

# **Redes Y Emprendedurismo En Productores Agrícolas**

## **Resumen**

Competir en los mercados locales, nacionales e internacionales requiere de ciertas capacidades y condiciones. El trabajo en redes y el espíritu emprendedor de los agricultores son cada vez más importantes ante los cambios del entorno, particularmente la competencia y los consumidores. Por esto se estudió estas condiciones en pequeños productores de dos frutas de interés, como elementos fundamentales para el éxito en los agronegocios. Los agricultores muestran que para el desempeño de sus actividades productivas, han establecido relaciones básicas con sus proveedores y distribuidores y no se han creado organizaciones que generen sinergias o potencien su crecimiento. Asimismo reflejan algunas limitaciones para modificar e incursionar en nuevas actividades productivas, circunscribiéndose la mayoría al mismo tipo de actividades. Ante la realidad que a nivel mundial se presenta sobre la producción y la distribución de productos alimenticios, este fenómeno debe llamar a la acción para aumentar sus posibilidades de sobrevivencia y crecimiento.

## **Abstract**

Compete in local, national and international market requires certain capabilities and conditions. Networking and the entrepreneurial spirit of the farmers are becoming increasingly important in a changeable environment, particularly competition and consumers. By this we studied these conditions in small producers of two fruits of interest, as fundamental elements for success in agribusiness. Farmers show that for the performance of their productive activities have established basic relationships with its suppliers and distributors and not have created organizations that generate synergies or boost their growth. They also reflect some limitations to modify and make inroads into new productive activities, confining most to the same type of activities. Face the reality arising around the world about the production and distribution of food products, this phenomenon should call action to increase their chances of survival and growth.

## **1. Introducción Y Objetivos**

En el Instituto Tecnológico de Costa Rica se ha favorecido la investigación en diversos campos y en particular en el sector agrícola. Con estas acciones se ha estado procurando el estímulo de nuevas actividades productivas como medio de diversificación para los productores y su economía. En este sentido, se desarrolló el proyecto “*Evaluación de alternativas frutícolas amigables con el ambiente para contribuir al desarrollo sostenible de la zona norte de Cartago*”. Un componente de este proyecto fue el análisis de las redes y el emprendedurismo de los productores relacionados con los cultivos de interés, entendiendo las redes como las relaciones establecidas entre ellos para cooperar y al emprendedurismo como su disposición para incursionar en nuevas actividades productivas.

Al tratarse del fomento de nuevas alternativas frutícolas es importante considerar los aspectos tecnológicos asociados al cultivo y también lo relacionado a las condiciones actuales de demanda y de oferta, y la forma en que los productores acostumbran trabajar y su disposición al emprendimiento de nuevas actividades productivas. Estas variables son muy importantes considerando los entornos de competencia que se presentan en todas las esferas o campos de la producción, y, en los países en desarrollo, la agricultura está presionada para mejorar su desempeño, por lo que los pequeños productores deben aunar esfuerzos para obtener algunas ventajas que les permitan sobrevivir y competir en sus mercados locales, nacionales e internacionales. Por esto el presente artículo presenta los resultados de una aproximación al estado actual de este grupo de productores respecto a su grado de articulación para el trabajo conjunto y a su disposición para incursionar en nuevas actividades, así como una breve caracterización de ellos.

## **2. Método**

Esta es una investigación de tipo cualitativa y exploratoria. De acuerdo con las principales zonas de producción de los cultivos involucrados en el proyecto, se identificaron los productores a considerar en el estudio con el apoyo de los servicios de extensión del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Se diseñó y aplicó una encuesta para conocer las fases de la cadena productiva que desarrollan, la existencia de redes, el tipo de acuerdos y su nivel de articulación para solucionar los problemas o para aprovechar oportunidades. Adicionalmente para hacer una aproximación a la actitud emprendedora de los agricultores, para lo que se incluyeron preguntas sobre la forma de obtención de la tierra, disposición a desarrollar nuevas actividades productivas, factores que restringen la incursión en nuevas actividades, la visualización de oportunidades de negocio, entre otras. Se realizaron las visitas al campo para acceder a los productores para la aplicación de la encuesta, y los datos obtenidos se procesaron y luego se procedió a su análisis y generación de conclusiones.

## **3. Resultados Y Discusión**

### **Caracterización general**

Los productores estudiados que siembran los cultivos de interés dentro del proyecto, poseen pequeñas fincas cuyo tamaño no supera las 11 hectáreas. Esto se corresponde con lo reportado en otros estudios donde el tamaño de parcelas que

tienen los productores de hortalizas puede estar entre 1 y 5 ha. Para estos agricultores, los cultivos de interés del proyecto son considerados marginales como fuente de ingresos, siendo los productos que se presentan en la figura 1 los más reportados por los encuestados, siendo las actividades más importantes la papa y la cebolla.

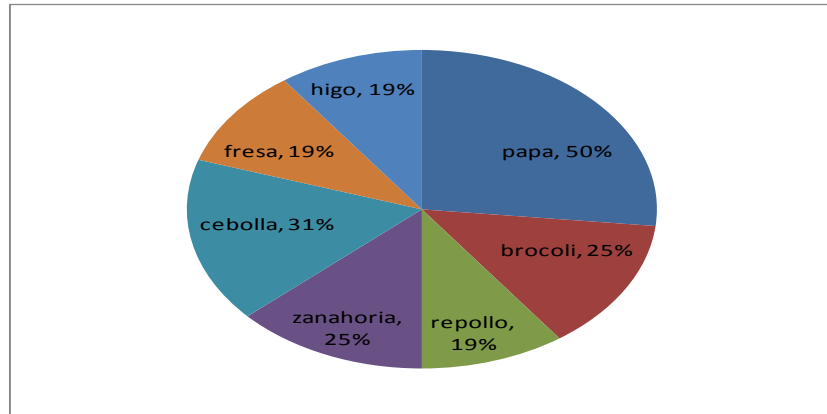


Figura 1: Cultivos reportados por los encuestados

La variable edad, para el estudio, es muy importante pues tiende a asociarse con la capacidad o disposición a emprender nuevas actividades, pues la disposición hacia el riesgo varía a través de los años. Según los resultados obtenidos, el porcentaje de productores mayores de 41 años es del 71%. En general, en la agricultura la tasa de reemplazo de los adultos mayores por cuadros jóvenes está disminuyendo, pues estos están siendo tentados a dejar estas actividades para dedicarse a otras de posible mayor rentabilidad y menor esfuerzo y riesgo. Esta distribución por edad se aprecia en la figura 2.

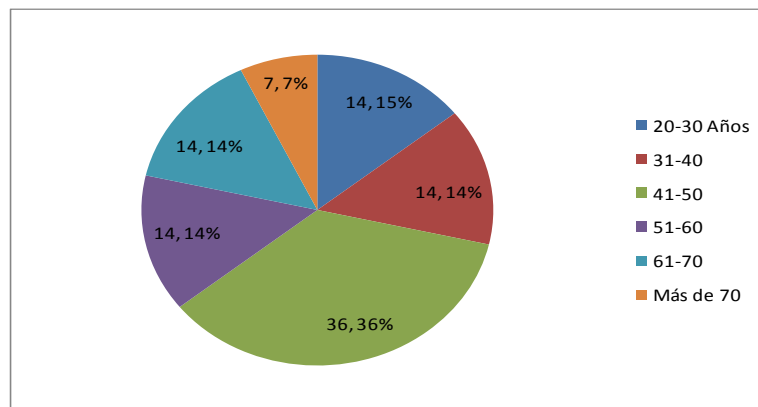


Figura 2: Distribución de los agricultores según edad

Adicionalmente se considera el nivel educativo como un factor que ayuda o proporciona herramientas para analizar información, y tomar decisiones con mayor certeza. En este caso particular, el nivel educativo es bastante reducido pues el 92% de ellos solo tienen estudios de educación primaria y el 8% concluyó la secundaria. Por tanto, se asume que la experiencia de los años dedicados a la actividad y sus relaciones son los que guían sus decisiones más que el uso de fuentes de información más estructuradas.

En relación con la forma en que han adquirido un factor de producción base de esta actividad como la tierra, en su mayoría (94%) la tienen por herencia, y algunos amplían sus áreas productivas haciendo uso del alquiler o bien de la compra de otros terrenos o en asocio con familiares y amigos. Esa distribución se presenta en la Figura 3.

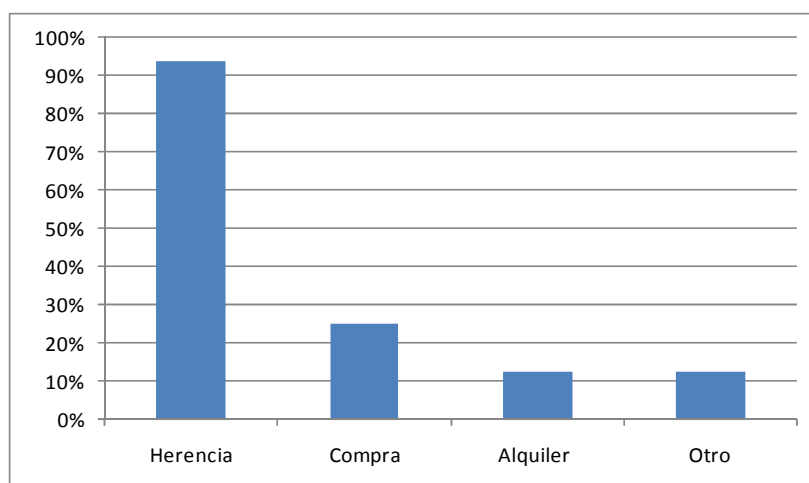


Figura 3: Forma de adquisición de la tierra

### Grado de integración de la fase productiva y creación de redes

Según literatura consultada, se define la cooperación empresarial como “*una decisión estratégica adoptada por dos o más empresas, entre las que no existe una relación de subordinación, que optan por coordinar parte de sus acciones de cara a la consecución de un objetivo, en forma explícita y temporal (por tiempo definido)*” y las redes se entienden como *aquella forma de organización que está constituida por dos o más empresas; que tienen vinculaciones (tácitas, implícitos o explícitos); y que se expresan en diferentes formas de cooperación; en las que cada una conserva su independencia; que persiguen objetivos comunes de manera coordinada; que permite a esas empresas obtener ganancias o ventajas competitivas sostenibles independientemente de sus competidores fuera de la red* (Martínez, 2007) . La capacidad para competir ante un mundo tan dinámico y globalizado está asociada a la capacidad propia de los actores productivos, al grado de desarrollo de su ambiente y a la conformación y pertenencia a redes productivas. (Yoguel, 2000) . En tal sentido, los productores agrícolas como agentes económicos están sujetos a esas mismas condicionantes para desarrollar ventajas competitivas y asegurarse su supervivencia y crecimiento. De acuerdo con esto, la comprensión sobre el grado de cooperación y de creación de redes que se ha establecido en los productores agrícolas es importante para visualizar sus posibilidades en el mercado.

Del análisis realizado, se identifica que para ahorrar costos, los productores acostumbran hacer su propio semillero para contar con el material necesario para el establecimiento de su plantación, obviando de esta manera la compra. Con este material que en ocasiones procede de sus anteriores cosechas, inician la fase de producción, cosechando y vendiendo su producto y no realizan el procesamiento de los frutos obtenidos. Con respecto al abastecimiento de los insumos necesarios

para la producción, no se han creado estructuras formales que procuren la cooperación para la compra de estos y por ahora los obtienen de los proveedores de la zona, por razones de precio, cercanía a su finca, calidad y el crédito otorgado a la compra, según se ilustra en la figura 4.

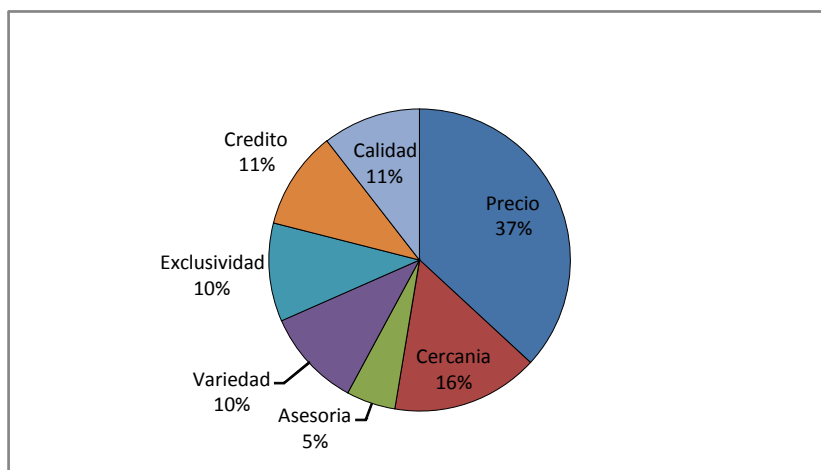


Figura 4: Principales razones de compra a proveedores

Aunque la mitad de los productores manifiestan tener acuerdos de cooperación con los proveedores, estos consisten en que al comprar insumos en el local comercial, reciben asesoría técnica y crédito. En general este acuerdo no es explícito, pues no consta en ningún tipo de documento, sin embargo, trae ventajas importantes para el proveedor porque se asegura la clientela y el productor asegura al menos por el momento, una fuente de insumos. En síntesis, para el abastecimiento de insumos no existe otro tipo de cooperación con los proveedores más que lo relacionado con los aspectos antes citados.

Se analizó la existencia de formas de cooperación o de redes para la distribución, no encontrándose ninguna de estas figuras, pues cada uno la realiza en forma individual y los medios más utilizados son la venta a los minoristas y otros intermediarios que llevan el producto a las ferias del agricultor. Sus principales razones para entregar el producto a estos actores son el precio, la regularidad o frecuencia de compra y la seguridad en la venta. Las Figuras 5 y 6 presentan lo antes expuesto.

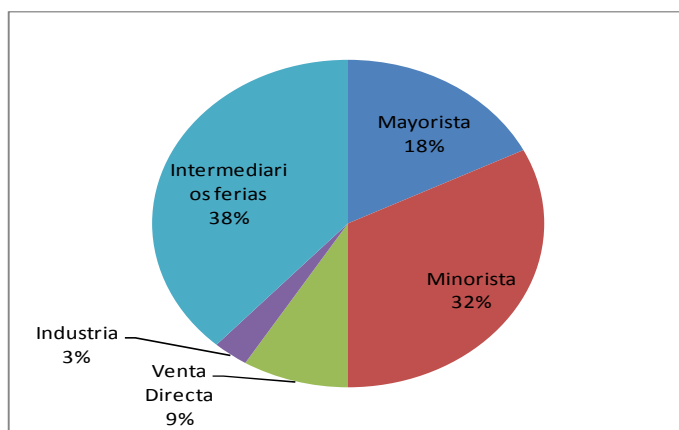


Figura 5: Canales de distribución más utilizados

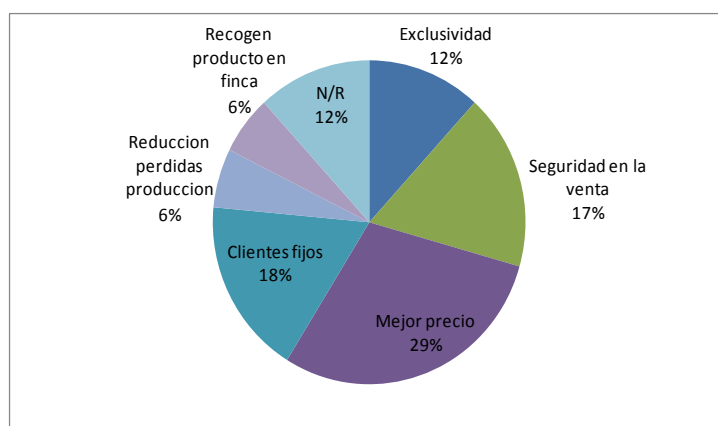


Figura 6: Razones que justifican la relación comercial

La relación comercial entre productores y compradores está basada en la confianza, el beneficio mutuo, el compromiso, el aviso previo en caso de tener que suspender la venta o la compra. Adicionalmente indican que les sirve la forma de pago, el volumen que transan, su ubicación, su imagen en el mercado y el ser conocido.

Respecto a los servicios de asistencia técnica, asesoría y la capacitación, los productores no se unen o forman grupos para solicitar y utilizar servicios públicos o privados. Por el tamaño de las unidades productivas es usual encontrar que la asesoría y la capacitación recibida solamente proviene de las instituciones estatales, quienes usualmente ofrecen los servicios según sus percepciones de lo que es necesario y no por demanda expresa de los agricultores. En tal sentido manifiestan recibir algunos servicios de entidades públicas esto es, cursos o asesorías del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), y el de Innovación y Transferencia de Tecnología Agropecuaria (INTA). También reciben algunos servicios de entidades privadas, en particular, de ingenieros agrónomos de empresas o de cooperativas distribuidoras de insumos los que directamente impulsan determinados productos o marcas.

Como resultante de la información analizada, puede afirmarse que los productores de los cultivos de interés analizados, trabajan en forma aislada y no han establecido organizaciones compuestas por productores de la misma rama con el propósito de

generar sinergias de alguna naturaleza, como por ejemplo, acuerdos respecto a mercados, abastecimiento alternativo de insumos u otros. De acuerdo con lo anterior no se presenta la figura de red empresarial donde exista *“una agrupación de empresas de una misma área productiva o de servicios que desarrollan actividades en forma colectiva, cooperando y complementándose para lograr mejor competitividad, gestión y productividad”* (González & Gálvez, 2008).

### **Emprendedurismo en productores agrícolas**

Por otro lado, sobre el estudio del emprendedurismo entendido como la necesidad y predisposición a identificar y aprovechar nuevas oportunidades de negocio, se estudiaron algunas variables para determinar su actitud hacia la incursión en nuevas actividades. En general, la literatura reporta que un emprendedor posee algunas de las características siguientes: auto motivado, alta necesidad de logro, alto nivel de energía, capacidad para asumir riesgos, capacidad para transformar el temor al fracaso en un aprendizaje, habilidad para crear nuevos productos e identificar necesidades después de realizar una investigación intuitiva del mercado, entre otros. Por lo tanto se espera que los productores reflejen en alguna medida este tipo de características.

Respecto a sus características, anteriormente se mencionó que un porcentaje importante es mayor de 40 años, y su escolaridad es baja, así como el hecho de qué la actividad productiva se ha heredado de los antepasados. Es importante decir que heredar una finca puede o no ser razón para motivar el espíritu emprendedor, pues hay factores adicionales como la “cultura empresarial”, conocimientos, entre otros, a los que haya estado expuesto el individuo lo que podría desencadenar la acción emprendedora.

La búsqueda de nuevas alternativas de negocio para crecer, diversificar riesgos o mejorar la situación económica en un momento dado puede ser un indicio de la predisposición hacia el emprendimiento. La incorporación en nuevas actividades productivas, sin que esto implique innovaciones importantes en la práctica empresarial, es mencionada por la mayoría de los productores, quienes dicen haber incorporado una nueva actividad hace 2 años o menos. Los motivadores para incursionar en estas actividades son variados siendo la existencia de mercado, el conocimiento previo sobre la actividad, la capacitación recibida y la rentabilidad esperada los más mencionados aunque no hay preponderancia de ninguno de ellos, según lo que se muestra en la figura 7.

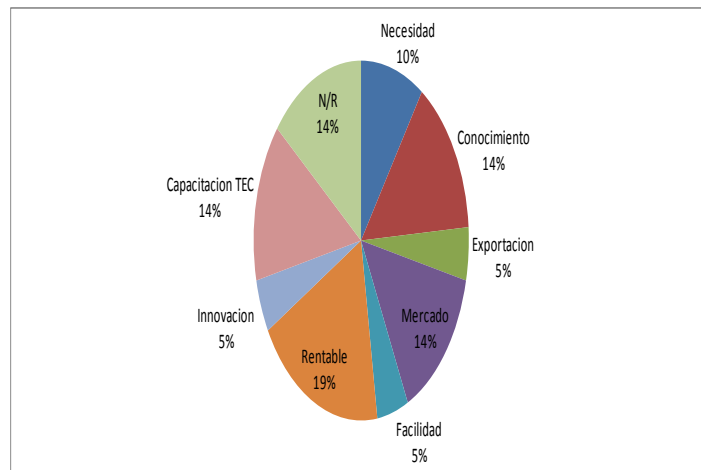


Figura 7: Razones que motivan la incursión en una nueva actividad según los encuestados

No obstante lo anterior, un 65% manifiesta no estar dispuesto a incursionar en algo diferente a lo que han experimentado hasta ahora, por falta de conocimiento, por temor a fallar, por no conocer si se tiene mercado, entre otras. Los pocos productores que dicen que podrían incursionar en una actividad diferente lo harían en forma independiente (20%), asociándose con otro (20%) y el resto (60%) no saben o no responden. Este porcentaje es bastante grande y de alguna manera puede estar asociado a la poca predisposición al riesgo, aún cuando este elemento se cita en menor medida. Como restricciones o limitaciones mencionadas con mayor frecuencia por los encuestados para intentar incursionar en nuevas actividades productivas son la inversión y el desconocimiento del proceso productivo y del mercado. La figura 8 ilustra lo mencionado más otras variables.

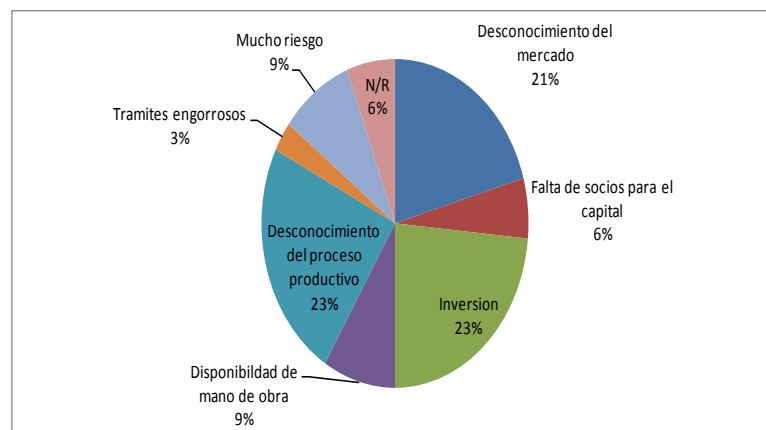


Figura 1: Restricciones señaladas por los agricultores para incursionar en nuevas actividades

Ante estas restricciones identificadas, la existencia de nuevas oportunidades de negocio es vista por algunos como buena pero escasas por otros (56%), lo que resulta interesante pues la capacidad para detectar oportunidades es una habilidad intrínseca al emprendedor. La opinión de los encuestados sobre el ambiente de oportunidades que se les presenta se puede ver en la figura 9.



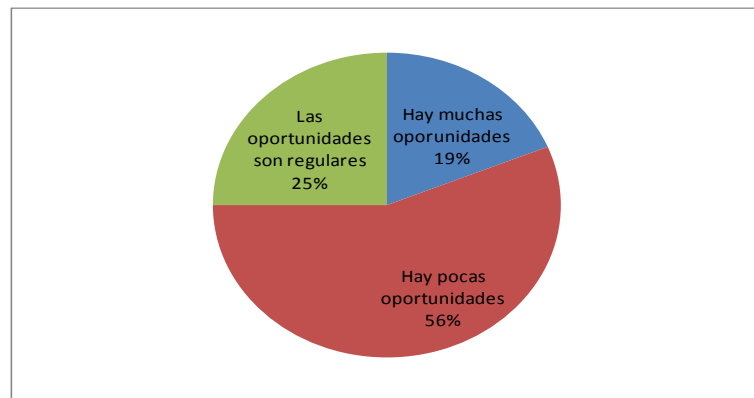


Figura 9: Opinión de los agricultores sobre el ambiente de oportunidades

Ese ambiente de oportunidades, según los productores se ve fuertemente afectado por la falta de apoyo del gobierno, lo que puede interpretarse de muchas formas desde política pública o tipos de instrumentos específicos, con mayor o menor grado de intervención estatal. Esta visión particular del ambiente de oportunidades puede ser más nefasto si no se actúa en conjunto, que puede ser la forma de lograr sinergias para superar obstáculos.

#### 4. Conclusiones

4.1. Los agricultores no tienen establecidas redes para la cooperación entre ellos pues no han creado organizaciones para atender sus necesidades o para aprovechar oportunidades en conjunto. No se presenta la figura de red empresarial con agrupación de empresas que desarrollan actividades conjuntas, y en cooperación. Por lo tanto no están propiciando mejoras para competir.

4.2. La realidad encontrada en estos productores refleja las condiciones semejantes a lo que se visualiza en el conjunto de productores, que son reacios a crear y participar en las distintas formas de organización y prefieren trabajar individualmente.

4.3. La colaboración existente entre productores y proveedores es muy básica y se establece por conveniencia para acceder a los insumos y al crédito. En esencia la figura de cooperación y de red está en sus estadios más elementales y apenas puede calificarse como red de tipo social.

4.6. No hay evidencia de que los agricultores perciban la necesidad de crear un modelo más avanzado de cooperación a pesar de las dificultades del agro y la imposibilidad de lograr soluciones en solitario.

4.7. El emprendedurismo no parece estar muy arraigado en los productores agrícolas estudiados, lo que puede estar relacionado con patrones culturales, edad y escolaridad condicionándose las posibilidades de los agricultores para acceder a información sobre mercados y otros tópicos importantes para el ambiente de negocios competitivos, siendo limitada su gestión con visión empresarial.

4.7. La ausencia de formas de cooperación y redes empresariales debilita las capacidades para competir de los pequeños productores pues se reducen sus posibilidades para lograr mejores condiciones de compra, de negociación, de acceso a mercados y a tecnología, entre otros.

4.8. Para elevar las capacidades empresariales y de desarrollo de los agricultores se requieren cambios importantes asociados a la adopción de políticas e instrumentos que promuevan la cooperación entre productores pequeños como forma de incrementar capacidades y de enfrentar y proponer soluciones.

## **5. Referencias**

González, C., & Gálvez, E. (2008). Modelo de emprendimiento en RED-MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento. *Revista Latinoamericana de Administración* , 40.

Martínez, B. (2007). *El caso de las redes de pymes turísticas en La Firtuna de San Carlos, Costa Rica*. Valencia, España: Universidad de Valencia.

Modelo de emprendimiento en RED-MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento. (2008). *Revista Latinoamericana de administración* , 40.

Yoguel, G. (2000). Creación de empresas en ambientes locales y redes productivas. *Revista CEPAL 71* , 105-119.