

Cómo citar el artículo

Hernández-Valencia, R.A. & Lasso-Ramírez, N.C. (2016). Transacciones de pequeños productores del campo en municipios de Risaralda. Factores que las determinan. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 47, 154-172. Recuperado de <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/748/1274>

Transacciones de pequeños productores del campo en municipios de Risaralda. Factores que las determinan*

Transactions of Minor Farmers in Municipalities of Risaralda (Colombia) and Factors affecting them

Transactions des petits fermiers dans municipalités de Risaralda (Colombie) et facteurs qui les déterminent

* Artículo de Investigación científica y tecnológica resultado del proyecto "Redes de relaciones de los pequeños productores del campo", financiado por el Comité Nacional para el Desarrollo de la Investigación de la Universidad Cooperativa de Colombia (CONADI), 2015. Grupo de Investigación Centro de Investigaciones Sociales Universidad Cooperativa Pereira -CISUCP-.

Ramón Albeiro Hernández-Valencia

Doctor en Humanidades por la Universitat Internacional de Catalunya (UIC)
Docente de la Universidad Cooperativa de Colombia, Sede Pereira
ramon.hernandezv@campusucc.edu.co, ralbeiro@yahoo.com

Norma Constanza Lasso-Ramírez

Magíster en Administración Económica y Financiera de la
Universidad Tecnológica de Pereira (UTP)
Coordinadora Académica EAFIT Pereira.
nlassor@eafit.edu.co , nlasso@hotmail.com

Recibido: 19 de mayo de 2015

Evaluated: 20 de agosto de 2015

Aprobado: 14 de diciembre de 2015

Tipo de artículo: Investigación científica y tecnológica

Resumen

Se estudia cómo las transacciones de los pequeños productores del campo, en el departamento de Risaralda, están determinadas por las condiciones de producción, asociatividad y capital social. Se procesa una encuesta aplicada a 190 productores del campo localizados en seis municipios y 73 veredas del departamento de Risaralda. Los pequeños productores del campo son afectados por las desiguales condiciones de transacción, por la precaria infraestructura y por las dificultades de acceso a los servicios sociales. Se encuentra que el fortalecimiento de las asociaciones y del capital social son factores que pueden incidir favorablemente en las transacciones de los productores del campo.

Palabras clave

Asociatividad, Capital social, Comercialización, Producción, Transacciones.

Abstract

This article analyzes how the transactions of minor farmers of the department of Risaralda (Colombia) are determined by the conditions of production, associativity and social capital. A survey with 190 producers of six municipalities and 73 farm communities of the department of Risaralda was performed. The minor farmers are affected by the

unequal conditions of transaction, by the precarious infrastructure and by the difficulties for accessing the social services. It was found that the strengthening of associations and social capital are factors that can favorably have influence on the transactions of minor farmers.

Keywords

Associativity, Social capital, Commercialization, Production, Transactions.

Résumé

Cet article étudie comment les transactions des petits fermiers dans Risaralda (Colombie) sont déterminés par les conditions de production, associativité et capital social. On a réalisé des interviews avec 190 fermiers dans 6 municipalités et 73 groupes de petites fermes du département de Risaralda (Colombie). Les petits fermiers sont affectés par les conditions inégales de transaction, par l'infrastructure précaire et par les difficultés d'accès aux services sociaux. On a trouvé que l'affermissement des associations et du capital social sont des facteurs qui peuvent avoir une incidence sur les transactions des petits fermiers.

Mots-clés

Associativité, Capital social, Commercialisation, Production, Transactions.

Introducción

La investigación quiere conocer cuáles son las condiciones en que se realizan las transacciones de los pequeños productores del campo en veredas del departamento de Risaralda y los factores que les son determinantes: los mecanismos de comercialización, los lugares y formas como se efectúan las actividades de venta de los productos y las negociaciones que les son concomitantes, la forma como se adquieren los insumos, como se accede a los servicios sociales, los mecanismos de transporte, las condiciones de infraestructura, la capacitación del recurso humano, las posibilidades de renovación productiva, las fuentes de financiación, cómo se apoya al campesino por parte de diferentes organismos y, de manera especial, se aborda el conocimiento del estado del capital social y los procesos de asociatividad.

La premisa que anima esta investigación es que los costos de las transacciones están determinados por la forma como se manifiestan los factores anteriormente señalados. Además, que el fortalecimiento de las organizaciones por producto existentes, el enriquecimiento de su capital social y la construcción de un enfoque desde lo local, permitirían aportar a la solución de los problemas que aceleran el empobrecimiento de los productores del campo.

Antecedentes

En el estudio realizado en los departamentos de Boyacá, Antioquia, Meta, Córdoba, Magdalena, sobre las cadenas productivas de hortalizas, tomate, papa, flores de corte, carne de cerdo, carne de res y palma de aceite (Saavedra, et al., 2011) se encontró que los mayores limitantes para adelantar procesos de innovación y la integración a las dinámicas regionales y nacionales, se originan en la ausencia de modelos organizacionales y contractuales adecuados.

De esta manera se ha venido planteando que, ante las exigentes condiciones del mercado y la creciente necesidad de insertarse en los mercados globales, y para asegurar la competitividad agroindustrial, se hace indispensable poner en marcha nuevos modelos agroempresariales en una perspectiva territorial (Rugeles & Jolly, 2006; Pañalosa & Diaz, 2011). Esta propuesta incluye el establecimiento de relaciones en un plano vertical (sector productivo) y horizontal (territorio). Por ello cuentan y pesan factores como infraestructura, comunicaciones, sistemas educativos, ambientes de innovación, sistemas financieros, sistemas de transporte, servicios educativos, centros de acopio, servicios técnicos, centros especializados para semillas y otros insumos, asesoría especializada, centros de transferencia tecnológica, asesoría de mercados, sistemas de mercados de servicios, soporte gerencial y contable, servicios legales, y red de organizaciones públicas y privadas.

Es entonces importante destacar que las nuevas situaciones que plantea el mercado implican relaciones que van “[...] más allá de los actores directos como

los productores, por cuanto incluye toda su proximidad social, política, cultural y ambiental, es decir, una relación que incluye el territorio" (Rugeles & Jolly, 2006, p.299).

La línea de trabajo desde lo territorial ha venido siendo reforzada a partir de los estudios que destacan la importancia de lo endógeno y lo local. Lo que se puede unir a la conceptualización sobre los procesos asociativos que la pueden dinamizar. Al tenor de esto, Narváez, Fernández y Senior (2008) identifican la importancia de la asociatividad como base del desarrollo local, en tanto que existe una

[...] estrecha interrelación entre los procesos de desarrollo local y la capacidad de las personas u organizaciones, tanto públicas como privadas, de producir concertaciones amplias y generar redes articuladoras de los diferentes esfuerzos con el propósito de conformar las condiciones necesarias que permitan impulsar crecimiento económico y desarrollo social (p.74).

La asociatividad se vincula con el capital social, en tanto que es la primera portadora del segundo (Rueda & Muñoz, 2011). El capital social es estimado como intangible, potenciado mediante la confianza, la reciprocidad y la cooperación. Además, es dinamizador del desarrollo social y hace parte de una importante iniciativa para la sociedad y en particular para los productores del campo que no poseen recursos financieros, tecnológicos o humanos. La asociatividad se involucra como instrumento de desarrollo de procesos innovadores en la producción, distribución y consumo. En los términos de Rueda y Muñoz: "Una de las características del capital social es la calidad de las relaciones sociales, basadas en la confianza, la cual permite reducir los costos de transacción en las comunidades agrícolas [...]" (p. 35).

El fomento de las organizaciones en el sector agroindustrial es visto como una importante apuesta productiva. Ellas buscan responder a los problemas derivados de "[...] la apertura económica, el alto costo de los insumos, así como los problemas en el acceso a la tierra y la acumulación de ésta en pocas manos [...]" (Valencia & Mariño, 2014, p.81).

Así se reconoce la misma importancia a los procesos asociativos en proyectos localizados a lo largo de la geografía colombiana, por cuanto se los viene incluyendo en las políticas públicas y en las agendas de competitividad. Se le otorga a la asociatividad el mérito de ser el "[...] mecanismo dinamizador de la inclusión de los pequeños y medianos productores a las estrategias productivas locales" (Cáceres, Pardo & Torres, 2012, p. 37). Esto teniendo en consideración que se pone en marcha gracias a la activación del capital social, por lo que "[...] emerge la estrategia colectiva de asociatividad empresarial, la cual tiende a fortalecer la confianza y los mecanismos de cooperación entre empresas con el objeto de crear sinergias permanentes dentro de estas" (Narváez, Fernández & Senior, 2008, p. 80).

Se aduce, además, que es prioritario disminuir los costos de transacción y asegurar la sustentabilidad de los proyectos productivos, para lo cual se requieren

el fomento de la asociatividad (Gómez, 2011; Narváez, Fernández & Senior, 2008; Lozano, 2010; Castellanos, 2010; Valencia. & Mariño, 2014; Rueda & Muñoz, 2011; Herrera, Castillo & Díaz, 2012; Cáceres, Pardo & Torres, 2012); el fomento de las organizaciones cooperativas (Álvarez et al., 2012); el desarrollo del capital social (Cáceres, Pardo & Torres, 2012; Rueda & Muñoz, 2011; Narváez, Fernández & Senior, 200); la confianza, percibida como la catapulta del capital social e identificada como el elemento que diferencia a las sociedades prósperas de las que no lo son (Álvarez, et al., 2012); y la puesta en marcha de estructuras de gestión que aseguren la competitividad (Delgado, 2011; Ramírez & Rozo, 2012; Álvarez, Saiz, Herrera, Castillo, & Díaz, 2012), y de gestión social (Quintana, 2012) que a su vez involucran las variables medioambiental, humana, relacional y de valores; y el desarrollo sostenible (Álvarez, et. al., 2012), poniendo de presente que los factores ambientales ganan presencia dentro de los problemas que más afectan a los productores del campo, por estar estos insertos en ecosistemas frágiles (Cáceres, Pardo & Torres, 2012).

Para Peñalosa & Díaz (2011), el desarrollo territorial pasa por la manera como se desenvuelva la tensión con el mercado, para lo que proponen analizar la articulación entre sector y territorio (relaciones verticales y horizontales). De esta manera, tomando como punto de partida los productores de cebolla en rama en un municipio de Boyacá, exponen la participación de una organización de productores que inciden directamente en los costos de transacción, enfrentándose al oportunismo de eventuales compradores, afinan la confianza en contratos verbales y resaltan el papel del capital social para enfrentar la incertidumbre manifiesta en la agricultura. De esta manera, a través esta dinámica productiva, se constituye “[...] en un referente en el desarrollo del territorio boyacense y permite sostener una proyección económica a largo plazo con elementos de localización de la producción, flujos de comercialización y aspectos estructurales socioeconómicos de las organizaciones agroindustriales” (p. 57).

Así se está llamado la atención sobre la importancia de la movilización del productor, de la finca, de la cadena, ante las condiciones de los mercados globalizados, la incertidumbre y la vulnerabilidad climática. Pero esta movilización resulta improductiva si no se movilizan también otros sectores, como los gremios y autoridades, en torno a un proyecto común de territorio. Lo que en perspectiva se puede ver como un propósito común, por lo que referenciando a Peñalosa y Díaz (2011) se podría decir: “aquí es donde encuentra sentido la afirmación de que para ser un mejor productor de cebolla de rama hay que ser un mejor ciudadano de Aquitania, un mejor santandereano o un mejor nariñense” (p. 61).

La propuesta que se viene trabajando en diferentes experiencias nacionales da cuenta de la constitución de modelos agroempresariales en una perspectiva territorial, lo cual se concibe como una construcción a largo plazo. Plantean Rugeles y Jolly (2006) que se requiere un “[...] espacio de flujos, configurado por lo sectorial productivo o verticalidades, y el territorio, u horizontalidades, a

manera de fuerzas que se articulan a través de la unidad productiva (empresas o redes de empresas)” (p. 295).

La situación manifiesta de los pequeños productores del campo se explicita en los riesgos en la comercialización, los costos de las transacciones y los costos del transporte. Además, en la situación de debilidad originada en la escasez de recursos, la precaria infraestructura y la imposibilidad de enfrentar los fluctuantes mercados. Como salida a tal condición se ha propuesto la creación del mercado justo (Santacoloma, 2011), el mismo que se concibe como movimiento social, que tiene su origen en las organizaciones solidarias del mundo y en las formas de transacción tradicionales basadas en la solidaridad y la compensación. Este movimiento estimula nuevas prácticas de comercialización en consonancia con la situación cultural y la diversidad de las poblaciones.

Método

La información recolectada corresponde a los productores de café, cafés especiales, plátano, espárragos, habichuelas, lulo, mora, aguacate, cacao, cebolla, plantas aromáticas y leche, distribuidos en seis municipios y 73 veredas del departamento de Risaralda. Se aplica una encuesta en forma directa, que se organiza en dos grandes bloques: el primero contempla preguntas sobre los procesos de producción, transacciones, formas de financiación y asociatividad. El segundo recoge preguntas que indagan sobre el estado del capital social, tomando las variables trabajadas por el Banco Mundial (2002), estructuradas en escala Likert.

Resultados

Las condiciones de transacción de los pequeños productores se pueden evidenciar por los siguientes hallazgos:

El precio de los productos está determinado en un 59 % por los precios del mercado, a lo que habría que sumarle la inclinación del productor a someterse a lo que le ofrezca el comprador, 21 %; y solamente se reclama por la calidad del producto para fijar los precios en el 11 % de los casos.

Tabla 1. Negociación de precios de venta

Condiciones de venta	%
Según el mercado	59 %
Según lo que ofrezca el comprador	21 %
Según los costos de producción	3 %
Según la calidad	11 %
Costo más utilidad	1 %
Otro	4 %
NS/NR	0 %
Total	100 %

Fuente: esta investigación.

De otra parte, la negociación con los compradores está surtida de aspectos tales como los descuentos, los cuales se otorgan fundamentalmente por volumen de compra, en el 28 %; por pago oportuno, en el 14 %; por compra anticipada, en el 9%; por asumir los gastos de transporte, en el 7 %; y, en menor proporción, son tenidas en cuenta la fidelidad y la constancia, en el 2 %. Un 23 % de los productores no contemplan nada de lo anteriormente enunciado como parte de la negociación.

Se imponen las transacciones de contado, las cuales son exigidas por el 56 % de los productores. Se otorgan diferentes plazos para pagar: de uno a cinco días, el 12 %; de una a dos semanas, el 19 %; y más de dos semanas, el 11 %.

A su vez, es importante analizar cómo se lleva a cabo la venta de los productos y quiénes intervienen en tal proceso. La participación de intermediarios se puede notar en la venta a mayoristas, minoristas, comisionistas, con los cuales negocian los productores en un 37 %. Las asociaciones de productores compran el 34 %. La venta directamente a las fábricas y a supermercados se refleja en el 2 % y 4 %, respectivamente. También se vende en plazas de mercado del pueblo, un 10 %, y en mercados campesinos, un 4 %. Y solamente es vendido al consumidor final por el propio consumidor otro 4 %.

Es de tener en cuenta, si se quieren estudiar los costos de las transacciones, que lo producido únicamente es recogido en las fincas por las asociaciones en un 24 %, por mayoristas en un 35 %, por minoristas en un 28 %.

160

Tabla 2. A quién le vende el pequeño productor

Actividad	Misma comunidad %	Comunidad cercana %	Cabecera municipal %	Capital del departamento %
Viveres	13 %	6 %	49 %	32 %
Productos para mi cultivo	18 %	4 %	52 %	26 %
Educación	28 %	15 %	34 %	23 %
Salud	16 %	3 %	54 %	27 %
Mano de obra	72 %	9 %	13 %	6 %
Venta de productos	21 %	6 %	48 %	25 %

Fuente: esta investigación

La dinámica de comercialización para algunos agricultores busca resolverse mediante la ubicación de nuevos compradores en su localidad, en un 19 %; mediante visitas a compradores con asiento en otras regiones, en un 3 %; o mediante la visita a compradores mayoristas o encargados de las grandes superficies, en el 14 % y 3 %, respectivamente. Pero emerge que el 36 % expresa que tiene un único comprador o que solamente negocia con la asociación, y el 25

% no ha realizado ningún tipo de gestión para llegar a posibles nuevos comparadores.

Existe una gran variedad de formas para entregar los productos al comprador. Así, el 39 % lo hace en bultos, el 30 % en canastas, mientras que el 25 % los entrega por racimos, bolsas, manojos, granel, atados y arrobas. La unidad de medida más corriente son los kilos (56 %), seguidos de las arrobas (29 %), libras (6 %), toneladas (1 %) y otros (6 %).

Con respecto a la calidad, los productores la califican como buena en un 92 %. Los posibles causantes de baja calidad se encuentran principalmente en las labores culturales, 36 %; los fertilizantes, el 29 %; la falta de asistencia técnica, el 21 %; y problemas con las semillas, el 14 %.

Son exigencias principales de los compradores, como referencias de calidad, la frescura, 18 %; el tamaño, 15 %; el aspecto, 13 %; sin desestimar otros aspectos como maduración y textura que tienen cada uno un 10 %; y peso, color y sabor que tienen, respectivamente, 9 %, 11 %, 8 %.

Comparativamente los productos referenciados en este estudio frente a productos similares de otras regiones son estimados como excelentes en un 48 % y buenos en un 42 %.

Ahora la venta de los productos se realiza fundamentalmente en la localidad y en la cabecera municipal con un 23 % y 33 %, respectivamente. En la capital se vende el 19 %. Y, a su vez, el intermediario va por el producto directamente a la vereda sólo en un 16 %.

Se resalta que sigue siendo de gran peso el mercado de la capital del departamento y la cabecera municipal, así el productor deberá desplazarse a ellas, lo que se traduce en altos costos de transporte. Y de otra parte, en menor medida, se registra la presencia en las veredas mismas de los vendedores de insumos y de los compradores intermediarios.

Tabla 3. En dónde venden sus productos

Lugar de venta	%
En mi localidad	23 %
En la cabecera municipal	33 %
En la capital	19 %
Viene un intermediario	16 %
Otro	8 %
Total	100 %

Fuente: esta investigación.

Como se ha podido evidenciar anteriormente, la cabecera municipal concentra casi la totalidad de las actividades que debe desarrollar el productor. Así pues debe dirigirse a ella para la compra de víveres, el 49 %; para adquirir productos para el cultivo, el 51 % y de salud, el 53 %; y para la venta de productos, el 48 %. La excepción se encuentra en la contratación de la mano de obra que se

realiza en la misma comunidad (72 %), en una comunidad cercana (8 %) y en cabecera municipal (12 %).

A la capital del departamento se continúa recurriendo para actividades en las que sobresalen: adquirir víveres (31 %), venta de productos (25 %) y adquisición de productos para el cultivo (25 %). En el caso de salud, un 26 % debe acudir a la capital del departamento, registrándose que el 54 % está afiliado a una EPS y el 41 % pertenece al SISBEN.

Tabla 4. En dónde se realizan las actividades

Actividad	Misma comunidad %	Comunidad cercana %	Cabecera municipal %	Capital del departamento %
Compra de Víveres	13 %	6 %	49 %	32 %
Productos para mi cultivo	18 %	4 %	52 %	26 %
Educación	28 %	15 %	34 %	23 %
Salud	16 %	3 %	54 %	27 %
Mano de obra	72 %	9 %	13 %	6 %
Venta de productos	36 %	6 %	48 %	25 %

Fuente: esta investigación

Solamente el 41 % de los productores consultados realiza algún tipo de actividad de transformación y el 30 % lleva a cabo la comercialización de los productos transformados. Un grupo muy pequeño tiene actividades relacionadas con la exportación (8 %).

En los procesos de transformación se tiene en cuenta que el 21 % realiza labores de limpieza y secado; que el 3 % realiza la pasteurización (jugos); que el 10 % posee empacadora, el 3 % cuarto frío y el 5 % procesadora.

Los resultados de las gestiones para diversificar el mercado arrojan que el 30 % dice que fueron excelentes o buenos, mientras que el 70 % restante no considera haber tenido éxito en su diligencia.

En un 49 % la tradición determina la preferencia hacia un mismo tipo de producto. Esta cifra es comparable a las oportunidades de renovación o de diversificación del mercado con 33 %, a lo que se podría sumar un 13 % correspondiente al cambio de cultivo por no ser rentable un producto anterior. Así las cosas, hay una tendencia muy significativa a asumir los cambios de productos, lo cual correspondería a un 46 % del total de los entrevistados. Aunque es necesario tener presente que algunos de los denominados anteriores cultivos (transitorios) coinciden con los que son vistos como nuevos por otros productores: lulo, cebolla, café, frijol, maíz y mora.

La cabecera municipal y la localidad tienen un papel preponderante en la consecución de los insumos, concentrando el 47 % y el 26 %. A la capital del departamento recurre el 22 % y, solamente en el 4 % de los casos, los proveedores de tales productos se acercan a las veredas.

Para llevar a cabo las actividades educativas, el 34 % de los agricultores debe ir a la cabecera del municipio; y a la capital del departamento, el 23 %. Es atendido en lo educativo en la propia comunidad o en comunidades cercanas el 43 %.

La producción es financiada fundamentalmente con recursos propios, provenientes de sus ahorros (34 %) o de una actividad productiva secundaria (14 %). Los préstamos (30 %) son muy importantes para adquirir recursos que permitan financiar la producción, y las remesas contribuyen en un 3 %. Entre tanto, la misma producción, el salario, alianza productiva y otros créditos aportan en el 18 % de los productores.

El 38 % de los entrevistados indica que no ha recibido ningún tipo de crédito en los últimos años, entre tanto, las demás respuestas apuntan a certificar que han obtenido préstamos en los últimos cinco y cuatro años, el 5 % cada uno; hace tres años, el 7 %; y, respectivamente 17 % y 24 % en los últimos dos y un año.

Tabla 5. Financiación

Financiación	%
Préstamos familiares	3 %
Personales	6 %
Fundaciones	1 %
Bancos	38 %
Prestamistas privados	2 %
Cooperativas	5 %
Créditos FINAGRO	6 %
Otro	5 %
NS/NR	34 %
Total	100 %

Fuente: esta investigación

La fuente de los préstamos, en un 38 %, corresponde a los bancos; a FINAGRO, el 6 %; a cooperativas, el 5 %. Los préstamos familiares y personales son, en su orden, el 8 % y el 6 %. Otros créditos son percibidos a través de fundaciones, de asociaciones y del Comité de Cafeteros, para un 6 %. Los prestamistas privados tienen 2 % de este mercado.

Estos préstamos se destinan específicamente a insumos y materias primas (47 %) e infraestructura (9 %). Otros usos relacionados con la producción y renovación por siembra son atendidos en un 44 %.

Mirando la infraestructura encontramos que solamente el 55 % posee fuente de agua propia, el 13 % agua como derecho y agua por alquiler el 13 %. En materia de invernaderos, el 21 % posee uno propio; otras construcciones, el 35 %; y propiedad sobre la tierra el 67 %. Mientras que el 10 % la alquila. Posee

maquinaria de despulpado el 23 %, equipo eléctrico el 16 %, y equipo de fumigación el 71 %.

El 51 % dice poseer una bodega destinada a almacenar los productos y el 34 % una zona de almacenamiento para la comercialización. El 23 % indica que tiene vehículo de carga propio, mientras que el 24 % lo alquila. En un 23 % los productores se movilizan en motocicleta, y solamente el 22 % posee transporte personal propio en automóvil camioneta. Otras formas son el transporte informal en camioneta, el 26 %; y transporte formal, el 10 %. El 5 % sigue recurriendo al transporte animal.

En lo atinente al recurso humano, encontramos que es permanente la participación de la familia en el trabajo productivo. Toman parte de las labores cotidianas el padre, la madre, uno y hasta tres hijos, y en algunos casos toman parte de estas actividades otros familiares, con jornadas semanales que pueden llegar hasta 50 horas. Se recurre en un 60% al trabajo de personas ajenas a sus familias. De esta manera requiere entre 1 a 3 personas el 51 %, y de 3 a 6 personas el 9 %.

Sobresale, como en todos los grupos de productores del campo, la amplia dominancia de los hombres, en nuestro caso con un 88 %; y las edades se concentran en los rangos superiores a los 41 años, con un 80 %. Así mismo, su formación se ubica en primaria con un 45 %, secundaria con el 24 % y con estudios superiores el 15%. Los hogares de los productores tienen entre 1 y 3 personas dependientes con el 62 % y entre 4 y 6 personas con un 31 %.

Únicamente el 5 % indica haber recibido algún tipo de apoyo para llevar a cabo actividades de transformación; el 11 % ha recibido respaldo gubernamental para los procesos de comercialización; y la principal ayuda de los entes gubernamentales ha estado concentrada en el mejoramiento de los procesos productivos (el 66 %).

Para adelantar su trabajo productivo, un 43 % indica que no han recibido ningún tipo de apoyo. Quienes dicen haber recibido algún tipo de apoyo lo referencian a entidades nacionales en un 23 %, departamentales y municipales cada uno 17 %. En insumos se ha recibido en un 29 %, dinero en efectivo el 17 %. En semillas, apoyo técnico, capacitación y otros materiales se registra el restante 35 %.

Para el campo son de diversa índole los obstáculos que se presentan para acceder al apoyo gubernamental. Para el 45 % de los preguntados hay demasiados requisitos, para el 13 % no hay suficiente asesoría para adelantar los trámites. Otros aspectos que limitan la aplicación del apoyo tienen que ver con la lejanía de las oficinas públicas, falta de acompañamiento, falta de una asociación fuerte que los represente, todo lo cual suma el 38 %. Un 4 % restante está representado por quienes expresan que han recibido las ayudas a destiempo.

Las actividades de capacitación para el grupo de productores objeto de análisis adquieren importancia dado que se está en la búsqueda de oportunidades

en un 38 %, se integran grupos para que sean capacitados en un 19 %, se accede a capacitación como requisito para obtener otro tipo de ayudas en un 2 %. Con ello, el 15 % sigue a la espera de la presencia de los entes gubernamentales o asume una posición indiferente, el 21 %.

Con respecto a la capacitación, esta se orienta en la mayoría de las veces (66 %) al mejoramiento de las labores de siembra y reproducción. Vienen emergiendo temas sobre la agregación de valor mediante procesos de transformación e industrialización (10 %) o que permitan conocer los mercados (4 %), o sobre permisos y condiciones para exportar (4 %). Entre tanto, otros temas abordados son: manejo de plagas y medio ambiente (9 %), y manejo de contabilidad (7 %).

Para los entrevistados los factores relevantes que impiden la concreción de alternativas de organización en la producción y comercialización de sus productos son, en su orden: los factores climáticos (39 %) y la carencia de una infraestructura adecuada (24 %). Pero también hacen hincapié en aspectos tales como la cultura de los campesinos (14 %) y la educación de los mismos (13 %), lo que le da un peso importante a los factores sociales: un total de 27 %.

Las organizaciones a las cuales dicen pertenecer los productores encuestados corresponden en un 47 % a asociaciones de productores, 19 % a cooperativas, 10 % a asociación comunitaria. Y un 23 % indican que no pertenecen a ninguna entidad.

Las organizaciones, en un 36 %, se dedican a las actividades de comercialización de los productos, siendo en gran medida su actividad única. Además se perciben organizaciones que tienen interés en otro tipo de actividades, tales como asistencia técnica (19 %), préstamos (15 %), y capacitación (21 %). Así mismo, el pedido de estos productores se orienta a solicitar otras actividades que pueden ser desarrolladas por las organizaciones sociales a las que pertenecen: buscar nuevos mercados (26 %), trabajar en procesos para la transformación de los productos (27 %), brindar asistencia técnica (17 %), definir líneas y mecanismos nuevos de créditos (10 %), la venta de insumos a bajos precios y la búsqueda de mejoras para el agricultor (20 %).

Las organizaciones que pueden jugar un papel preponderante en los procesos de diversificación, comercialización y políticas de precio, presentan dificultades en cuanto a la participación de los asociados (19 %), poca asistencia a las actividades (26 %), dificultad en hacer acuerdos (17 %), mala dirección (11 %).

Los productores afirman que pertenecer a una organización les ha servido o les ha sido útil para impulsar actividades educativas que mejoran su trabajo (23 %), mejorar los precios (21 %) y para conseguir una mejor distribución de los productos (21 %). Así mismo, para incrementar y mejorar las relaciones entre los productores de cada sector (13 %).

Se evidencia que tales organizaciones, a pesar de tener reconocimiento entre los productores y ser fuertes en el caso de los cafés especiales, actúan

aisladamente y no han sido incorporadas dentro de las dinámicas territoriales. Esto deberá traducirse en la consolidación de las cadenas productivas, las cadenas de valor y la participación en la agenda de competitividad.

Es de tener en cuenta que, para forjar un proyecto local de desarrollo, es importante considerar las condiciones actuales: Risaralda presenta para el año 2014 un área cultivada en café de 50 mil has, frente a 985,5 mil has que tiene sembradas en café Colombia (Banco de la República, 2014) y se coloca a la cabeza con el 43 % en el Eje Cafetero de la exportación del grano, en especial a Estados Unidos, Bélgica y Japón (Banco de la República, 2014).

El mismo Banco de la República (2014), en su *Boletín Económico*, da cuenta de que, para el año 2014, se registran en la región caídas en el abastecimiento agrícola en productos tales como tubérculos, raíces, plátanos y frutas.

En materia de créditos, Risaralda absorbe el 55 % de los desembolsos de FINAGRO para la región, los mismos que disminuyeron drásticamente, el 96,3 %, el monto orientado a la inversión (Banco de la República, 2014).

De otra parte, las exportaciones de café verde, que crecieron en un 68.4 %, movieron el crecimiento de las exportaciones de la región cafetera. De esta manera, Risaralda ascendió en el año un 54 % con un total de US\$197.0 millones, el más importante desde el 2005 (Banco de la República, 2014). Al respecto, se dice que "Las exportaciones cafeteras durante el año 2014 fueron del orden de US\$436.9 millones creciendo un 50 %, mientras las llamadas menores registraron un valor de US\$199 millones, para un crecimiento de 9,1 %, frente al año 2013" (Cámara del Comercio de Pereira, 2015).

La economía de Pereira y Risaralda durante el 2014 presentó un crecimiento del 4.3 %, el cual es el mejor desempeño desde 2007. Así los sectores que más han crecido son "[...] el agropecuario con 4,4 % (jalonado por el café), los servicios sociales y personales 5,3 % y el sector financiero. Mientras los sectores como la construcción y el comercio crecieron 3,9 % y la industria 3.5 %, crecimiento sectorial que se evidenció en el empleo sectorial" (Cámara del Comercio de Pereira, 2015).

En el acumulado de 2014, la región del Eje Cafetero tuvo una variación positiva del 2.9 % de la producción industrial, lo cual es soportado especialmente por la producción de motocicletas y lácteos; aunque en un primer corte del mismo año se había registrado un descenso del 2,9 en la producción industrial, lo cual se atribuye a mermas en confecciones, productos de café, otros alimentos y maquinaria de uso general. Los destinos preferidos para las exportaciones generales de Risaralda, con un 73.0 %, son Estados Unidos, Bélgica, Canadá y Reino Unido (Banco de la República, 2014).

Los niveles de pobreza en Pereira y el Área Metropolitana se ubican en el 18.1, y la pobreza extrema en 2.5 %, y el índice GINI se coloca en 0.472 (Cámara del Comercio de Pereira, 2015).

Las remesas en el 2014 fueron para Risaralda de US \$389,9 millones y registran un descenso con respecto al año anterior. Estas representan el 9.5 % del valor de las remesas que recibe el país (Cámara del Comercio de Pereira, 2015).

El IDH de Risaralda evolucionó a una tasa promedio anual del 1,2 % en el período de referencia. En el caso de Colombia este lo hizo al 0.8 % (Plan de Desarrollo de Risaralda. 2012-2015).

El Consejo Privado de Competitividad (2013) le asigna a Risaralda un Índice de Competitividad (escala de 0-10) del 4.64, y lo inscribe en el 6° lugar entre 22 entidades territoriales, incluida Bogotá; así tiene 5,24 en condiciones básicas, 4.44 en eficiencia y 3,62 en sofisticación e innovación. Trabaja 81 variables (denominadas duras) que se agrupan en instituciones, infraestructura, tamaño del mercado, eficiencia del mercado, educación básica y media, educación superior y capacitación, salud, medioambiente, innovación y dinámica empresarial, sofisticación y diversificación.

En el escalafón global de competitividad de los departamentos de Colombia, CEPAL 2012-2013, estimando fortaleza de la economía, infraestructura, capital humano, ciencia y tecnología, finanzas públicas, modernidad, seguridad, requerimientos básicos, Risaralda tiene un nivel de competitividad del 66.3. De esta manera se ofrece con un desarrollo heterogéneo de los factores, sobresaliendo en infraestructura y requerimientos básicos, pero con deficiencias en ciencia y tecnología (Ramírez et. al., 2014).

Introduciendo variables que analizan la competitividad sistémica, Hernández y Lasso (2011) encontraron que Risaralda tiene una calificación de 2.16 (escala de 0-4)), considerando los factores meta, macro, meso y micro, en los que se tiene en cuenta la participación social en los procesos regionales, en el entendido de que la competitividad contempla aspectos no solamente económicos.

Resultados capital social

Considerando la escala Likert, con respuestas posibles: casi nunca, rara vez, alguna vez, a menudo y casi siempre, se otorga una valoración de ellas de 1 a 4 y se obtiene un puntaje por ítem que muestra las condiciones del capital social de los productores del campo entrevistados. La calificación global es de 2.53, y con resultados sobresalientes en la variable acción colectiva y cooperación (2.83), siendo cohesión e inclusión social (2.16) el más bajo.

Tabla 6. Capital social

Variable	Puntaje
Grupos y redes	2.65
Confianza y solidaridad	2.72

Acción colectiva y cooperación	2.83
Información y comunicación	2.44
Cohesión e inclusión social	2.16
Empoderamiento y acción política	2.41
Total	2.53

Fuente: esta investigación.

Un análisis discriminado nos muestra que, para la variable grupos y redes, hay reconocimiento de los beneficios que se han obtenido por participar en las asociaciones (2.92), y en el respaldo que ofrecen tales organizaciones no hay la suficiente certeza (2.71).

En la variable confianza y solidaridad se resalta la atención a los miembros con dificultades (2.86), y se admite que algunas personas se pueden aprovechar de determinadas circunstancias para obtener beneficio personal (2.23).

A su vez en la variable acción colectiva y cooperación, el compromiso de los miembros con las actividades programadas por los grupos no es atendido a plenitud por los asociados (2.56), y la participación en la elección de líderes es asumida en gran medida (3.08).

En cuanto a la variable información y comunicación, la información sobre las acciones del gobierno tiene 2.11 y la información sobre las decisiones de las organizaciones 2.81.

En la variable que se refiere a la cohesión e inclusión social, las diferencias económicas, sociales o religiosas pesan sobre el grupo con 1.65, y la unidad entre los miembros de los grupos o comunidades es estimada con 2.73.

Y finalmente, en la variable empoderamiento y acción política se encuentra que los consultados no ven un apoyo o respaldo gubernamental efectivo (1.59), y el cuidado al medio ambiente recibe una consideración importante (2.99).

Con lo anterior, la variable de más baja calificación es la variable de cohesión e inclusión social con un puntaje de 2.16. La de más alta calificación es la variable acción colectiva y cooperación 2.83. Y el ítem de más baja calificación, con 1.59, es el que se refiere al apoyo del gobierno a los campesinos. El de más alta catalogación es el que contempla la participación en las elecciones populares: 3.13.

Los anteriores resultados se pueden comparar con las mediciones del capital social realizadas entre los años 1997 y 2005, que dan cuenta de una importante pérdida de capital social en el departamento de Risaralda, de tal manera que hay retrocesos en la confianza interpersonal, en la confianza institucional y en la participación política (Sudarsky, 2007).

En un estudio realizado en el 2010 se muestra que la región obtiene una calificación (escala 0-4) del capital social de 2.29. Así, las calificaciones más bajas

corresponden a los factores grupos y redes, y empoderamiento y acción política, con 2.07 cada uno. Siendo los otros factores calificados así: confianza y solidaridad, 2.17; acción colectiva y cooperación, 2.76; información y comunicación, 2.36; cohesión e inclusión, 2.31. En esta misma investigación las instituciones tienen una calificación de 2.00 (Hernández & Lasso, 2012).

Por su parte los resultados conseguidos en la investigación de Lasso y Hernández (2013), con pequeños productores agropecuarios durante los años 2011 y 2012, indican que la cohesión y la inclusión social tienen una calificación de 1.97, igualmente baja como sucede en otros casos ya relacionados. En otros aspectos se encontró: grupos y redes, 2.59; confianza y solidaridad, 2.73; acción colectiva y cooperación, 2.93; información y comunicación, 2.38; empoderamiento y acción política, 2.41.

Conclusiones

Es relevante en la tasación de los costos de transacción el peso que tiene el mercado concentrado en la cabecera municipal y en la capital del departamento. El desplazamiento a esta última en tiempo y dinero representa una alta erogación. Los servicios de educación, salud, compra de insumos, víveres están igualmente concentrados en estas dos.

Las condiciones de las transacciones pasan por la alta concentración en un comprador único. De tal comprador único participan del mercado las asociaciones de productores en un 34 %. Es preponderante el papel de los intermediarios mayoristas y minoristas, quienes tienen en su mano las condiciones de negociación. Los mismos tienen a su favor que los productos son colocados directamente por el productor en la cabecera municipal departamental.

Las gestiones de diversificación de otros posibles compradores es escasa y más escasos son los resultados de tales gestiones. De esta manera el productor está en manos de la incertidumbre, dado que las posibilidades de venta y los precios son regulados por los mercados, a lo que se le suma que, en un alto porcentaje, no se tiene asegurado el pago de los productos de contado.

Las asociaciones, solamente en un 36 %, dedican su actividad a la comercialización de los productos y son percibidas por los campesinos con alguna incidencia en la distribución y en la fijación de los precios de sus productos.

Se evidencia que la mayor dinámica está en la participación de las asociaciones en el proceso de comercialización de los productos.

Como en otros estudios, la cohesión e inclusión social son las variables de más baja calificación. Y el capital social, en general, es tasado con un grado medio de desarrollo.

Fomentar la confianza y los demás factores inherentes al capital social podrá contribuir al fortalecimiento de las organizaciones de productores como un primer

paso para ganar respaldo en los procesos de negociación de precios y en la consecución de otros beneficios.

Se resalta que el factor climático cada vez pesa más por su incidencia en la producción y la calidad de los productos. Para nuestro caso, el 39% estima que el clima lo viene afectando en las cosechas, épocas de siembra, calidad de los productos y en el transporte de ellos.

El principal problema que enfrentan los productores del campo está en las condiciones desventajosas en las transacciones, a lo que se suman los factores que las determinan: servicios sociales distantes, falta de apoyo para la diversificación productiva, falta de apoyo técnico y para el mercadeo de sus productos, carencia de centros de acopio y lugares próximos para adquirir sus insumos.

A pesar de que la tradición sigue siendo muy influyente, se resalta que han ganado presencia dentro de campesinos consultados la renovación y diversificación de los productos, lo cual está inducido por la rentabilidad de estos, y por las cambiantes condiciones del mercado.

Vienen ganando espacio los cafés especiales, aunque continua imperando la explotación agrícola tradicional.

Es de tener en cuenta que poco avanza la transformación de los productos o la generación de valor agregado, así como la diversificación de los mercados.

Las transacciones están determinadas, entonces, por el azar del mercado, el oportunismo de los compradores y los altos costos derivados del transporte en que se incurre para vender, adquirir insumos y acceder a los diversos servicios sociales. Otros factores son la precaria infraestructura, la deficiencia en la asistencia técnica y los cambios climáticos.

La asociatividad y la diversificación productiva derivan en fortalezas. Estas se podrían ver potenciadas en la medida que se fortalezca su capital social, se adelanten procesos de gestión y haya efectiva articulación con un proyecto local de desarrollo.

Referencias

- Álvarez, Y.; Saiz, J.; Herrera, A.; Castillo, D. & Díaz, R. (2012). Relación entre la estructura agraria y la cadena productiva láctea. *Gestión & Sociedad*, 5(1), 117-132. Recuperado de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/gs/article/view/747>
- Álvarez, Y.; Saiz, J.; Díaz, R.; Castillo, D. & Herrera, A. (2012). La Cooperativa de Productores Agropecuarios de Lenguazaque, el Valle de Ubaté y municipios circunvecinos (Coopalac) y su impacto en el desarrollo rural del municipio de Lenguazaque, Cundinamarca. *Gestión & Sociedad*, 5(2), 51-73. Recuperado de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/gs/article/view/2210>
- Banco Mundial (2002). *Cuestionario integrado para la medición de capital social*. Washington, DC: Banco Mundial. Recuperado de <http://preval.org/files/00420.pdf>
- Banco de la República (2014). Boletín económico eje cafetero. (Cuarto trimestre de 2014) Recuperado de http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/ber_ejecafetero_tri4_2014.pdf

- Cáceres, L.E.; Pardo, C.E. & Torres, A.M. (2012). La asociatividad en la dinámica productiva del municipio de El Yopal, Casanare. *Gest. Soc.*, 5(2), 37-50. Recuperado de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/gs/article/viewFile/2209/2033>
- Cámara del Comercio de Pereira (2015). Coyuntura económica Pereira y Risaralda evaluación de la economía año 2014 y proyección 2015. Recuperado de <http://cdn-level-6.pagegear.co/es/dominios/ccp/upload/contents/2015/lacamaraenmedios/abriljunio/coyunturadosmil.pdf>
- Castellanos, J. (2010). La asociatividad como fenómeno evolutivo, análisis de casos colombianos. *Revista EAN*, (68), 100-111. Recuperado de <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/499/487>
- Consejo Privado de Competitividad (2013). *Informe nacional de competitividad 2012-2013*. Recuperado de <http://www.compite.com.co/site/wp-content/uploads/2012/11/INC-2012-2013.pdf>
- Delgado, W.G. (2011). Estructura sistémica y funciones de los crudereros de leche. El caso de la vereda Santa Rosa (Ciudad Bolívar). *Gest. Soc.*, 4(2), 45-56. Recuperado de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/gs/article/view/241>
- Gómez, D. (2011). Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas: tres estudios de caso. *Revista Estudios Agrarios*, 133-144. Recuperado de http://www.pa.gob.mx/publica/rev_47/an%C3%A1lisis/asociatividad_empresarial.pdf
- Hernández-Valencia, R.A. & Lasso-Ramírez, N.C. (2012). Capital social y desarrollo institucional: factores que inciden en el desarrollo regional. *Revista Memorias*, 10(17), 33-44. Recuperado de <http://revistas.ucc.edu.co/index.php/me/article/view/122/123#>
- Hernández Valencia, R. A. & Lasso Ramírez, N. C. (2011). Estudio de la competitividad sistémica del Área Metropolitana Centro Occidente de Colombia (AMCO). *Revista Memorias*, 9(15), 155-163. Recuperado de <http://revistas.ucc.edu.co/index.php/me/article/view/158/159>
- Narváez, M., Fernández, G. & Senior, A. (2008). El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: una propuesta estratégica. *Opción* 24(57), 74-92. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31011437006>
- Lasso-Ramírez, N.C & Hernández-Valencia, R.A. (2013). Innovación social desde el proceso del aprendizaje para grupos de pequeños productores del departamento de Risaralda. En *Encuentro Internacional de Investigadores en Administración*. Santa Marta. Universidad de Magdalena. Recuperado de http://administracion.uexternado.edu.co/encuentroinvestigacion/plantillas/2013/Memorias_Encuentro_Investigacion_2013.pdf
- Lozano, M. (2010). Modelos de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las pymes. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 68 (178), 37-50. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/206/20619844015.pdf>
- Peñalosa, M. E., Díaz, R. D. (2011). Un camino al desarrollo territorial: la especialización en la producción de cebolla de rama (*Allium fistulosum*) en el municipio de Aquitania (Boyacá, Colombia). *Gestión & Sociedad*, 4, (2), 57-66. Recuperado de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/gs/article/view/242>
- Quintana, A. (2012). Sistema de gestión social para el sector primario de la cadena productiva láctea en Bogotá D. C. *Gestión & Sociedad*, 5(2), 125-146. Recuperado de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/gs/article/view/2215>
- Ramírez, J.C.; Parra-Peña, R.I.; Gonzáles, L. & Corredor, A. (2014). Escalafón de la competitividad de los departamentos de Colombia, 2012-2013. Serie de Estudios y Perspectivas, 27. Santiago de Chile: CEPAL. Naciones Unidas. Oficina Bogotá. Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36662/S2014082_es.pdf?sequence=1
- Ramírez, L.N. & Roza, D. (2012). Diseño de la gestión logística para la cadena productiva de la papa criolla en el municipio de El Rosal Cundinamarca. Caso proveedores de insumos. *Gest. Soc.*, 5(1), 133-145. Recuperado de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/gs/article/viewFile/748/664>
- Rueda, M.A. & Muñoz, J. H. (2011). Asociatividad, capital social y redes de innovación en la economía rural. *Gest. Soc.*, 4(1), 27-41. Recuperado de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/gs/article/viewFile/287/221>
- Rugeles, L. & Jolly, F. (2006) Hacia la construcción de modelos agroempresariales en una perspectiva territorial. *Revista Cuadernos de Administración. Universidad Javeriana*, 19(32), 295- 317. Recuperado de http://avalon.utadeo.edu.co/facultades/economicas/raet/publicaciones_ponencias/articulo_hacia_construccion_de_modelos_agroempresariales_en_una_perspectiva_territorial.pdf
- Santacoloma, L.E. (2011). Análisis comparado de las condiciones de producción de dos asociaciones de productores de fruta del Occidente de Colombia para su participación en proyectos de comercio justo. *Revista de Investigación Agraria y Ambiental*, 2 (2), 77-87. Recuperado de

http://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/RIAA/RIAA_vol2_N2_2011/analisis%20comparado%20de%20las%20condiciones%20de%20produccion%20de%20dos.pdf

Saavedra, D.; Rugeles, L.; Guaitero, B.; Noreña, E.; Arosa, C. & Castillo, O. (2011). Innovación y modelos de organización empresarial en el sector agropecuario colombiano: avances de un estudio. En VI Congreso Internacional de sistemas de Innovación para la Competitividad 2011. Recuperado de http://avalon.utadeo.edu.co/facultades/economicas/raet/publicaciones_ponencias/articulo_de_ponencia_innovacion_y_modelos_de_organizacion_empresarial_en_el_sector_agropecuario_colombiano.pdf

Sudarsky, J. (2007). *La evolución del capital social en Colombia, 1997-2005*. Bogotá: Fundación Antonio Restrepo Barco.

Valencia, M. & Mariño, A. A. (2014). La empresa agroindustrial colombiana: un análisis de relaciones de poder y configuración de la apropiación de factores productivos. *Equidad & Desarrollo* (22), 79-97. Recuperado de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/ed/article/viewFile/3251/2592>