

Rol de la Agroindustria Rural en la Generación de Ingresos y en el Mantenimiento de la Biodiversidad en la Ecorregión Andina

(Nota Conceptual)

Sonia Salas Domínguez

1. Antecedentes

La ecorregión rural andina está poblada mayoritariamente por pequeños propietarios / productores, parcelarios o comuneros (Chiriboga, 96), quienes a partir de su propio esfuerzo han logrado crear tecnologías y mercados, contribuyendo a su propia subsistencia y a la alimentación de poblaciones urbanas. Cuentan con una gama de productos agropecuarios, que manejados apropiadamente podrían constituirse en importante fuente de ingreso.

La mayor parte de su producción lo destinan al mercado (A. Tealdo, 1987). Pero esta vinculación se da en condiciones de falta de equidad y de erosión de la biodiversidad, ya que su rentabilidad es baja o nula, y la producción al responder a los requerimientos del mercado, deja de lado los cultivos que no son comerciales, tendiendo a una especialización productiva.

En el área rural tal cual lo han demostrado los diagnósticos de la agroindustria rural efectuados en diversos países (Ecuador, Chile, Perú, Panamá, Colombia, etc.), existen 785.000 unidades procesadoras de diversos niveles y aproximadamente 2.0 millones de personas, principalmente mujeres y jóvenes estarán vinculados a esta actividad (*PRODAR, 1992*), pero su producción es familiar, dispersa con limitada capacidad tecnológica y empresarial, con desconocimiento de las leyes y técnicas de mercado y con el inminente riesgo de quedar excluidos, porque no están preparados para competir.

Por otro lado actualmente, los temas prioritarios de los institutos de investigación, desarrollo y financiamiento, incluyen enfoques hacia actividades “ambientalmente sostenibles”, “mantenimiento de la biodiversidad” y dirigidos hacia la disminución de la presión sobre los recursos naturales – pobreza (actividades generadoras de ingresos y empleos), y los consumidores buscan cada vez más productos naturales artesanales y de sabores exóticos.

Se cuenta pues con potencial productivo, humano; un saber hacer tradicional y un contexto favorable, el reto es ¿Cómo movilizar este potencial, para que se constituya en una herramienta de desarrollo sostenible para el área rural?.

2. Marco Conceptual y Metodológico

- La mayoría de los campesinos de la región no pueden sobrevivir produciendo solamente materia prima agropecuaria barata, sino que deben tener acceso al valor agregado producido a lo largo de la cadena agroalimentaria.
- Experiencias concretas tales como: Queserías Rurales - COSUDE (Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación), Los Modelos Agroindustriales del Medio Rural en Costa Rica - CITA y muchos otros, demuestran que “la agroindustria rural”, definida como la actividad que permite aumentar y retener, en las zonas rurales, el valor agregado de la producción de las economías campesinas, es la herramienta que no sólo genera ingresos y empleos en el área rural sino promueve procesos de desarrollo local.
- En base a estas experiencias desarrolladas en condiciones reales, esta nota conceptual propone desarrollar en las zonas piloto de CONDESAN, “Agroindustrias Rurales”, integrados al quehacer de CONDESAN bajo el enfoque de sistemas agroalimentarios localizados: *“sistemas constituidos por organizaciones de producción y de servicio (unidades agrícolas, empresas agroalimentarias, empresas comerciales, restaurantes, etc.) asociadas, mediante sus características y su funcionamiento, a un territorio específico. El medio, los productos, las personas, sus instituciones, su saber-hacer, sus comportamientos alimentarios, sus redes de relaciones; se combinan en un territorio para producir una forma de organización agroalimentaria en una escala espacial dada”* (Requier Desgardius, 1997).

El punto de partida sería la identificación de agroindustrias tradicionales promisorias, existentes en las zonas en su dimensión “real” no teórica con todas sus debilidades pero también con potencialidades. En este caso se trata de mejorar su competitividad. Mediante:

- Mejoramiento de la eficiencia de los procesos, considerando el equilibrio con el medio ambiente y los recursos naturales.
- Mejoramiento de la calidad.
- Identificación de nichos de mercado y de oportunidades de diversificación de los productos andinos.
- Desarrollo de las capacidades locales en organización gestión, en aspectos técnicos y humanos promoviendo la formación de jóvenes líderes.

En una segunda instancia se buscarán oportunidades de mercado para diversificar la producción a partir del Desarrollo de nuevos productos. Las áreas a considerar en este caso son:

- Identificación de oportunidades de mercados aprovechando los elementos de interés comercial: productos “exóticos”.
- Caracterización de las materias primas.
- Identificación y cuantificación de elementos de interés comercial.
- Promoción de la interacción de la AIR (oferta organizada e industrias de otro nivel tecnológico)

Para lograr lo señalado se requiere de:

- Una investigación - acción interactiva: trabajo en equipo interinstitucional, multidisciplinario y de forma participativa con todos los actores involucrados, principalmente con los que se benefician directamente de las investigaciones.
- Las investigaciones deben cubrir una amplia y diversificada gama de disciplinas tales como: organización, gestión empresarial, tecnología, control de calidad y mercado.
- La investigación debe estar estrechamente ligada a la capacitación y a la formación de los recursos humanos tanto en aspectos técnicos como sociales en los diferentes niveles de atención.

Bajo esta perspectiva se ha elaborado la propuesta ***Promoción de Cultivos Andinos: “Desarrollo de Agroindustrias y Mercados para la Arracacha”***, que se ejecutan a nivel de la región. Se adjunta el esquema que grafica los niveles de intervención así como el diagrama del proyecto.

Esquema de las Areas y niveles de Intervención de la Propuesta Agroindustrial.

Nivel	Areas	Organización	Gestión / Capacitación		Productos	Mercados
			Técnica	Humana		
Ecoregión			Fortalecimiento institucional vía capacitación de técnicos y profesionales de instituciones de socias	IDEM	Desarrollar metodologías para fortalecer procesos en marcha en diversas zonas	
Región		Promover inversión / crédito			Generar y analizar información sobre potencial de oferta (fresco, procesado)	Generar y analizar información sobre potencial de demanda (fresco, procesado)
Local		Fortalecimiento de los actores locales: productores, instituciones, comercializadores	Mejorar manejo administrativo, técnico. Familiar → empresarial	Formación de promotores y líderes.	Mejoramient o de calidad técnica y sanitaria de los productos	Ampliación de mercado vía mejoramiento de calidad y técnicas de mercadeo.

Diagrama del Proyecto



