of rural food distribution processes and to suggest some important dimensions to be included in studies of how to better understand and improve these marketing processes. The second section reviewed research findings from studies of rural food markets and other rural distribution variables in Costa Rica. Given the gap in knowledge about these rural components of food systems in Latin American countries I would like to conclude by paper by attempting to generalize from the Costa Rican experience and other observations I have made in Colombia and Brazil.[1/]

On the one hand, I recognize the riskiness of such action, since so little is really known about rural food distribution and the Costa Rican study may, in part, be a-typical due to the size of the country and its relative level of development. But on the other hand, Costa Rica may be a bellweather for problems which other countries of the hemisphere might encounter as rural development progresses. And I also think there is sufficient evidence to support a conclusion that rural food distribution processes are important variables to be included in rural development programs throughout Latin America. Hence, I hope that my paper and resulting discussions in this seminar will help to identify strategies for moving forward with this task.

My comments will be organized around two general topic areas which flow from the work in Costa Rica: 1) narrower but important issues of how to improve public market projects, and 2) broader issues of how to better understand and develop additional projects to more realistically and effectively improve performance from the entire set of participants in rural food distribution subsystems.

Let me begin with public or municipal markets. At first this may appear as a relatively unimportant issue, but the tradition in Latin American

---

1/ The need for improved knowledge of rural distribution processes does not appear to be limited to Latin American and other developing countries. In his review of over 700 research efforts dealing with efficiency in various parts of the United States' marketing system for agricultural products, Ben French concluded that this is a neglected area in the U.S., since there have been so few studies of rural retail service operations, such as farm machinery dealers, farm supply operations, and grocery stores. (See Ben C. French, The Analysis of Productive Efficiency in Agricultural Marketing--Models, Methods, and Progress (Davis, California: University of California, Department of Agricultural Economics, 1973), pp. 104-105.

countries of local governments investing resources to improve public markets is strong. It is true that in large urban areas of the continent, the role of public retail markets is declining in importance, and there has been substantial research directed towards understanding these changes.1/ In my experience, however, public market infrastructure projects still represent the aspiration of many smaller city and town mayors and other rural county policy makers. In the aggregate, likely investments are quite large. However, resources invested in these projects usually come from national (as versus international) funding agencies and therefore less emphasis is placed on detailed feasibility studies. City engineers and local architectural/engineering consulting firms with little experience in marketing are drawn upon to design projects. And, due to the traditional political rewards of inaugurating attractive new markets, these planners are often implicitly encouraged to design fairly high-cost facilities.

The analysis from Costa Rica shows clearly that selected new or remodeled facilities may sometimes be warranted, but that traditional types of markets are very poor financial investments for local governments. And they do not generally solve underlying retail management and market organizational problems. Therefore I would recommend that the IICA Hemispheric Marketing Program undertake the role of coordinator of a special project to develop and widely distribute educational materials on designing low-cost and more effective improvements of retail markets in small cities, towns and other communities in rural areas. The primary uses of these materials would be national level public marketing agencies, municipal or county government credit and technical assistance agencies, and private consulting firms who often prepare projects for local government units.

A certain amount of research would likely be required as part of developing the educational materials. Results from specific case studies like the one in Costa Rica could be drawn upon to design other more detailed evaluations. Perhaps certain BID-financed retail markets could also be evaluated. And perhaps FAO could organize a regional conference on rural markets and food distribution systems. Results for each of these activities could be drawn together to identify marketing engineering/architectural problems, and alternative solutions. The following guidelines from Costa Rica are examples of items which, among others, could be explained in detail.

Suggested General Market Design Guidelines

1. Public market-type new or remodeled constructions must be flexible and potentially multi-use facilities since market shares and product sales technologies of these retailers are in a process of rapid change.

2. Remodel whenever possible with low-cost alternatives to obtain better utilization of existing space before additional sales space is added. This has two purposes: a) to test the future market power of present retailers under more favorable conditions of improved facilities,

---

1/ See: FAO - Development of Food Marketing Systems for Large Urban Areas: Latin America. (Rome: Food and Agricultural Organization of the

and, b) to experiment with the potential future financial viability of public commerical rental properties before expensive and generally non-recoverable investments are made.

3. Study carefully the existing set of market occupants and rental rates, and compare these with similar charges in central business district, private locations. Consider special projects to obtain commerical bank credit for some public market users to construct their own commercial buildings.

4. Use low-cost and innovative construction techniques to improve physical attractiveness and commercial value of existing markets. Look for practical ways to improve natural ventilation and use artificial lighting as much as possible. In all cases, improve artificial lighting to give more attractive sales appeal to merchandise sold by market retailers. This includes giving practical training courses to stall operators on product exhibition techniques and the importance of good lighting. Also, look for and design remodeled stalls for easy floor cleaning (including washing).

5. Develop and experiment with techniques to revitalize unused or overly congested sales space at certain entrances and interior sections of markets. In general, carefully study the potential drawing power of retailers, and shoppers' behavior, in order to discover other ways to influence consumer traffic flows outside, into, and within markets.

6. Experiment with low-cost and relatively easily changeable designs for vegetable stall configurations and product display cases which give better vertical space utilization and storage space but still are adaptable to retailers' cultural traits for serving customers. This requires that a functionally-oriented engineer or architect observe and study existing practices, and be guided by low-cost and flexible design principles when experimenting with alternatives.

7. As a general rule, do not use interior sections of markets for agricultural product assembly processes. Look for ways to accommodate them in new decentralized locations, or in streets around or under overhangs of markets. Manage potential congestion by fixing different hours of operation for different processes, and by controlling vehicle traffic and parking flows around markets and generally within central business districts. Also consider moving certain product and vehicle traffic flow generators away from markets and central points of central business districts. In general, the results from applying and enforcing these simple rules of behavior are quite cost-effective compared to expensive building programs for public markets.

Research to Develop Alternative Reform Projects

I would now like to focus on other potential reforms to improve additional dimensions of rural food distribution. Simple exchange occurs even in subsistence economies, and as rural area growth and development accelerates, small and large agricultural producers are rapidly drawn into more specialized exchange systems. Farmers not only sell, but also buy food, as well as other consumer goods and agricultural production inputs. I suggest that the convenient and economical availability of a partially or completely purchased food supply may be a strategic factor influencing

farmers' willingness to adopt new yield-increasing, and enterprise specializing technologies. Many other researchers view the economic and timely availability of non-food consumer goods as incentives for farmers to expand commercial sales of agricultural commodities. Yet much more research is needed examining small and large farmers' production/consumption paths over time in order to effectively test these hypotheses. Likewise, more should be known about the potential need of farm production credit to finance consumption. For small farmers in many countries of Latin America, the ability to use production credit to purchase food and other basic consumpti goods may be necessary to break tied selling agreements which farmers are sometimes forced to make to local merchants who supply food during crop planting and growing periods.

We also need to study the relationship between nutrition and market: services. Low income consumers in both urban and rural areas of Costa Rica and other countries purchase a majority of their food supply from small-sca and relatively high-cost/high-price retailers located in immediate neighborhoods and rural locations. Thus, additional dimensions of country level nutrition programs may require projects to 1) lower the costs of products a related marketing services provided by small-scale, local retailers, and 2) improve the quality and assortment of products sold. Research to accomplis these objectives should be aimed at marketing agents and processes in both large urban and rural areas, since many system-wide improvements will tend serve both. A fair amount of urban distribution descriptive and problem identification research is available. New studies can now focus on specifi problems, and on designing public strategies to promote management, product procurement, and other organization methods for lowering costs and better coordinating activities of retailers and wholesalers.

In rural areas, additional research is suggested to identify and be understand the economics of dispersed and village-located retailing. A ser of case studies of outlets in different subsystem locations could identify specific costs of existing and new potential levels of service, given local demand. Another important research goal here is to derive a bench mark fro which the cost of alternative product lines, scales of operation, and retai wholesaler supply arrangements can be compared. The case studies should al help to understand existing consumer patronage and product supply problems, and indicate priority areas where public sector action programs could help improve services and lower operating costs of both retailers and wholesaler

The most difficult part of this research is to identify alternative methods of operation of retailers and wholesalers which would, in fact, res in better services and lower final product prices. An advantage of doing a number of case studies of various retailers and wholesalers is that it ofte identifies different methods of operation (some more productive than others and thereby indicates under what conditions realistic improvement might be forthcoming. In the Costa Rican case, it was suggested that three possible alternative retailer-wholesaler coordination and supply mechanisms be furth analysed:

1. Consider the economics and management needs of forming rural (dispersed and village) retailers into a cooperative-type, cash-and-carry chain like others in Costa Rica. A case study of the retail chain in Greci county would be particularly useful in identifying cost-saving areas and

2. Consider the alternative of working with existing wholesalers and wholesaler-retailers in rural county seats to develop a retailer product supply and management assistance service.

3. Consider changing selected CNP (State) retail outlets in rural county seats into wholesale suppliers which would provide a broader line of items, delivery service, and supplier credit.

As these kinds of vertical coordination alternatives are examined in Costa Rica and other countries, it is important to look carefully at the supply arrangements available to the rural wholesalers. This is especially necessary in the context of the large urban area, wholesale market reforms being carried out in many Latin American countries. To date, most of the justification for undertaking these wholesale reform projects derives from problems identified within large urban areas themselves. Yet we need to better understand the role which improved wholesale services play in integrating national markets, and in facilitating exchange and specialization among areas of regional market hinterlands.

Finally, two additional related research areas, which have been largely excluded from my paper, warrant further analysis.

1. Rural public markets and other institutions for improving product assembly processes to move locally produced commodities to large urban demand centers, and to other rural consumption areas.

2. The economics of distributing agricultural inputs and non-food consumer goods through regional and local market channels, and the relationship between these channels and those of food distribution subsystems.

16 MAY 1980

20 NOV 1981

8 NOV 1982

ICER Nº 116 v. 1

Autor: Simposio Latinoamericano sobre Estrategias de Comercialización para el desarrollo...

Título

Fecha Devolución	Nombre del solicitante
20 NOV 1981	microfiches.
8 NOV 1982	Microfichas