

RUBENIA GALEANO

Carvalaga

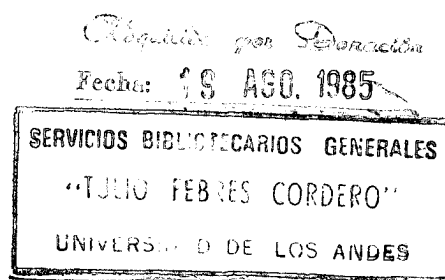
LOS CENTROS DE ACOPIO COMO FORMA DE COMERCIALIZACION
SU EFICACIA Y VALIDEZ ECONOMICO-SOCIAL
A TRAVES DE DOS CASOS SELECCIONADOS

www.bdigital.ula.ve

Trabajo de Postgrado como requisito parcial
para optar al grado de Magister Scientiae
en la opción de Derecho Agrario

Prof. Guía:
María Auxiliadora Gabaldón

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y POLITICAS
INSTITUTO IBEROAMERICANO DE DERECHO AGRARIO
Y REFORMA AGRARIA
MERIDA - VENEZUELA
MAYO 1985



www.bdigital.ula.ve

A los campesinos de mi país, gracias
a quienes he podido realizar una de
mis aspiraciones como profesional

A mi familia, por su apoyo constante

Quede expresado en estas líneas mi agradecimiento a los Organismos e Instituciones que colaboraron en la realización de este trabajo al brindar la información solicitada.

a las amistades venezolanas que me brindaron su apoyo material y moral que me permitió salir adelante.

a la doctora Maria Auxiliadora Gabaldón que como tutora del trabajo colaboró mucho al brindarme parte de su tiempo y conocimientos.

a los Catedráticos y personal administrativos del Postgrado de Derecho Agrario.

I N D I C E

INTRODUCCION	1
CAPITULO I	
ORIGEN, ORGANIZACION Y FUNCIONAMIENTO DE LOS CENTROS DE ACOPIO	9
1 ORIGEN	
1.1 Breve reseña de algunas experiencias en Latinoamérica	9
1.2 La comercialización hortofrutícola en Venezuela	12
- Objetivos del Programa Nacional de Centros de Acopio	19.
2 ORGANIZACION Y FUNCIONAMIENTO	27
2.1 Estructuración a nivel local	30
2.2 Organos de representación	43
2.3 Estructuración a nivel nacional	51
2.3.1 Corporación de Mercadeo Agrícola: El Programa Nacional de Centros de Acopio	51
2.3.2 La Federación Nacional de Centros de Acopio - FENACA	60
CAPITULO II	
ANALISIS COMPARATIVO DE LAS EXPERIENCIAS EN DOS ZONAS DIFERENTES	69
1 LOS CASOS SELECCIONADOS Y SU CONTEXTO PRODUCTIVO	70
1.1 La producción platanera en el Sec- tor de Caño Muerto	71
- Aspectos físicos naturales	71
- Aspectos socio-económicos	72
- Aspectos jurídico-organizativos	76
- Aspectos productivos	78
- Aspectos de comercialización	91

1.2	La producción hortícola en la cuenca alta del Mocotíes	94
-	Aspectos físicos naturales	94
-	Aspectos socio-económicos	96
-	Aspectos jurídico-organizativos	99
-	Aspectos productivos	103
2	IDENTIFICACION DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS	111
2.1	Nivel de la organización	111
-	Participación de los productores	111
-	Actitud del productor ante la idea	120
2.2	Nivel de funcionamiento de la organización	127
-	Transporte	128
-	Fijación de precios	131
-	Mercado	134
-	Financiamiento	142
	CAPITULO III	
	CONCLUSIONES	150
	BIBLIOGRAFIA	158
	ANEXOS	161

www.bdigital.ula.ve

LISTA DE CUADROS

CUADRO N° 1

EJEMPLO DE ASIGNACION DE CUPOS	39
--------------------------------	----

CUADRO N° 2

ESQUEMA DE ORGANIZACION DE UN CENTRO DE ACOPIO	50
--	----

CUADRO N° 3

CREDITOS CONCEDIDOS POR EL ICAP	80
---------------------------------	----

CUADRO N° 4

VOLUMEN DE COMERCIALIZACION, CENTROS DE ACOPIO DE BAILADORES Y CARO MUERTO	140
--	-----

CUADRO N° 5

RESUMEN DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS CON PRODUCTORES DE LAS ZONAS RESPECTIVAS	148
--	-----

INTRODUCCION

La comercialización es un aspecto fundamental dentro de la estructura económica de un país, que se reviste de características especiales cuando esa actividad es realizada con productos hortícolas perecederos a corto plazo y cuya producción se caracteriza por la existencia de numerosas unidades de explotación de tamaño reducido. Ello se refleja en una producción dispersa y, por lo tanto, con problemas para la concentración, a lo cual se añade la exigencia de un tratamiento especial por esa condición de perecedera. Por el contrario sucede con frutales como el plátano, cuyas características difieren de las hortalizas.

En el proceso de comercialización hay sectores que han logrado consolidarse, absorbiendo el mayor excedente originado por los productos comercializados. El sector predominante es el intermediario representado por los camioneros rurales y urbanos, los mayoristas y detallistas; este sector ha venido controlando los mercados a través de la fijación de precios, manipulación del transporte de los productos de los centros de producción a los de distribución.

Hasta hace unos diez años el productor pequeño y mediano sólo se limitaba a desempeñar su papel de productor, absorbiendo todos los costos que la producción implica y quedándose con la menor parte de los beneficios económicos

de la comercialización de su productos.

Esas situaciones dieron origen a la necesidad de buscar mecanismos de mayor participación de los pequeños y medianos productores en el proceso de comercialización; se tomaron como ejemplo las experiencias de formas de comercialización aplicadas en otros países, como son los Centro de Acopio.

Los Centros de Acopio, como una forma de comercialización, se dedicaron principalmente a la concentración de la producción hortofrutícola para luego ser distribuida en el mercado nacional e internacional a través del sector oficial. Como forma de organización de los productores podía proporcionar a éstos mayor poder de negociación, para que, en forma asociada, ellos pudieran enfrentar los problemas que se les presentasen en la salida de los productos al mercado terminal y que en forma individual y por separado no han podido solucionar.

En este trabajo se ha partido de la idea de que el Programa Centros de Acopio como forma de comercialización y de organización de los pequeños y medianos productores tienen aplicabilidad en cualquier zona, región o país; siempre y cuando se hagan en ellas los estudios de factibilidad y sea una constitución voluntaria de los mismos productores ante la necesidad de organizarse en esa forma. El tratamiento a cada caso tiene que ser diferente de acuerdo a la población a tratar, la ubicación geográfica del área selec-

cionada, sus condiciones de acceso a los mercados terminales; porque esas características incidirán posteriormente, en cierta manera, en el desarrollo del Centro de Acopio, permitiendo o no la satisfacción de las aspiraciones económico-sociales y culturales de sus asociados. Ello permite mayor participación voluntaria y permanente en el posterior funcionamiento del Centro de Acopio, así como su permanencia en el tiempo en una forma compacta y adecuada a las condiciones evolutivas de esa zona, región o país.

Por lo tanto se impone la necesidad de ajustar el programa a esas condiciones ya existentes para que los resultados sean positivos y no ajustar las condiciones al Programa, como se ha pretendido hacer, lo que coloca al mismo en una dimensión utópica.

Todas esas condiciones sirvieron de base para la elección del problema objeto de la investigación, dentro de las posibilidades al alcance: *Los Centros de Acopio como forma de comercialización. Su eficacia y validez económico-social a través del análisis de casos seleccionados.*

Los casos seleccionados, en un principio fueron tres: Centro de Acopio de Bailadores (Estado Mérida), Centro de Acopio de Caño Muerto (Estado Zulia) y Centro de Acopio de Quibor (Estado Lara), que por su ubicación geográfica y relieve, respectivamente, les hace diferentes y, por lo tanto, ya implicaba un trabajo de mucho interés; además de

los diferentes rubros que entre los tres centros se comercializaban, permitía distintas alternativas de investigación. Así fue presentado en el Anteproyecto de Trabajo de Tesis para optar al Grado de Magister Science en Derecho Agrario otorgado por la Universidad de los Andes, a través del Instituto Iberoamericano de Derecho Agrario y Reforma Agraria (IIDARA) de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas.

Posteriormente el trabajo se tuvo que limitar a dos casos: Centro de Acopio de Bailadores y Caño Muerto, porque el Centro de Acopio de Quíbor nunca funcionó por problemas de tipo organizativo, que se dieron en su seno, lo que obligó a eliminarlo del trabajo. Ello se debió a que el eje del trabajo es precisamente el funcionamiento de los Centros de Acopio, y al no llenar el de Quíbor este requisito (el funcionar) lo excluía automáticamente.

Así el trabajo se limitó a dos Centros de Acopio representativos del impacto socioeconómico que en sus respectivas áreas de ubicación e influencia originaron, permitiendo demostrar la eficacia de las normas jurídicas que le dieron origen, también la validez de su funcionamiento y la capacidad organizativa que hubiera generado entre los productores (pequeños y medianos) y, en forma general, la participación del Estado a través de las diferentes políticas agrícolas en pro del desarrollo económico-social de los Centros de Acopio.

Los objetivos que se persiguieron en la realización del análisis de ambos casos seleccionados fueron:

- Analizar la validez del programa Centros de Acopio como instrumento rural de organización,
- determinar en que medida las diferentes condiciones de producción afectaron el funcionamiento de los Centros de Acopio.

El trabajo en cuanto a contenido se dividió en Introducción y tres Capítulos:

La Introducción contempla los aspectos metodológicos del trabajo y la justificación del mismo.

El capítulo primero comprende los orígenes, organización y funcionamiento de los Centros de Acopio, donde, en una forma breve y muy general, se señalan algunas experiencias sobre Centros de Acopio en Iberoamérica y sobre las causas que le dieron origen en la comercialización hortofrutícola en Venezuela. En este mismo capítulo se describen los mecanismos de participación de los productores a través de la gestión económico administrativa de los Centros y los órganos de representación en las distintas instancias de autoridad de los mismos.

El segundo capítulo resume la experiencia y el análisis que se logró en el trabajo de campo, a través de las entrevistas a los distintos personajes involucrados en el funcionamiento de los casos seleccionados, así como la observación

de las características en cada área de trabajo.

El tercer capítulo se refiere a las conclusiones a que se llegó a través del análisis y la reflexión por parte de la autora.

La revisión bibliográfica se hizo a diferentes niveles:

- Bibliografía especializada,
- publicaciones oficiales.

En cuatro enfoques distintos:

- Legal,
- Económico,
- Social,
- Político.

Para ello fue necesario revisar: la Constitución Nacional vigente, el V Plan de la Nación, la Ley de Mercadeo Agrícola, La Ley Habilitante, la Ley de Reforma Agraria y su Reglamento, la Ley de Asociaciones Cooperativas, las Memorias y Cuentas del Instituto Agrario Nacional (IAN) en los años 1982 y 1983, y las del Instituto de Crédito Agrícola y Pecuario (ICAP) de esos mismos años, también la revisión del XI Censo Nacional de Población y Vivienda, así como la información comprendida en el período 1981-1984 de los Centros de Acopio seleccionados. El apoyo de la cartografía facilitó la ubicación conjunta de los casos seleccionados.

El material revisado se sistematizó a través de:

- Fichas bibliográficas,
- Fichas resumen,
- Fichas textuales.

A nivel metodológico se realizó:

- Análisis comparativo de los casos seleccionados, el cual implicó:
 - el recorrido de las dos zonas donde se ubican ambos Centros y sus áreas de influencia, para conocerlas y obtener información sobre sus particularidades.
 - entrevistas practicadas a funcionarios de la Corporación de Mercadeo Agrícola (CMA), de la Fundación de Desarrollo Centro-Occidental (FUDECO), del Ministerio de Agricultura y Cría (MAC), del Instituto de Crédito Agrícola y Pecuario (ICAP), así como al Gerente del Centro de Acopio de Bailadores (Estado Mérida) y al encargado de Servicios de Comercialización y Mercadeo del centro de Acopio de Caño Muerto (Estado Zulia).
 - a nivel de los productores se realizaron entrevistas, tipo cuestionario, en forma directa y dirigida por la autora del trabajo, tanto a productores asociados activos como no activos, de los centros de Acopio de Bailadores y de Caño Muerto.

Notas explicativas:

En la realización del trabajo se profundizó en unos temas o aspectos más que en otros, debido a la información de que se disponía; en los aspectos de producción, población económicamente activa a nivel de las zonas de estudio (Bailadores y Caño Muerto) sobre las cuales la información que había estaba desactualizada en las fuentes primarias que se obtuvieron, se tuvo que prescindir de un análisis detallado y mencionarse en forma muy genérica.

Además en este trabajo solamente se ha pretendido hacer un pequeño y sencillo aporte en el campo de la comercialización hortofrutícola, a nivel de la organización de los pequeños y medianos productores que permita a otras personas interesadas en el tema continuar y profundizar mucho más en el mismo.

CAPITULO I

ORIGEN, ORGANIZACION Y FUNCIONAMIENTO DE LOS CENTROS DE ACOPIO

1 ORIGEN

1.1 Breve reseña de algunas experiencias en países de Latinoamérica

Varios países de Iberoamérica están desarrollando programas del mejoramiento del mercadeo a nivel rural, mediante la organización de Centros de Acopio, se destacan: Brasil, Colombia, Ecuador, Perú, Uruguay y República Dominicana.

De acuerdo a estudios de Perú y Colombia se han identificado tres tipos de centros de acopio que el autor Gilberto Mendoza señala así:

Centros primarios: son centros de acopio estables, localizados en zonas de producción muy definidas, casi siempre con instalaciones físicas permanentes y equipos complementarios. Por lo general, en ellos se localiza la dirección de la entidad que los administra (Cooperativa, Asociación, etc.) y coordina las acciones sobre los centros dependientes o sub-centros.

Centros secundarios: son de segundo orden, localizados en zonas de menor producción que no justifica operaciones diarias, sino en los días tradicionales de mer-

cado. Constan de instalaciones sencillas, a veces provisionales y operan como dependientes de los primarios.

Centros terciarios: se conciben como rutas de acopio en camiones que operan en forma programada por áreas de producción para reunir las cosechas de parcelas dispersas, pero vinculadas a una zona geográfica definida. Reemplazan la función del intermediario camionero y transportan la producción a los centros primarios y secundarios ¹.

En este tercer concepto de centros de acopio no se comparte la forma en que lo define el autor, porque parece entrar en contradicción el concepto de *centro* con el de *ruta*: uno es estático y el otro móvil. Así solamente se considera en forma general como un estudio realizado en ambos países, sin pretender polemizar con su contenido, aunque el mismo autor aclara que no se conciben los centros terciarios como puestos fijos.

En cuanto al Perú, específicamente, se han organizado empresas asociativas de producción dentro del esquema de reforma agraria que sirven luego como elemento de juicio para las estimaciones de producción a comercializar a través de los centros de acopio y éstos a la vez fortalecen las empresas dentro del área donde están comprendidas. En este

¹ Mendoza, Gilberto: *Compendio de Mercadeo de productos agropecuarios*. IICA. San José (Costa Rica), p 125

país existe un centro de acopio en la Central de Cooperativas de San Lorenzo Piurá que trabaja con frutales y cuyo desarrollo ha tenido transcendencia fuera de las fronteras peruanas ².

Respecto a algunas experiencias de organizaciones de productores en comercialización agropecuaria en Centro América, Juan Pablo Torrealba ³ aclara la dificultad de tipificar esas organizaciones en forma representativa, porque la conformación del mercado no es independiente del contexto socio-político imperante dentro y entre los países centroamericanos específicamente. En Costa Rica, Nicaragua y Honduras es donde se destacan ese tipo de organizaciones que tienen significado en el mercado, como son: Unión Nacional de Cooperativas en Costa Rica (UNACCOF), Cooperativa Arrocería, S.A. en Nicaragua (C.A.S.A.), Cooperativa de Producción y Servicios "Las Guanchías" en Honduras. Estas organizaciones vienen a realizar en el mercado las mismas funciones que las de un centro de acopio, los cuales han tenido poco auge en Centro América.

² Torres, Hugo: *Organizaciones Rurales de Mercadeo; Centros de Acopio*. FUDECO, Barquisimeto (Venezuela). 1974. pp B-III-8 y B-III-15.

³ Torrealba, Juan Pablo: *Algunas experiencias en Organizaciones de mercadeo para productores en centro América*. IICA-Corpozulia, Maracaibo (Venezuela). pp 102, 103 y 107.

1.2 La comercialización hortofrutícola en Venezuela

Según el autor Gilberto Mendoza ⁴ los conceptos de comercialización y mercadeo son sinónimos, siendo empleados ambos en este trabajo indiscriminadamente:

Constituyen un concepto que engloba actividades físicas y económicas, bajo un marco legal e institucional en el proceso de trasladar los bienes y servicios desde la producción hasta el consumo final.

Las actividades físicas están íntimamente ligadas a las actividades económicas, de modo que un productor o intermediario no realiza una actividad física de mercadeo si no es económica.

La comercialización, por lo tanto, implica una serie de actividades donde se ven involucradas muchas personas, que van desde el productor hasta el consumidor final y se le considera un sistema por las muchas funciones que se realizan en ella, como son: clasificación, empaque, almacenamiento, transporte, etc.

En Venezuela la comercialización en principio era atendida por el Banco Agrícola y Pecuero (BAP) en el caso de algunos rubros, pero posteriormente, a partir del mes de

⁴ Mendoza, Gilberto: *Compendio de mercadeo de productos agropecuarios*. IICA, San José (Costa Rica), 1982, p 3.

agosto de 1970, esa actividad es asumida por la Corporación de Mercadeo Agrícola de acuerdo a las disposiciones de la Ley de Mercadeo Agrícola que la creó.

La Corporación, entre una de sus actividades que involucraban la comercialización, tenía la de recibir las cosechas a los productores dentro de cierto grado de calidad, madurez, con precios mínimos en la comercialización.

Esto implica que antes de la creación de la C.M.A. esa actividad, en forma predominante, la realizaban los intermediarios. El canal tradicional de comercialización lo representaban los intermediarios: camioneros rurales y urbanos que llevan el producto, bien sea al detallista, al mayorista o a la industria. Predominaban en los centros de producción, así como en los de distribución. Compraban el producto de dos formas: a) producto cosechado y empacado y b) comprando el lote y corriendo con las gastos de cosecha. Ellos fijaban los precios de acuerdo a los que se pagaban en la zona y a los precios de venta en los mercados terminales. Los mayoristas y detallistas que surtían mercados locales compraban prácticamente en las mismas condiciones que los camioneros.

En este canal tradicional no se pagaba de acuerdo al peso, sino de acuerdo a las medidas de volumen establecidas por la costumbre, por ejemplo, en la venta de repollo en

saco más siete en boca, aprovechándose de ello el intermediario para aumentar la especulación. Tampoco se pagaba la calidad del producto, ni se practicaban las más mínimas normas de clasificación y empaque y, de ninguna manera podía el productor influir en los precios ⁵.

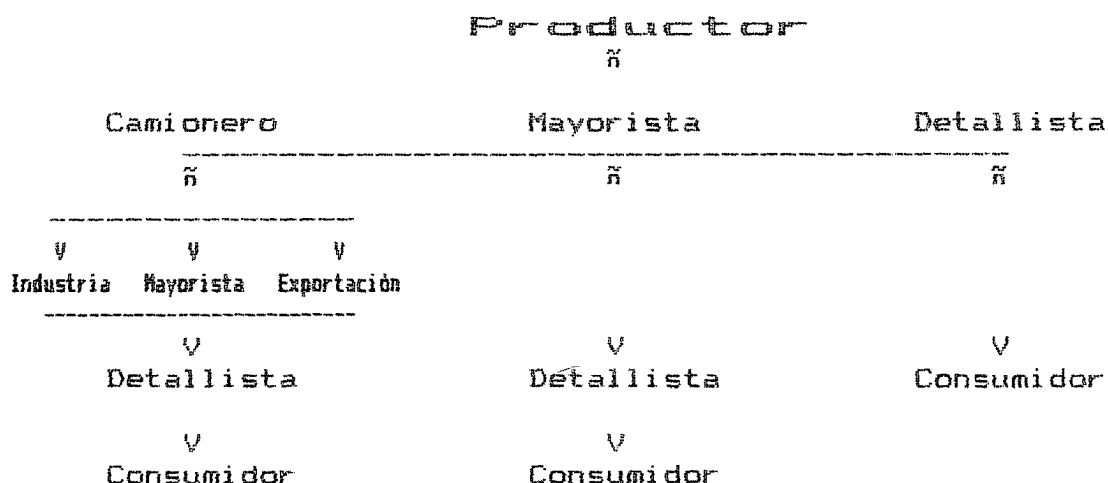
El productor, en ese canal tradicional, tenía problemas de bajo o casi nulo poder de negociación, no podía aprovechar las economías de escala ⁶, agravándose la situación cuando se trataba de productos perecederos que no permiten alternativas de almacenamiento. Generalmente eran pequeños y medianos productores, muchos de ellos campesinos tradicionales que se han ido incorporando a la producción de mercado, pero que carecían de la preparación administrativa y técnica necesaria, ignoraban los procedimientos propios del proceso de comercialización y conservan aún sus hábitos tradicionales, lo que les obliga a depender de los intermediarios para colocar sus productos en el mercado ⁷.

⁵ Carrasco, Sthorin et al: *Los Centros de Acopio como una alternativa de solución a los problemas de comercialización de productos hortícolas: el caso del Centro de Acopio Bailadores*. IIDARA. Mérida (Venezuela), 1984. p 8.

⁶ Son las reducciones de costos medios a largo plazo que obtienen las empresas al ampliar las dimensiones de operación ... Aparecen por mayor especialización de los recursos, utilización más eficiente del equipo, reducción de los costos unitarios de los factores. (Mendoza, Gilberto, 1982, p 68)

⁷ Dubuc, Roberto y Ugalde, Luis: *Evolución histórica del sector agropecuario*. O.E.S.E., Caracas (Venezuela). 1975. p 55.

Gráficamente, el canal tradicional, se puede representar así:



Con la creación de la Corporación de Mercadeo Agrícola se busca:

- reglamentar las relaciones entre productores, intermediarios y consumidores,
- eliminar y controlar las roscas distribuidoras de insumos para la producción como de los productos agrícolas, en cuanto a precios,
- evitar las oscilaciones fuertes de producción y de los precios de los productos básicos por alteraciones pronunciadas en la demanda y oferta de los mismos, porque ello implica mal gasto de recursos económicos y perturbaciones indeseables en el proceso económico, por lo tanto, el costo de la labor realizada por la Corporación

ción puede legítimamente llamarse *costo social*, en el que se incurre para evitar pérdidas mayores ⁸.

En el mismo año de su creación (1970) la C.M.A. se plantea la necesidad de un proyecto de comercialización agrícola, respaldado por el contenido de la Constitución Nacional, que contentiva de las garantías constitucionales, en sus artículos 96 y 98 manda la regulación de los precios, la planificación y fomento de la producción, de acuerdo a la Ley correspondiente.

En el V Plan de la Nación se plantean las estrategias a seguir en materia de comercialización, con la *modernización del sistema de mercadeo, a través de nuevas construcciones para infraestructura de distribución y comercialización tales como: silos, mercados mayoristas, mercados terminales, centros de acopio y centros de almacenamiento en frío*. Esta modernización se concreta con la puesta en marcha en 1974 del Programa de Comercialización de Productos Agrícolas, que contempla como objetivos básicos:

- iniciación de la organización del Sistema de comercialización de los productos agrícolas, a través de la creación de canales de distribución definidos, así como el establecimiento de servicios auxiliares de mercadeo, como transporte, clasificación, almacenamiento, etc.,

⁸ Rodríguez, Manuel y Jul R., Guillermo: *Estudios de Mercado de Productos Agrícolas*. CORPOANDES. Mérida (Venezuela), 1974. pp B-I-5-9 y B-I-5-10.

tal y como lo manda la Ley de Mercadeo Agrícola en sus artículos 1 y 2,

- impulsar la formación de recursos humanos en el ámbito de comercialización agrícola, para asegurar la total ejecución del programa,
- establecer un sistema de clasificación y empaque para frutas y hortalizas, revisando y evaluando los ya existentes, adoptando nuevos criterios que permitan la colocación racional de los productos en el mercado,
- establecer un sistema de información de mercados, ágil, oportuno y permanente, que divulgue el movimiento continuo de las variables del mercado, que es de mucha importancia para el desarrollo de las operaciones de comercialización,
- crear centros de acopio y recepción de frutas y hortalizas a nivel de zonas de producción, para concentrar los productos y acondicionarlos adecuadamente para el mercado,
- establecer mercados mayoristas y una red de mercados secundarios en las ciudades principales del país para iniciar la distribución al mayor en forma organizada.

Con este programa se persigue darle más eficiencia al sistema de comercialización, a través de la integración

nacional de los productores, mercados mayoristas y consumidores, dándoles a los productores agrícolas mayor poder de oferta y de negociación a través de una forma organizada y con una estructura física adecuada, mediante un sub-proyecto de Centro de Acopio ⁹

Es así que a partir de la década de los setenta se presentan diferentes cambios en el sector agrícola, manifestándose en diversas formas, entre ellas los centros de acopio, como un nuevo canal de comercialización, relativamente moderno por el hecho de desarrollarse siempre dentro de un sistema centralizado de mercadeo. Caracterizado de ineficaz, obstaculizador del desarrollo económico y social de los pequeños y medianos productores al no permitir la formación de precios y poder ampliarse las oportunidades productivas de los agricultores y el poder adquisitivo de los consumidores.

Se entiende por Sistema Centralizado de Comercialización al

Sistema tradicional, donde el flujo de alimentos del productor al consumidor sigue canales de variada complejidad, donde participan de uno a muchos intermediarios, se caracteriza por la centra-

⁹ Pando, José Luis: *Programa Nacional de Centros de Acopio*. IICA. Documento para discusión. Caracas (Venezuela). 1977. p 10.

C.M.A. Programa Nacional de Centros de Acopio. Caracas (Venezuela). 1981. p 2.

lización urbana de todo el proceso o sea que las más importantes funciones de mercadeo son realizadas a nivel de mercado central urbano. El poder radica en el mayorista; la función formadora del precio aquí es lo más importante, productores y detallistas no llegan a constituir un verdadero poder ¹⁰.

Objetivos del Programa Nacional de Centro de Acopio

Los objetivos generales de la creación de Centro de Acopio fueron:

- Contribuir al aumento de ingresos de los agricultores y su estabilización en su unidad de producción,
- participar en la ejecución de la política de comercialización a través de:
 - i garantizar precios justos a productores y consumidores, donde se reconozca para los primeros el costo real de la producción agrícola y obtenga un margen justo de rentabilidad y el logro de un verdadero estímulo para el aumento de la producción agrícola; y para los segundos, que puedan obtener los productos agrícolas a precios justos, evitando la especulación para ambos,

¹⁰ Pando, José Luis, citado por el Instituto de Investigaciones Económicas: *Empresa de Distribución de Productos Agrícolas. Diagnóstico de la Comercialización actual (papa, tomate, pimentón, cebolla).* (t I). Facultad de Economía. Universidad de los Andes. Mérida (Venezuela). 1980. pp 3-4.

- ii mejorar la calidad y presentación de los productos agrícolas,
- iii reducir los costos de comercialización al eliminar funciones intermediarias innecesarias,
- iv establecer un sistema de información de mercados,
- v facilitar la colocación de los productos hortofrutícolas,
- vi aumentar el poder de contratación de los productores,
- vii propiciar la diversificación y escalonamiento de la producción,
- viii reducir las pérdidas por mercadeo mediante un mejor manejo de los productos, y
- ix buscar la expansión del mercado de los productos.

El Programa Nacional de Centros de Acopio da una noción de los mismos en estos términos:

una infraestructura comercial ubicada estratégicamente en las áreas de producción en las cuales se concentrará la producción de un grupo de agricultores organizados, a fin de alcanzar un volumen comercial de operación, en el cual se realiza la preparación del producto para su transporte y venta en las mejores condiciones posibles ¹¹.

¹¹ C.H.A. Programa Nacional de Centros de Acopio. Caracas (Venezuela). 1981. pp 1-2.

La noción de centros de acopio debe ir mucho más allá de la noción simple de que consiste sólo en una construcción o instalación en el área rural que permite acopiar el producto de varios agricultores para alcanzar un volumen comercial de operación, en la cual se realiza la preparación del producto para el transporte y venta.

La idea de los centros de acopio debe entenderse como uno de los medios de mejorar el sistema de mercadeo, estimulando el cambio hacia mejores niveles de productividad en las distintas etapas del mercadeo en que actúen estos centros. Esto implica que los centros de acopio deben entenderse como:

- a) una red orgánica que abarque cierta zona, si se pretende impactar los mercados rurales y los mercados mayoristas urbanos, y
- b) complementarios a otras medidas de mejoramiento de la comercialización, tales como información de precios, normas de clasificación, investigación en métodos de manejo físico de los productos de mercado, extensión, etc. ¹²

Entre las estrategias a seguir por el Programa Nacional de Centros de Acopio se encuentran:

- planificación de la producción hortofrutícola, con miras a aprovechar las mejores oportunidades de mercado,

¹² IICA, CMA, CORPOANDES: I Reunión Nacional sobre Instrumentos de Comercialización. Mérida (Venezuela), 1974. p 8-I-2-9/

- desarrollar canales directos de comercialización para la colocación ventajosa en los mercados terminales,
- organizar en Asociaciones de comercialización a los productores (en la práctica se dieron como departamentos de comercialización de Asociaciones de Productores y/o Cooperativas), y
- facilitar a las organizaciones constituidas y administradoras de los centros de acopio el capital operacional inicial, así como el financiamiento para su equipamiento ¹³.

Dentro de la Corporación de Mercadeo Agrícola, en el año 1981, se creó un departamento de Desarrollo de los Centros de Acopio, pero no tuvo mucha vida debido a la liquidación de la misma Corporación, según la Ley Habilitante de marzo de 1984 donde, de acuerdo al artículo 12 de la misma, se ordena la liquidación de ese ente descentralizado. Ese Departamento de Desarrollo se encontraba estructurado así:

- Sección de Pronóstico y Control de Gestión,
- Sección de Pronóstico y Programación de Mercado, y
- Sección de Organización y Gestión.

En síntesis, el Programa de Centros de Acopio plantea la formación de los mismos así:

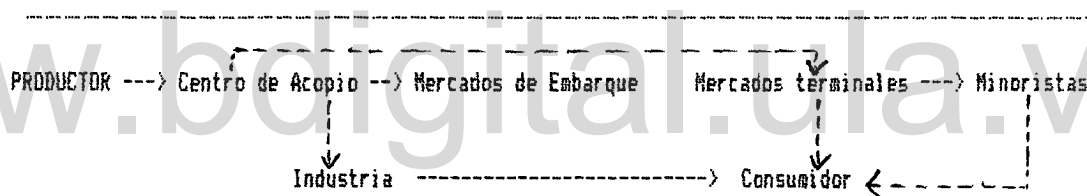
¹³ C.M.A. Programa Nacional de Centros de Acopio. Caracas (Venezuela). 1981. p 3.

- a) la creación de un canal adicional de compra segura y confiable en las zonas rurales que sirva especialmente a aquellos agricultores que por lo reducido de los volúmenes de cosecha que venden o bien por la distancia a que se encuentran de los mercados no pueden comercializar sus productos adecuadamente en canales más directos y más eficientes. La creación de un canal de compra-venta adicional a los tradicionales genera en las zonas rurales condiciones de mayor competencia, lo que tiende a mejorar los precios que reciben los productores,
- b) contribuir a transmitir eficientemente la demanda de productos agropecuarios a los productores en las zonas rurales. Esto implica esquemas de clasificación de productos, de determinación de precios e información que refleje la demanda de los consumidores, creando así incentivos para producir y comercializar más productos y que éstos sean de mejor calidad,
- c) servir de vehículo de implantación de mejores técnicas de manejo físico de los productos (cosecha, empaque, selección, tratamiento, transporte, conservación, etc.) desde su recolección hasta su venta en los mercados urbanos, y
- d) servir como uno de los elementos para el mejoramiento a largo plazo de los sistemas de producción y acopio de productos agropecuarios. A este efecto pueden aumentar la efectividad de los organismos de crédito, asistencia

técnica y extensión para promover:

- la concentración de la producción y especialización regional,
 - una mejor coordinación de los planes productivos de las regiones que producen ese mismo rubro, y
 - el desarrollo de los servicios de apoyo básicos de la comercialización (información, extensión, etc.)
- 14.

Este nuevo canal plantea, por lo tanto, una nueva estructura de mercadeo, que, gráficamente, se representa así:



Fuente: CORDIPLAN-BID. Centro de Acopio. Estudio de Factibilidad y practicabilidad. Cursos de Preparación y Evolución de Proyectos. Caracas (Venezuela). 1974. p 13.

Cuando se hace énfasis en la organización de los productores puede decirse que por Centro de Acopio no se entiende una estructura física, sino una organización que puede contar con la infraestructura para realizar la concentración o acopio de la producción agrícola de una zona o

¹⁴ 1ª Reunión Nacional sobre Instrumentos de Comercialización. IICA, C.M.A., CORPDANDES. Mérida (Venezuela). 1974. pp B-I 2-10 y B-I-2-11.

región; pudiendo en determinado momento prescindir de una estructura, por el desarrollo de la organización, que en el tiempo la vuelve obsoleta e innecesaria¹⁵.

En zonas de pequeños y medianos productores el acopio organizado contribuye a que los cultivadores participen en las primeras etapas de la comercialización y agreguen mayor valor a la producción. Además, como organización da acceso a una cuota de poder político a nivel nacional, así como al reconocimiento real de las condiciones del mercado de sus productos, evitando así la especulación de los intermediarios¹⁶.

De acuerdo a los principios teóricos el Centro de Acopio, al ser directamente gestionado por los productores los coloca en una relación directa con las necesidades del mercado, permitiéndoles ejercer cierto control en la comercialización, lo cual genera beneficios, tanto al productor como al consumidor, porque éste obtiene el producto a un precio razonable y aquél obtiene los beneficios justos por su trabajo¹⁷.

En la implementación de los Centros de Acopio es importante el análisis social del área donde se aplicarán y de

¹⁵ Mendoza, Gilberto: *Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios*. IICA. San José (Costa Rica), 1982. p 123.

¹⁶ Ibidem.

¹⁷ Ibidem.

mayor importancia debe ser el análisis económico en cuanto a diagnóstico, preparación, operación y evaluación de los centros de acopio. Porque se debe tener una idea aproximada del potencial a ganar en todos los aspectos con la implantación de esta forma organizativa y de comercialización en cuanto a beneficios que puedan obtener los agricultores y consumidores; además deben conocerse los recursos necesarios con que debe contar para operar el centro de acopio, para evitar la improvisación durante su funcionamiento.

www.bdigital.ula.ve

En la implementación de servicios para realizar el acopio rural se conocen diversas instalaciones localizadas en los sitios claves para la concentración de la producción y se denominan Centros de Acopio. Pero no solo realizan una función física dentro del sistema de comercialización, sino que es una forma que involucra una agrupación de productores, una organización. La noción de organización presenta dos significados: de una parte designa colectividades que persiguen objetivos tales como la producción de bienes y su distribución, la formación del hombre, etc.; por otra designa ciertas conductas sociales, ciertos procesos sociales; el acto de organizar diversas actividades, el arreglo de medios para lograr objetivos colectivos, la integración de diversos miembros en una unidad coherente ².

Los Centros de acopio son organizaciones de segundo grado porque los productores agrupados participan en la gestión y administración de los mismos, no en forma directa, sino a través de sus organizaciones de base.

Las organizaciones de base constituidas adquieren modalidades de asociación diferentes, siempre observando los lineamientos generales del Programa Nacional de Centros de Acopio (C.M.A.). En cuanto a la homogeneidad socioeconómica entre los asociados, la estratificación de las asociaciones y sus características según el perfil socioeconómico de la

² IICA. IV Reunión Anual sobre Instrumentos de Comercialización. Maracaibo (Venezuela), 1977. p 83.



zona donde se ubique y la prohibición de que una sola organización de base maneje el Centro de Acopio, para lo que se estableció un mínimo de tres organizaciones representativas de la zona ³.

La Corporación de Mercadeo Agrícola ha definido los Centros de Acopio como empresas mixtas de comercialización administradas por los agricultores. Su función principal es la de concentrar y dar salida al mercado la producción de los pequeños y medianos productores ⁴.

Uno de los objetivos planteados para los Centros de Acopio es causar un impacto en los mercados rurales a nivel de precio, como de la tecnología a emplearse, lo que impone la necesidad de canalizar una parte significativa de la producción de las zonas donde se ubiquen, a través de ellos; dependiendo de la elasticidad en el precio de la demanda en el mercado rural de acopio y de la respuesta de los productores asociados a adoptar nuevas tecnologías de mercado rural. Aunque por la finalidad que persigue la organización al integrar los productores a las políticas de comercialización, pueden prevalecer las metas sociales antes que las

³ Fernández P. Mario et al: Programa Nacional de Centros de Acopio. Estructura, Organización y funciones. IIDARA. Mérida, 1983. p 25.

⁴ Gabaldón, María A. La Commercialisation des Productions légumières dans les Andes Vénézuéliennes: Formes Traditionnelles et Organisation. Volontaire. Université de Toulouse. Le Mirail (France). 1984. p 158.

económicas ⁵. La organización de los Centros de Acopio se concibió como una organización democrática participativa y producto de decisiones concientes donde sus objetivos fueran comunes a los asociados, por ellos percibidos y aceptados plenamente. Se dice democrática porque su administración y dirección es producto de la elección de los dirigentes por parte de los mismos asociados y participativa porque ha pretendido que siempre las decisiones a distintos niveles se tomen mediante una permanente discusión y participación de los asociados entre sí y directivos ⁶.

El funcionamiento de los Centros se enfoca a dos niveles:

- 1 Estructuración a nivel local.
- 2 Estructuración a nivel nacional

2.1 Estructura a nivel local

Se refiere a las actividades que realizan en su respectiva zona de influencia los Centros de Acopio, los mecanismos de participación de los asociados y sus órganos de representación en la gestión económico-administrativa, así como el proceso de comercialización desde el ingreso de los asociados hasta que el producto es entregado a sus clientes (Supermercados, C.M.A., F.E.N.A.C.A.). En la gestión econó-

⁵ CORPOZULIA: *Centro de Acopio*. Maracaibo (Venezuela). 1972. p 46.

⁶ Alzurú, Ignacio: *Análisis Económico Centro de Acopio de Bailadores (Estado Mérida)*. Facultad de Economía. Universidad del Zulia. Maracaibo (Venezuela), 1985. p 62.

mico-administrativa hay algunos puntos que escapan al nivel local, por lo que serán tratados a nivel nacional, pero que se nombran en esta parte porque en ellos deben coincidir todos los Centros de Acopio en su actividad de comercialización, indistintamente de los criterios diferentes que puedan tener en cuanto a operatividad, por la autonomía de que se les revistió en su gestión y operación interna a nivel local. Estos puntos importantes son:

- Participación directa de los productores en la administración del Centro de Acopio,
- sistema de cuota de producción,
- sistema de precios flexibles,
- normas de clasificación, y
- programación de ventas ⁷.

La gestión económico-administrativa de los Centros de Acopio ha tenido su mayor expresión en la comercialización de los productos acopiados por el mismo, reportando ingresos como beneficios económico-sociales para la organización.

La gestión ha sido realizada por la Gerencia y el Consejo de Administración, con el apoyo del personal nombrado para las diversas actividades en el Centro y la asistencia de los técnicos que el Centro haya contratado para ello. La persona a desempeñarse como Gerente debía ser postulado por el Consejo de Administración, pero no podía haber perten-

⁷ Pando, José Luis: *Documento para Discusión del Programa Nacional de Centros de Acopio*. IICA. Caracas, 1977. p 29.

necido o pertenecer a dicho Consejo. En principio se procuro que no tuviera nexos con el Centro y que fuere de una amplia capacidad gerencial administrativa, que estuviese preparado para mantener buenas relaciones sociales con los asociados en las gestiones que éstos hicieran ante el Centro y buenas relaciones obrero-patronales, porque bajo su responsabilidad recaía la dirección de un personal que se desempeñaba como contador, secretaria, obreros, despachadores, almacenistas, etc.⁸.

En cuanto a la responsabilidad de la gerencia en materia de comercialización estaban: materializar las políticas y programas que la organización hubiera aprobado, tomar decisiones junto con el Consejo de Administración en cuanto a las variables económicas, como son la oferta y demanda que haya de los productos a comercializar, los costos y los precios, procurar alcanzar el punto de equilibrio de la empresa en cuanto a volúmenes de venta que no produzcan a nivel de operación ni utilidades ni pérdidas en valores absolutos, atender los negocios diarios del Centro, gestionar nuevos mercados y ampliar los ya existentes⁹.

Los centros de acopio como organizaciones económicas con fines cooperativistas, deben ser administrados por un Comité o Consejo Administrativo elegido privadamente por los

⁸ Centro de Acopio de Bailadores *Mecanismo de participación* (mimeo). Mérida. 1982.

⁹ *ibidem*.

asociados y siempre contar con el auspicio y asesoramiento técnico y económico de la C.M.A.

Una parte esencial de la organización y funcionamiento de los centros de acopio es la capacidad administrativa de los mismos, por lo que es necesario, además de determinar su sistema de administración, el establecer las funciones específicas de cada una de las personas asignadas a los cargos administrativos, así como todos los aspectos relacionados con la contabilidad, para evitar confusiones.

La gestión administrativa es de gran importancia para el funcionamiento adecuado de los centros. Su éxito radica en la flexibilidad y control administrativo, ya que deben generar confianza, optimismo y buenos resultados económicos.

En la administración se debe diseñar un organigrama de la gestión del Centro, con la descripción de las funciones a desempeñar por cada una de las personas involucradas en el proceso, así como establecer un procedimiento administrativo que elimine la congestión de las actividades ¹⁰.

La Corporación de Mercadeo Agrícola presentó a los Centros de Acopio tres alternativas a considerar en el proceso de comercialización a nivel local, que son:

a) *Mecanización de todo el proceso que requiere mayor*

¹⁰ IICA-CMA-CORPOANDES. 1ª Reunión Nacional sobre Instrumentos de Comercialización. Mérida (Venezuela). p B-1-3-6.

inversión en relación a las otras alternativas, según información que sobre la materia disponía el C.M.A., en cuanto a equipo, personal técnico, etc.

- b) eliminación de toda mecanización del proceso. Esto implica mayor manipuleo de la producción y, por tanto, su fácil y rápido deterioro que ocasiona pérdidas en la producción y un rendimiento menor; ello exige más personal para realizar todas las actividades del proceso e implica incremento de la mano de obra en el área de influencia de los centros, y*
- c) mecanización de una parte del proceso. Esta ha sido la alternativa más viable en los centros de acopio, porque da flexibilidad a su aplicación, un bajo costo relativo en la adquisición de equipos, poco manejo manual de la producción, no precisa un personal calificado para las actividades semi-manuales, etc.¹¹.*

Es importante aclarar que la planificación de la gestión de los centros de acopio ha tenido, de acuerdo al Programa Nacional de Centros de Acopio, su fundamento en lograr como objetivo final a mediano plazo la planificación de la producción, tomándose en cuenta los aspectos técnicos económicos y sociales que se den en la realidad. Por lo que esa gestión debe estar respaldada por los reglamentos, estatutos u otro documento donde se designen las responsabili-

¹¹ CORPOZULIA. Centro de Acopio. Maracaibo (Venezuela), 1982. pp 84-85.

dades y funciones de cada socio, Consejo de Administración y Gerencia del Centro.

Participación de los productores

La solicitud de los productores para asociarse al Centro es el mecanismo que inicia las actividades del Centro en el primer momento de su constitución; esta solicitud comprende dos aspectos: el primero, la carta que se dirige al Comité o Consejo de Administración del Centro, donde se manifiesta el deseo de asociarse; el segundo comprende la información sobre la finca, ubicación, superficie, tenencia y el volumen de producción que será acopiado por ese nuevo asociado. Los asociados que utilizan los servicios de los Centros de Acopio deben cumplir ciertos requisitos que a nivel de Centro se les exige.

Como uno de los objetivos que tienen los centros es proporcionar poder de oferta y poder de mercado a los pequeños y medianos productores, para que ello se cumpla es necesario que su gestión esté en sus manos y tengan participación directa en los beneficios económicos de la operación que debe estar garantizada; pero además de una plena participación de los productores asociados para lograr el éxito en esas gestiones es necesario también un adecuado esquema de control y vigilancia de los asociados sobre el personal gerencial y adminis-

trativo como la mejor garantía de que los intereses generales de la organización no se distorsionen ¹².

Estimación de siembra y cosecha

Este paso en el proceso de gestión es básico porque aporta los elementos necesarios para la continuación de las operaciones de manejo de la producción y acopio hasta la entrega en los mercados y, por otra parte, establece una vinculación entre la demanda prevista y la oferta. Ello permite encontrar un punto de equilibrio necesario para que la producción de los asociados responda en calidad y cantidad a la demanda; así como el poder prevenir la ampliación del mercado cuando la demanda no absorbe la producción disponible.

Con la información que se pone a disposición del centro se permite conocer y cubrir con suficiente anticipación la estimación de siembra y, por lo tanto, la de cosecha; además que permite la planificación de cultivos y concretar las negociaciones en el mercado; lo mismo cuando la oferta es mayor que la demanda, los datos con los cuales se dispone permiten efectuar la distribución de cupos o alentar o desalentar ciertos tipos de cultivo. El Centro de Acopio dispone de dos tipos de estimaciones de cosecha:

¹² MAC-IICA. Documento N° 14-A: *Estructura Jurídica, Organizacional y de Funcionamiento de Centros de Acopio*. Caracas, Octubre, 1983. p 4.

- se divide la demanda estimada entre el número de asociados que dispondrán de cosecha y se obtiene así un promedio por socio.
- a todos los socios cuya cosecha sea igual o inferior al promedio obtenido se les otorga un cupo igual a su producción,
- la diferencia resultante de las producciones inferiores al promedio se distribuye equitativamente entre los asociados cuya producción fue superior al promedio correspondiente ¹⁴

Para ilustrar la asignación de cupos se presenta un ejemplo de ella, de acuerdo al procedimiento establecido por la Corporación de Mercadeo Agrícola para los Centros de Acopio.

¹⁴ C.M.A. *Manual de Centros de Acopio*. Caracas, 1979. p 30.

CUADRO Nº 1
EJEMPLO DE ASIGNACION DE CUPOS

Demanda: 100.000 kg de zanahoria (Mercado)

Oferta: 150.000 kg (Centro de Acopio)

Cinco (5) Zonas o Sectores

$$\frac{\text{Demanda}}{\text{Cupo}} = \frac{100.000}{5} = 20.000 \text{ kg} \times \text{Zona}$$

Zona Nº	Oferta Kg	Distribución		Totales Kg
		1ª Kg	2ª Kg	
1	40000	20000	3333	23333
2	15000	15000	- -	15000
3	30000	20000	3333	23333
4	50000	20000	3334	23334
5	15000	15000	- -	15000
	150000	90000	10000	100000

Un productor asociado podía vender al Centro de Acopio, pero con la autorización respectiva de su organización (Zona-Sectorial), porque las cuotas no necesariamente representaban el total de producción de un asociado, sino la cantidad de producto que el Centro de Acopio se compromete a comprar y el asociado a vender.

Recepción y liquidación

Antes de recibir el producto debe verificarse el cupo en la planilla de acopio y entrega-documento que sirve de constancia para el pago del flete (transporte) y como recibo al productor asociado y al Centro del compromiso de entrega cumplido. Una vez que se confirma el cupo se procede a tomar una muestra al azar, en la cual se determinará la calidad del producto. Reunidas las condiciones requeridas se procede a la recepción total o parcial, así al pesaje del producto, pagándose el mismo de acuerdo a los precios fijados para el día. El Centro de Acopio debe elaborar las facturas necesarias para la entrega y recibo de los productos, así como para el posterior pago del producto, transporte, etc.

Resumen por Socio

Consiste en el registro detallado de las operaciones realizadas por cada asociado a lo largo del proceso operativo, que determina el uso que ha hecho el asociado de los servicios del Centro y que, posteriormente, sirve para la distribución de excedentes y el cumplimiento de los acuerdos

establecidos ¹⁵.

Registro contable

Su objetivo es implantar una serie de normas y procedimientos tendientes a ordenar, registrar y analizar las operaciones efectuadas por el Centro de Acopio amparándose en la Ley Mercantil, que así lo exige para:

- establecer un control sobre cada uno de los recursos y obligaciones del Centro,
- registrar en forma clara y precisa todas las operaciones efectuadas,
- poder obtener en cualquier momento una imagen clara de la situación financiera del Centro,
- prever con antelación sus posibilidades futuras,
- y
- servir como comprobante y fuente de información ante terceras personas.

La contabilidad que se lleve en el Centro debe ser independiente de la contabilidad de la organización primaria a la cual pertenezca el Centro.

Distribución de los beneficios netos o reparto de excedentes

Los beneficios netos se calculan al final del periodo de cosecha, deduciendo del valor obtenido por las ventas del

¹⁵ C.M.A. Centro de Acopio, Guibay, Caracas, 1980, pp 51-52.

producto, el valor de las compras a los productores asociados, los costos de operación, la amortización de inversión, el costo de amortización y mantenimiento del equipo y el porcentaje de inversión y capitalización si estuviere aprobado por los estatutos ¹⁶.

El esquema empleado en la distribución del monto sobrante es:

10 % de reinversión y fondo de cobertura,

15 % de utilidades por capital social,

75 % de utilidades en base al volumen del producto aportado.

que son retenciones autorizadas por los estatutos, distribuyendo el resto del monto sobrante entre las organizaciones miembros (Zonas-Sectores) o directamente a los asociados si no hubiere otra organización. En el caso de la existencia de organizaciones (Zonas-Sectores) estas podrán reclamar el pago de utilidades y deben presentar un listado del volumen total del producto entregado durante el periodo de cosecha, el cual deberá ser suficientemente documentado con la copia de la guía de expedición y liquidación de cada productor asociado presentado por él. Las utilidades serán prorrateadas en base al volumen del producto aportado por cada organización dentro de la cuota asignada. Es responsabilidad de

¹⁶ C.H.A. *Manual de Centros de Acopio*. Caracas. 1979. p 32.

cada organización distribuir las utilidades entre los asociados respectivos ¹⁷.

El patrimonio social de los Centros de Acopio lo constituyen:

Certificados de Aportación, de Inversiones y Rotativos, así como Donaciones, Legados, Auxilios, Reservas de Emergencia y cualquier otro fondo y debe regirse por el artículo 91 de la Ley de Asociaciones Cooperativas.

2.2 Organos de representación

Constituyen los diferentes cuerpos de dirección y administración de los Centros de Acopio y que constituyen la estructura jurídica de la organización, la cual debe tener siempre presente la más amplia flexibilidad para asumir otras actividades cuando se estime conveniente proyectarse más allá de su función inicial básica, tomándose en consideración las experiencias que los centros tengan sobre esas actividades en su zona o área de influencia.

El área de influencia se define en función de cinco (5) factores:

- i las vías de comunicación en el área o localidad,
- ii la existencia de mercados tradicionales de acopio

¹⁷ Fernández P., Mario et al. *Programa Nacional de Centro de Acopio. Estructura, Organización y Funciones*. IIDARA. Mérida (Venezuela). 1983. p 30.

de funcionamiento regular en pequeños pueblos o aldeas.

- iii la disponibilidad y uso de medios de transporte por los agricultores,
- iv el tipo y calidad de productos cosechados (en finca), y
- v la densidad de producción del o de los productos que tienen problemas de acopio ¹⁸.

Las perspectivas de continuidad de los Centros de Acopio tienen su fundamento principal en la organización y la participación de los asociados en las actividades que voluntariamente asuman a través de los órganos de representación como:

- i Persona Jurídica Centro de Acopio. Esta persona jurídica es la encargada de representar a la organización en todas las acciones oficiales, compromisos, contratos, convenios, etc., en la concertación de negociaciones y elaboración de convenios institucionales que le sean útiles en el cumplimiento de sus funciones; éstos son elementos básicos que le permiten al Centro proyectar y llevar a cabo las operaciones de comercialización, de acuerdo a los planes, programas analizados, discutidos y aprobados por los asociados.

Otras responsabilidades a asumir por la persona jurídica

¹⁸ IICA-CMA-CORFOANDES: 1ª Reunión Nacional sobre Instrumentos de Comercialización. Mérida (Venezuela). 1974. pp B-1-2-71.

dica son: manejo de los recursos de la institución de acuerdo a la política y lineamientos señalados en el mandato de los asociados, manejar constantemente un sistema de información de mercado y precios actualizarlos, para transmitir a sus asociados con frecuencia, informar periódicamente de la marcha de las operaciones y sus resultados y gestionar la ayuda institucional en las diferentes áreas ¹⁹.

Asamblea General de Asociados

La constituyen los productores miembros activos del Centro ubicados en las zonas o sectores de producción que conforman el Centro de Acopio. Sus obligaciones se fundamentan en conocer y resolver en materia de las disposiciones normativas y de operación del Centro, la remoción o suspensión de asociados, el estado de cuentas, balances e informes económicos, aumento o disminución de los fondos del Centro, etc. La Asamblea General de Asociados es la máxima autoridad del Centro de Acopio y sus acuerdos obligan a todos los asociados. Hay dos tipos de Asambleas: la ordinaria que se realiza una vez al año y la extraordinaria que se reúne cuando sus miembros son convocados por el consejo o Comité administrativo, el Consejo o Comité de Vigilancia, el organismo de Integración o la Superintendencia Nacional de Cooperativas. De cada una de estas asambleas deberá

¹⁹ MAC-IICA: Estructura Jurídica, Organizacional y Funcionamiento de Centros de Acopio. Caracas, Octubre, 1983. p 18.

levantarse la correspondiente acta ²⁰.

El procedimiento de convocatoria, quorum, votación y competencia de la Asamblea se encuentra determinado en los Estatutos que norman las actividades de los Centros de Acopio, cuyos lineamientos generales se encuentran establecidos por la Superintendencia de Cooperativas y la Corporación de Mercadeo Agrícola en sus respectivas leyes.

La Asamblea de Delegados

Son asambleas parciales donde los asociados concurren representados por delegados de zonas o sectores que son nombrados a razón de uno por cada número de productores de las zonas (determinado en los estatutos), quienes constituyen la Asamblea de Delegados. Debe postularse por cada zona un miembro titular y un suplente para el Consejo o Comité administrativo.

Son obligaciones de la Asamblea de Delegados, entre otras, las de servir de nexo entre el Centro de Acopio y los asociados de cada zona, decidir sobre cambios generales en los sistemas de producción, trabajo, etc.²¹

La zonificación o estructuración del Centro en zonas o

²⁰ Estatutos. Departamento Centro de Acopio Caño Muerto, de la Asociación Cooperativa ACOSMA-Sur del Lago. Zulia (Venezuela). 1977. p 7.

²¹ Estatutos. Departamento Centro de Acopio de ASPRUANDES. Mérida (Venezuela). 1982. p 9.

sectores se hace con el propósito de agilizar decisiones y asegurar la representatividad y participación de los asociados y áreas de producción. Se establece el número de zonas o sectores que se consideren necesarios. Se entiende por zonificación el lugar de la explotación del asociado, no el de su residencia. Cuando el asociado no tiene su explotación en ninguna de las zonas determinadas por el Centro deberá decidirse por la más cercana ²².

En cuanto a las reuniones de esta Asamblea quedan establecidas en los Estatutos de cada Centro a criterio de los asociados.

Comité o Consejo de Administración

Es el órgano ejecutivo de la Asamblea y bajo su responsabilidad está la administración y dirección de los negocios socio-económicos, la ejecución de los planes y programas aprobados por la Asamblea. Generalmente está integrado por un número proporcional de miembros titulares y suplentes, de acuerdo al número de delegados nombrados por cada zona o sector.

Los cargos se redistribuyen dentro del Comité o Consejo de acuerdo al criterio que empleen los titulares de común acuerdo. Estos cargos son: coordinador, secreta-

²² Proyecto de Reglamento Interno del Centro de Acopio de Caño Muerto (Estado Zulia), 1983. (sin numeración)

rio, tesorero y vocales.

Entre sus atribuciones están:

- postular entre los asociados o entre personas ajenas al Centro de Acopio a uno o más gerentes o administradores.
- convocar a la asamblea de asociados inscritos y al Cuerpo de Delegados.
- presentar anualmente, al término del Ejercicio Económico, el Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias, la Memoria e informes respectivos, y
- opinar sobre la admisión, retiro y sanciones a los asociados y someterlo a la consideración de la Asamblea de Delegados (artículo 31, Estatuto del Departamento Centro de Acopio ASPRUANDES, 1982).

En cuanto a sus reuniones, actas, limitaciones, designaciones, remociones, vacantes y atribuciones de cada uno de sus miembros, deben encontrarse comprendidas en los Estatutos de la organización, de acuerdo a los parámetros generales establecidos en la Ley de Asociaciones Cooperativas y de la Corporación de Mercadeo Agrícola.

Dentro del Consejo o Comité Administrativo pueden crearse comisiones o sub-comités de trabajo en materias tales como educación, planificación y otras.

Comité o Consejo de Vigilancia

Es el órgano encargado de velar por el estricto cumplimiento de la leyes, reglamentos, estatutos y decisiones de las Asambleas, Comites o Consejos, por ser las normativas reguladoras del funcionamiento de los Centros de Acopio. Su papel es el de fiscalización de las actividades económicas y contables del Centro. Debe asumir bajo su responsabilidad los conflictos y daños graves que afecten a la organización, resolviendo u objetando cualquier decisión que en ese sentido tome el Consejo o Comité Administrativo. Puede convocar a la Asamblea para el estudio de casos graves o conflictos. En cuanto a su composición, duración y atribuciones será ajustándose a lo dispuesto por los asociados y estampado en los Estatutos de la organización ²³.

LINEA DE AUTORIDAD DE UN CENTRO DE ACOPIO

Comité o Consejo Administrativo

V
Gerente

V V
Contador Secretaria

V
Obreros

Despachadores Peones Almacenistas

Fuente: Centro de Acopio. Bailadores. 1985.

²³ Proyecto de Reglamento interno., Centro de Acopio Caño Muerto. 1983 (sin numeración).

CUADRO Nº 2
ESQUEMA DE ORGANIZACION DE UN CENTRO DE ACOPIO



=====

Fuente: Centro de Acopio de Bailadores. 1985.

2.3 ESTRUCTURACION A NIVEL NACIONAL

Comprende la participación de otros organismos o instituciones que por su naturaleza jurídica se han visto involucradas en las actividades de los Centros de Acopio en materia de comercialización de la producción hortofrutícola.

Se escogieron dos organismos como representativos: uno de la participación del Estado y sus programas en esa materia y el otro originado de la agrupación de órganos representativos de los productores a nivel nacional:

- La Corporación de Mercadeo Agrícola. El Programa Nacional de Centros de Acopio
- La Federación Nacional de Centros de Acopio

2.3.1 La Corporación de Mercadeo Agrícola. El Programa Nacional de Centros de Acopio

El Estado ha participado en la gestión y administración de los Centros de Acopio a través de la C.M.A. mientras se recuperaba la inversión inicial o hasta el momento que se le hubiere cancelado las deudas a los productores asociados de los Centros. Luego su participación ha sido en funciones de supervisión e intervención cuando se presentan desviaciones de los objetivos para los cuales fueron creados los Centros.

En el año 1974 la Corporación formuló el proyecto de

comercialización de productos agrícolas, dentro del cual se comprendía como sub-proyecto, entre otros, el Programa Nacional de Centros de Acopio, en el cual se plantea:

... el establecimiento de instalaciones en diferentes regiones del país, destinadas a la concentración de los productos agrícolas y a su subsecuente adecuación para el mercado, mediante la realización de operaciones de clasificación estandarizada, inspección, selección ... ²⁴

El objetivo fundamental del Programa ha sido la generación de un poder de oferta y poder de mercado que permita a los pequeños y medianos productores negociar ventajosamente los precios de sus productos y optimizar los niveles de ingreso.

La Corporación implementó, para poner en marcha el Programa, varios instrumentos como:

- Servicio de información de Mercados
- Servicio de promoción de Mercado
- Sistema de normas de clasificación y empaque
- Programa de capacitación de mercado

Estos instrumentos han sido utilizados en la regulación y control de la gestión económico administrativa de los

²⁴ C.M.A. Sub-proyecto Centro de Acopio. Caracas, 1974. p 1.

Centros en materia de sistema de precios, sistemas de asignación cuota-cupo, normas de clasificación y los mercados.

La Corporación era al principio el único canal de distribución que tenían los Centros de Acopio, la cual hacía llegar la producción al consumidor a través de las *Ferias de las Hortalizas*, puestas en marcha en el año de 1983 y de los *Mercados Populares*. Para el año 83 el gobierno se plantea la necesidad de la reestructuración de la C.M.A. Esta decisión afectó a los Centros de Acopio, ya que la Corporación era el organismo tutelar de aquéllos.

Sistema de Precios

Basado en los lineamientos generales que sobre política de precios mínimos ha establecido la C.M.A. en lo referente a la compra y venta de productos, con el propósito de evitar la especulación del intermediario sobre el productor y el consumidor.

El sistema de precios funcionaba de acuerdo a las cotizaciones de precios diarios, registrados en los Mercados Mayoristas más importantes del país, información que la Fundación de Desarrollo Centro-Occidental (FUDECO) proporcionaba a la Corporación y la información obtenida a través de los mismos Centros de Acopio.

Para su implementación la C.M.A. mantenía una comunicación radial, telefónica o por telex, diariamente con los Centros de Acopio y se tomaban en cuenta:

- el precio de compra del Centro de Acopio,
- el precio al mayor más frecuente cotizado al día,
- el margen normal de ganancia del mayorista,
- el riesgo de operación determinado por el índice de variaciones interdiarias de precios que el producto experimentaba en la recepción. El tiempo que durara el almacenamiento de la producción afectaba el riesgo de operación,
- el costo de fletes, consistente en el costo real de transporte desde el Centro de Acopio hasta los mercados terminales; cuando se presentaban variaciones en el destino de la producción se calculaba el costo real desde el Centro de Acopio a Caracas, y
- la merma promedio esperada del producto, determinada por el índice promedio de pérdidas de manipuleo y transporte que sufría el producto ²⁵.

En la fijación de precios a nivel nacional por parte de la C.M.A. no se incluían los costos de operación y otros por parte de los Centros de Acopio, por que de ello se encargaba

²⁵ C.M.A.: *Manual de Centros de Acopio*. Caracas, 1979. pp 34-35.

- ubicación, potencial productivo y cercanía a los mercados.
- establecer, por lo tanto, a nivel de los Centros, economías de escala por el uso más eficiente de los recursos y manejo de altos volúmenes de producción, y
- alcanzar la integración horizontal de los Centros al realizar sus objetivos comunes y la integración vertical en cuanto a nivel de cada Centro y así se cubrirían dos o mas etapas del proceso de comercialización ²⁷.

Una vez que la Corporación determinaba el volumen asignado a cada Centro era responsabilidad de éste distribuir a nivel local el volumen entre las diversas organizaciones (zonales-sectoriales) que participaban en la administración del mismo mediante la comunicación respectiva.

Normas de clasificación

Estas normas son en función del análisis del comportamiento del sector consumidor en cuanto a preferencias reveladas hacia ciertos productos, grados de calidad y su relación con diferentes precios. Para que el sector productor se adapte a normas de calidad recomendadas por el mercado y luego hacer una evaluación del costo social absorbido por el

²⁶ -----
Mendoza, Gilberto: *Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios*. IICA. San José (Costa Rica), 1982. pp 68.

sector productivo como consecuencia del efecto restrictivo en la oferta, producido por esas normas.

Dichas normas deben a su vez adaptarse a las condiciones de producción a escala nacional, pero no ser tan bajas que pierdan su poder innovador, ni tan altas que restrinjan la oferta a aquellas explotaciones y zonas de condiciones óptimas ²⁸.

La normalización para la comercialización consistió en un conjunto de criterios de referencia o normas descriptivas que proporcionarían un lenguaje común en la comercialización de productos. En el año 1973, mediante el Decreto N° 1.195, publicado en la Gaceta Oficial N° 3.004 del 23 de enero de ese mismo año se establece el nuevo instrumento legal en materia de control de calidad y de normalizaciones aplicables por el Ministerio de Fomento a través de la Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN) y con la participación de la C.M.A., de acuerdo a las atribuciones que se le asignaron en la Ley de Mercadeo Agrícola, en los artículos 13 y 14 en cuanto a dictar normas para los productos agrícolas y su manejo, así como la inspección de los sistemas de clasificación y normalización ²⁹.

²⁸ C.M.A.: *Manual de Centros de Acopio*. Caracas, 1979. pp 39 y 40.

²⁹ Instituto de Investigaciones Económicas. Facultad de Economía. Universidad de los Andes: *Empresa de Distribución de Productos Agrícolas. (Diagnóstico de la Comercialización: papa, tomate, pimentón y cebolla)*. Mérida (Venezuela). 1980. pp 36-38.

La Corporación ha hecho obligatoria la aplicación de las normas de clasificación en los Centros de Acopio, especialmente para los productos perecederos a corto plazo, aunque su grado de eficiencia va muy relacionado con la capacitación que en esa materia hayan recibido los productores asociados.

El Mercado

La Corporación de Mercadeo Agrícola se desempeñó, al principio de la creación de los primeros Centros de Acopio como el único mercado o canal de comercialización que los Centros tenían para darle salida a los productos. Posteriormente la Corporación crea diversos instrumentos de comercialización y luego, con la creación de FENACA se presentan alternativas a la comercialización de los productos.

La búsqueda de mercados tanto internos como externos siempre se hizo a través de la C.M.A. y FENACA. A nivel interno se programaron ventas a instituciones oficiales y privadas, organizaciones de consumidores y Cooperativas tales como Auyantepuy, Guarenas y otras, organizaciones de detallistas y ex-concesionarios de los módulos de la C.M.A., cadenas de supermercados, las Ferias de las Hortalizas y los mercados mayoristas MERCABAR (Manteco) y Coche, que son los que capitalizan la mayor parte de la producción hortofrutícola debido a la existencia de grandes empresas que comercializan dichos productos y que abastecen respectivamente casi todo el país en la forma siguiente:

- Coches: los Estados de Nueva Esparta y Miranda, el Territorio Federal Delta Amacuro, las ciudades de Dumaná, Puerto La Cruz, Ciudad Bolívar, Maturín, San Félix, Valle de la Pascua y Caracas.
- Manteco-MERCABAR (Mercado Mayorista de Barquisimeto): los Estados de Occidente: Lara, Yaracuy, Portuguesa, Barinas, Trujillo, Zulia, Táchira, Mérida.

En cuanto al número de Centros de Acopio que comercializaron a través de la Corporación, hasta el año de 1984 fueron trece (13). Ellos son: Bailadores (Mérida), Boconó (Trujillo), Barlovento (Miranda), Cariaco (Sucre), Caripe (Monagas), Caño Muerto (Zulia), Estánquez (Mérida), La Grita (Táchira), Mucuchies (Mérida), Pueblo Llano (Mérida), Quibor (Lara), Timotes (Mérida), Tucupido (Guárico) 30.

En el año 1983 el IICA realizó un estudio sobre el papel desempeñado por la Corporación de Mercadeo Agrícola en el sistema de comercialización y agroindustrialización y en la parte de los logros obtenidos durante ese año en el Programa Nacional de Centros de Acopio, destaca la construcción de la infraestructura necesaria, fomento de asociaciones de productores, así como el adiestramiento a productores en el proceso de recolección, manipuleo, empaque, transporte y distribución de productos comercializables a través de los Centros. Otros logros fueron la remodelación

28 C.M.A. Programa Nacional de centros de Acopio. 1981, 1983, 1984.

del Centro de Acopio de Tucupido, la creación del Centro de Acopio de Caño Muerto en el Estado Zulia, la adquisición de una planta procesadora y empacadora de frutas y hortalizas para el Centro de Acopio de Guibor (que no pudo iniciar sus actividades de comercialización por problemas organizativos) y la asignación de capital de trabajo a nueve Centros de Acopio, entre ellos Bailadores que ya estaba en funcionamiento, Caño Muerto y otros creados en el año 1983 y además la creación, a finales del primer trimestre del mismo año del Programa *Feria de las Hortalizas*.

2.3.2 La Federación Nacional de Centros de Acopio (FENACA)

Es una Asociación Civil de responsabilidad limitada, de autoestión e integración nacional, como resultado de la fusión de las organizaciones de productores que administraron Centros de Acopio involucrados en el Programa Nacional de Centros de Acopio, auspiciado por la Corporación de Mercadeo Agrícola.

Esta Asociación Civil nació el 18 de mayo de 1981, mediante Acta Constitutiva N° 27, inscrita en el Registro Sub-alterno del Distrito Libertador, Estado Mérida. Con fecha 24 de octubre del mismo año los Estatutos de la Federación se reformaron en una Asamblea Extraordinaria en el aspecto de la afiliación a FENACA, quedando excluidas las Sociedades o Compañías Anónimas o similares e incluyendo otras asociaciones de carácter agrí-

cula cuyos objetivos, espíritu y propósitos estén enmarcados en una metodología, de acuerdo a los principios filosóficos de la autogestión, aprobados y aceptados en los Centros de Acopio y asociaciones comprendidas en el programa.

La Federación ha considerado la Planificación de la producción en las organizaciones afiliadas como el mecanismo idóneo para alcanzar sus objetivos. El Ejercicio Económico de FENACA se inicia el 1º de Enero y termina el 21 de Diciembre de cada año.

Sus objetivos son:

- Coordinar, orientar y representar a los Centros de Acopio y asociaciones agrícolas afines.
- fomentar la comercialización mancomunada de la producción de sus afiliados.
- representar, defender los intereses de sus afiliados, fomentar el funcionamiento de las organizaciones de productores para la comercialización de sus productos, cooperar y participar con los organismos e instituciones que promuevan una mejor comercialización de productos agropecuarios.
- planificar la producción de sus afiliados, programar, coordinar y ejecutar planes de investigación administrativo, económico, social para sus asociados; prestar capacitación institucional y profe-

sional a dirigentes, asociados y funcionarios de los mismos.

- fiscalizar y supervisar las actividades de sus afiliados, estimular o sancionar, de acuerdo a la conducta, para el mejor logro de los fines de la asociación.
- producir, adquirir, distribuir, vender materias primas, bienes y servicios en forma asociativa; promover las actividades sociales, culturales y económicas en común.
- celebrar convenios con la C.M.A. y otros organismos públicos y privados de acuerdo a sus objetivos, y
- estimular la comunicación, intercambio de experiencias y la colaboración entre sus asociados ³¹.

Organos de representación en la Federación:

- i Asamblea General: es la autoridad suprema de la Federación. Se compone de tres (3) delegados de cada Asociación de 500 afiliados, más un delegado adicional por cada 100 o fracción de 50 afiliados que hayan cancelado el último ejercicio económico. De los delegados que correspondan a cada asociación uno, por lo menos, deberá ser miembro de la

³¹ Federación Nacional de Centros de Acopio (FENACA) Estatutos. Mérida, 2981.

directiva, de conformidad con el artículo 12 de los Estatutos de FENACA.

Las obligaciones, funciones y requisitos que requieren a los delegados a la Asamblea se encuentran regulados en los Estatutos, al igual que las atribuciones, decisiones, quorum y acuerdos nacidos de la Asamblea.

- ii Consejo de Administración: a él corresponde la representación jurídica y extrajudicial de la Asociación, es responsable de la dirección general, la administración de los negocios socio-económicos y ejecución de planes y programas acordados por la Asamblea.

Sus obligaciones y atribuciones se encuentran establecidos en los Estatutos de la Federación. Los cargos dentro del Consejo son: Presidente, Secretario, Tesorero, primer Vocal y segundo Vocal.

- iii El Consejo de Vigilancia: es el órgano encargado de velar por el estricto cumplimiento de los Estatutos, planes anuales y demás acuerdos de la Asamblea y fiscalizar la actividad económica y contable de la Federación. El Consejo está integrado por tres miembros principales y tres suplentes nombrados por la Asamblea.

iv La Coordinación General: Es el instrumento a través del cual el Consejo de Administración asegura el cumplimiento de los planes anuales de trabajo y sus objetivos. La persona que se desempeñe como coordinador será nombrado por el Consejo de Administración con el visto bueno del Consejo de Vigilancia.

v Los Departamentos: Son los instrumentos funcionales de recursos económicos adecuados a través de los cuales se realizan las actividades de comercialización, producción y obtención de bienes y servicios. Los Departamentos se regulan por un Reglamento Interno.

vi Los Recursos Económicos: el capital suscrito para el funcionamiento de la Federación fue de 2.020.000 bolívares (Dos millones veinte mil bolívares). Se entregó en Caia la cantidad de 220.000 bolívares representado por:

- Certificados de afiliación por un valor de 5.000 bolívares como aporte mínimo para ser afiliado, destinado a cubrir los gastos de constitución, instalación e iniciación de las actividades de la Federación,
- Certificados de aportación con un valor de 500.000 bolívares (quinientos mil bolívares), requeridos

para las operaciones normales de FENACA y suscritos por: Asociación Civil Tiscachic, Centro de Acopio Boconó; Aspruandes, Centro de Acopio de Bailadores. El resto del Capital Social (1.800.000 bolívares) sería amortizado por los afiliados.

Estos recursos se incrementaron con:

- 10 % de los excedentes netos que deben destinarse al presupuesto de la Federación por cada Centro de Acopio,
- los intereses que perciba por el financiamiento de proyectos específicos, y
- las donaciones recibidas ³².

El papel de la Federación de Centros de Acopio para con sus afiliados:

Desde el momento de su creación la Federación asumió su papel participativo y representativo de los productores ante los diferentes organismos de gobierno en la lucha por la racional zonificación y diversificación de diferentes cultivos, a través de la Planificación de las Siembras en beneficio del pequeño y mediano productor y poder liberar al consumidor del intermediario rosquista.

La búsqueda del apoyo institucional para los Centros de

³² Federación Nacional de Centros de Acopio (FENACA). Estatutos. 1981.

Distribución y Ferias como mecanismos de salida de la producción, fue manifestado en diversos documentos que la Federación puso en manos de la opinión pública, donde, además de pedir la práctica de políticas de financiamiento como los créditos dirigidos a través de los Centros de Acopio. Se exigió la resolución de los problemas de insumos para la producción en cuanto a precios especulativos, de mercado en lo referente a información, almacenamiento, los pagos atrasados de cosecha por parte de la C.M.A., etc.³³

En 1983 este mismo tipo de problemas le fueron planteados al entonces Presidente de la República, Dr. Luis Herrera C., en audiencia n° 153, donde se le pedía un mayor control de los productos importados que venían a dañar la producción nacional en el campo hortofrutícola.

En el IV Seminario sobre Organización y Comercialización, celebrado en el mes julio de 1983 en Bailadores y patrocinado por la C.M.A. y FENACA se planteó la problemática de los mercados y el crecimiento de la Organización con la creación de nuevos Centros de Acopio, sin haberse consolidado en esa fecha todos los ya existentes ³⁴.

³³ Documento dirigido al Dr. Felipe Gómez A. Ministro de Agricultura y Cría. Caracas, febrero, 1984.

³⁴ Agenda del IV Seminario sobre Organización y comercialización. FENACA. Mérida, julio 1983.

Para junio de 1984 la Federación presentó al Ministro de Agricultura y Cría y a la Convención de Gobernadores en el Estado Mérida, indistintamente, un documento donde se planteaba la creación de seis (6) Centros de Distribución en el país para mejorar los canales de comercialización y estrechar la relación productor-consumidor.

La Federación ha tenido a su disposición un Centro de Distribución en Coche (Estado Miranda) donde vendía directamente a los consumidores la producción que le enviaban los distintos Centros de Acopio para la comercialización ³⁵.

También se planteó la posibilidad de que pasaran bajo su responsabilidad los locales regionales que la C.M.A. tenía en diferentes ciudades del país, para dedicarlos a la distribución de alimentos. Una vez que se inicia la liquidación de dicha Corporación y hasta la fecha (mayo, 1985) este es uno de los tantos asuntos que se encuentran pendientes de decidirse oficialmente. Ello viene a afectar el funcionamiento de la Federación, porque para eso depende de las decisiones y posiciones que en materia de comercialización adopte el gobierno.

³⁵ Entrevista personal de la autora con el Sr. Pedro Barillas, Gerente del Centro de Acopio de Bailadores. 1985.

Actualmente esta Organización esta funcionando en una mínima parte, afectada también por la crisis económica vivida por los Centros de Acopio, además de contar con muy pocas simpatías en el plano oficial y extraoficial del país, por considerársele parte responsable, junto a los organismos de gobierno, del estancamiento en que se encuentran la mayoría de los Centros de Acopio.

En síntesis, la creación de los centros de Acopio como una nueva alternativa de comercialización para los pequeños y medianos productores de hortalizas y frutas fue necesaria y oportuna. Ello permitió que los productores se organizaran, tuvieran mayor participación en la comercialización, establecieran una nueva estructura de gestión que los dirigiera y unificara a la vez; y afectó en cierta manera los canales tradicionales de comercialización, donde su participación era mínima y les reportaba muy pocos beneficios económicos.

Como una experiencia nueva de cierto grado de autogestión, tuvo sus fallas, tanto en lo organizativo como en la administración, que vinieron a repercutir en el estado económico del Centro, como así se podrá ver en los casos que seleccionamos para el análisis de dos experiencias:

Centro de Acopio Caño Muerto, Estado Zulia y

Centro de Acopio Bailadores, Estado Mérida.

CAPITULO II

ANALISIS COMPARATIVO DE LAS EXPERIENCIAS EN DOS ZONAS DIFERENTES

El objetivo que se persiguió en enfatizar este análisis a través de las experiencias en dos zonas (identificadas en la actividad agrícola realizada por la mayoría de sus pobladores), fue el de determinar la manera en que las diferentes características productivas pudieron repercutir en el funcionamiento de la organización, afectándola o beneficiándola.

Al hablar de diferencias se hace referencia a su ubicación geográfica; la una en la cuenca alta del Mocotíes (Estado Mérida), la otra en las tierras bajas inundables de la costa sur del Lago de Maracaibo (Estado Zulia) en un Distrito que ha sido el principal proveedor de plátano (*Busa paradisiaca*), una monoproducción que hace su práctica más riesgosa en relación a la otra zona, donde se ha dado una diversificación de la producción dentro de la horticultura. Las condiciones de la región (evaporación, distribución anual de la precipitación) limitan esa actividad y, por lo tanto, se requiere mayor inversión de capital. Cuando se habla del producto que se obtiene en cada zona, en el caso del valle del Mocotíes se trata de cultivos temporales de ciclo corto (3-4 meses); y en el Estado Zulia cultivos

permanentes (ciclo anual).

El enfoque de este análisis comprendió dos partes. En una se señala el medio productivo en que se desenvuelve cada caso y en la otra la identificación de sus principales problemas a nivel de la organización y de su funcionamiento.

1 LOS CASOS SELECCIONADOS Y SU CONTEXTO PRODUCTIVO

La actividad de tipo agrícola es diferente para ambos, determinada por las condiciones físico naturales de cada zona como la topografía, el relieve y otras limitaciones de esa actividad. Es importante ampliar y resaltar esas condiciones, como es el clima para el sector de Caño Muerto (Estado Zulia): su temperatura promedio es de 32°C, con una altitud de 5 msnm. Cuenta con el río Chama como el más próximo. Son tierras de vocación agrícola, pero que se han destinado desde su saneamiento por drenaje y canalización, principalmente a la actividad ganadera, la que ha ido ampliándose a zonas aledañas al sector. Específicamente en el sector de Caño Muerto predomina el cultivo de plátano, cuyas plantaciones son en su mayoría de una edad aproximada de 19 años, generalmente con poca asistencia técnica y expuestas a vientos huracanados e inundaciones que afectan la zona, lo que hace que la productividad sea baja en relación a lo que podría esperarse.

En lo que comprende la región del sur del Lago de Maracaibo, se dedican a la actividad agrícola 9554 ha, de

las cuales el Distrito Colón abarca un 75 %; dentro de éste el Municipio Uribarri, que comprende a la zona en estudio, tiene 796 unidades de producción, tratándose en un 75 % de unidades pequeñas, de menos de 100 ha ¹.

La otra zona objeto de estudio comprende la cuenca alta del río Mocotíes, donde la temperatura oscila entre los 7 y los 27 °C, con una altitud promedio de 1800 msnm; el promedio de evaporación es mayor que el promedio de precipitación pluvial y la mayor parte de sus tierras no son de vocación agrícola sino forestal y para una ganadería de leche.² El área para la agricultura intensiva que se practica en las zonas es: alrededor de 2000 ha. La diversidad de la horticultura se ha expresado con un promedio de 25 productos. Este sector ha sido considerado por diversos autores como una zona innovada por el desarrollo de la actividad hortícola, que vino a desplazar otros cultivos que eran tradicionales en lo que se conoce como la Región Andina (Táchira, Mérida y Trujillo), tal como el trigo, la avena, el maíz, la yuca, etc.

1.1 La Producción Platanera en el Sector de Caño Muerto

- Aspectos físico-naturales

El Sector conocido como Caño Muerto corresponde a la

¹ ECOSA-Mapa Uso Actual de Tierra para el MAC, 1981.

² Saavedra Sol, et al. *Complejo de Servicios Agrícolas de Bailadores. Centro de Acopio y Distribución de Insumos*. CORPOANDES, Mérida, 1976. p 2.

jurisdicción del Municipio Uribarri, del Distrito Colón, en el Estado Zulia, en la zona conocida como Región Sur del Lago de Maracaibo. La separa de la ciudad de El Vioia (Estado Mérida) una distancia aproximada de 18 km.

Las vías de acceso a este sector se encuentran en buenas condiciones, porque cuenta con una carretera pavimentada que se desvía de la carretera principal que conduce de Los Naranjos a Caño Blanco. De acuerdo a estudios económicos realizados en la Región Sur del Lago de Maracaibo, en el Municipio Uribarri siempre ha predominado la actividad agrícola platanera desde que sus tierras fueron incorporadas a la producción, por ser una zona de suelos inundables, sobre todo por los ríos y sus crecientes en invierno, así como de lagunas y caños que existen en la zona; entre los principales ríos se tienen el Chama, Concha, Zulia y Mucujepe, y la evapotranspiración varía entre 1400 y 1800 mm³.

- Aspectos socio-económicos

Para el año 1972 el Distrito Colón aportaba a la producción nacional de musáceas (plátano) el 50 %, a la cual se sumaban los cultivos en menor cantidad de los Distritos Baralt y Bolívar (Estado Zulia)⁴.

³ Divulga, FONAIAP N° 8, Ene-Feb, 1983. Caracas (Venezuela) p 8.

⁴ CORPOZULIA: Centro de Acopio. Maracaibo, 1972. p 1.

Para 1981 la producción de la Zona Sur del Lago representó un 75 % de la producción nacional ⁵.

La población en el año de 1981 en el Estado Zulia era de 1676468 habitantes, correspondiéndole al Distrito Colón la cantidad de 72406 habitantes y, dentro del mismo, a los Municipios comprendidos como área de influencia del sector Caño Muerto son : Santa Cruz del Zulia con 6.618 habitantes; El Morality, con 9323 y Uribarri con 16933 ⁶.

Respecto a la población por grupos de edades, en el Estado Zulia para 1981 los grupos de edades comprendidas entre 20 y 49 años tienen un total de 657878 habitantes, que equivale a más del 25 % de la población total. En el Distrito Colón, los mismos grupos tienen un total de 26994 habitantes, que representan el 40 % de la población total del Distrito (72406 hab)⁷.

La población por sexo se estableció en el Estado Zulia en casi iguales cantidades para ambos sexos, porque para los varones es de 833652 y para las hembras es de

⁵ ULA. Facultad de Ciencias Forestales. Instituto de Geografía.: *División espacial de los procesos socioeconómicos, Zona Sur del Lago de Maracaibo*. Mérida, 1984. p 284.

⁶ XI Censo General de Población y Vivienda. Censos 1950-1981. Población Total por Entidades Federales, Distritos, Municipios, Sexo y Grupos de Edad. OCEI, Presidencia de la República. Caracas, diciembre, 1983. pp 558 y 561.

⁷ Ibidem. p 144.

840600, siendo en una pequeña cantidad mayor el número de hembras dentro del Estado (6948 hembras más que varones). En el Distrito Colón es mayor el número de varones: 38623, que el de hembras: 33783, lo que se asocia al desempeño en la actividad agrícola como mano de obra familiar e igual sucede en los tres Municipios de Santa Cruz del Zulia, El Morolito y Uribarri, donde predominan los varones en cuanto a población sobre las hembras ⁸.

Para el mismo año de 1981 las viviendas en el Estado Zulia, tanto existentes como por construir se tenían en un total de 327168. En el Distrito Colón las viviendas eran 13146; en el Municipio de Santa Cruz del Zulia 964; 166, en El Morolito y en el de Uribarri, 3322⁹.

El crecimiento que el Distrito Colón muestra, tanto geométrica como aritméticamente permite establecer que, a pesar de los problemas ocasionados por la naturaleza en la zona, que afecta la producción de sus pobladores, éstos no emigran, sino que se estabilizan en la zona, en grupos familiares que tienen como promedio de composición 7 personas, comprendiendo los hijos, padres y nietos de éstos.

Constituyen atractivos para la zona las vías de comuni-

⁸ Ibidem. p 561.

⁹ Ibidem. p 309.

cación, que permiten el fácil acceso, así como las obras que el Estado ha venido realizando en el saneamiento de las tierras por obras de infraestructura del Proyecto Sur del Lago de Maracaibo, que, específicamente, hasta el año de 1980 había saneado 15000 ha con la construcción del dique Chama ¹⁰. Ello ha venido a ampliar la frontera agrícola y, por lo tanto, el aumento de las fuentes de trabajo que desestimulan la emigración a las ciudades.

En síntesis, se puede establecer que en el Distrito Colón la población es predominantemente joven, masculina, con un carácter casi inmutable en términos de predominio.

Según estudios realizados por la Escuela de Geografía de la Universidad de los Andes en el año 1984, para los años 1971-1981 en cuanto a la población total predominaba la rural, especialmente en los Municipios Urbarrí, Santa Cruz del Zulia y El Morolito. En ese mismo estudio se determinó una población analfabeta para todo el Estado Zulia en el período 1950-1961 de 60 %, pero para el año de 1981 el 94 % de la población había recibido algún estudio de primaria, especialmente en el Distrito Colón.

¹⁰ Ministerio del Ambiente y de los Recursos Naturales Renovables, Caracas, 1981. Boletín.

El Centro de Acopio del Caño Muerto (Estado Zulia) se creó con el propósito de mejorar las condiciones de comercialización del plátano; así empieza a funcionar de acuerdo con las disposiciones de la Corporación de Mercadeo Agrícola (C.M.A.) en el año de 1983. instala sus oficinas, primero en el sector El Abanico, por estar más accesible a los mercados, luego se traslada a Caño Muerto-La Fortuna (Municipio Uribarri) y se dividió para su funcionamiento en cinco zonas o sectores: El Abanico, El Estero, Caño Muerto-La Fortuna (Municipio Uribarri), El Moralito (Municipio El Moralito), el Quesito (Municipio Santa Cruz del Zulia), todos en el Distrito Colón.

- Aspectos jurídico-organizativos

El Centro de Acopio nació como un Departamento de Comercialización de la Asociación Cooperativa de Servicios Múltiples Agropecuarios, R.L. ACOSMA LAGO SUR, R.L., que fue creada en el año 1974 para los productores de plátano de la zona. Se reacondicionan algunas dependencias de la Cooperativa para instalar las oficinas del Centro, con una inversión de 738.439 bolíveres (setecientos treinta y ocho mil cuatrocientos treinta y nueve bolíveres)¹¹ hecha por la Corporación de Mercadeo Agrícola, concretándose en ello el apoyo que antes de

¹¹ Corporación de Mercadeo Agrícola. Informe Económico. Caracas, 1984. p 3.

la creación del Centro los productores venían solicitando a esa Corporación en la solución de sus problemas de inundaciones, comercialización (los precios, los intermediarios) que se han presentado durante muchos años.

La existencia como persona jurídica la inician con el reconocimiento jurídico de los Estatutos aprobados en Asamblea, según Acta n^o 30 del Libro de Actas de fecha 26 de marzo de 1983; junto a los Estatutos el otro instrumento legal para su funcionamiento es el Reglamento interno que aprobó la Cooperativa. En cuanto a la gestión Administrativa era realizada por el Consejo de Administración y la Gerencia, que igual regían para la Cooperativa, a través de la coordinación del Comisionado de Producción y Servicios para la Comercialización. De acuerdo al reglamento de la Cooperativa en materia administrativa la contabilidad del Centro debía llevarse separada de la de la Cooperativa, pero en la práctica eso no se realizó ¹².

El Centro se inició con un número de 31 asociados, que rápidamente alcanzó la cifra de 200 debido a la bonanza que se dio al contar con un mercado seguro, como lo era la Corporación de Mercadeo Agrícola, a través de su oficinas o coordinaciones estatales que se encargaban

¹² Lo que dificultó la obtención de información sobre producción reportada por cada sector.

de la negociación del producto que el Centro enviaba.

Además los requisitos de ingreso no eran rigurosos y, por lo tanto, facilitó la admisión de muchos productores. Muchos se retiran cuando se inicia la etapa de crisis en el funcionamiento del Centro por la incapacidad de capitalizarse, la pérdida del único canal de comercialización que tenían, la C.M.A., que es objeto de liquidación por parte del mismo Estado. A la fecha de la paralización de sus actividades, el Centro contaba con 18 asociados activos, quienes continuaban entregando producto al Centro para su comercialización, aunque en pocas cantidades, vendiendo a quien les llegase a comprar en puerta y a los supermercados, con los cuales comercializaron últimamente.

Según la opinión de funcionarios de la Corporación de Mercadeo Agrícola este Centro se creó para abastecer la demanda externa que había del plátano. Empleando mejores criterios de selección, presentación, empaque, etc. del producto, como así lo exigía un mercado como el de Estados Unidos de América y las islas del Caribe, pero sin que para ello se hubiere hecho previamente estudios de factibilidad en la zona.

- Aspectos productivos

Continuando con el análisis del sector para resaltar algunos aspectos básicos en la producción se reseñan

brevemente los siguientes:

Crédito

El Estado, aplicando los lineamientos generales en política crediticia, a través del Instituto de Crédito Agrícola y Pecuario ICAP, en los años 1982 y 1983, otorgó en el Estado Zulia para el cultivo del plátano las cantidades que se consignan en el Cuadro Nº 3.

Para el Estado Zulia la actividad crediticia del sector oficial (ICAP) en plátano fue 65.4 % en cuanto a la recuperación crediticia.

Por otra parte, al entrevistar a varios productores de la zona de Caño Muerto, algunos afiliados y otros no, la mayoría expreso haber gestionado créditos en forma particular, especialmente ante el ICAP y, en menor proporción en BANDAGRO, Banco de Maracaibo y Banco Andino de El Vigía. Pero a muy pocos de los entrevistados, a pesar de gestionarlos, les fueron concedidos los créditos por parte de esos organismos.

Los que son socios de la Cooperativa han acudido a ella para gestionar préstamos pequeños de siembra y cosecha, que la misma les ha concedido en un 90 % del número de solicitantes, además obtienen del Departamento de Ventas, Insumos y comestibles de la Cooperativa, los insumos agrícolas en forma de crédito, así como artículos y

CUADRO Nº 3

CREDITOS CONCEDIDOS POR EL ICAP

Destino del crédito	Año	Superficie financiada Ha.	Nº de crédito	Monto concedido Bs.
Plátano	1982		5	1.939.300
Activ. agrícola	1983	620	433	8.989.200
Plátano	1983	171	49	770.400

Fuente: Ministerio de Agricultura y Cría. ICAP. Memoria Anual. Años 1982 y 1983. pp 119 y 99.

comestibles para el hogar. Según el Informe anual del Contador de la Cooperativa para el año de 1984 había en el renglón de cuentas por cobrar más de un millón y medio de bolíveres, donde la mayoría de los deudores eran asociados.

Este Departamento de Ventas vende a toda la población circunvecina del sector los artículos por ella requeridos.

Se creó en la zona una Unión de Prestatarios que no pudo funcionar por mucho tiempo debido a la mora de la mayoría de sus asociados y su posterior abandono.

Para el año 1980 el Instituto Agrario Nacional (IAN), a través de la Comisionaduría Sur del Lago, en el área de consolidación de programas, realizó en el asentamiento campesino La Fortuna-Caño Muerto la construcción de canales de drenaje en una extensión de 5000 km. con un valor de 150000 bolíveres, respecto a programas o planes de recursos financieros, esta institución los ha canalizado más hacia la actividad ganadera en el Distrito Colón¹³, caracterizado más por el predominio de la actividad agrícola y específicamente el cultivo del plátano, que ha sido autofinanciado por los mismos productores con los ingresos que se perciben en la comercialización del producto.

¹³ Instituto Agrario Nacional. Plan Operativo. Caracas, marzo, 1980.

- **La tenencia de la tierra**

En el sector en el cual se encuentra comprendido el Centro de Acopio Caño Muerto se presentan dos formas predominantes de tenencia.

- Los parcelamientos realizados por el Instituto Agrario Nacional (IAN) el 14 de enero de 1966, en el fundo La Fortuna, comprado por el Instituto para establecer el Asentamiento Campesino La Fortuna, en una extensión de 365 ha, distribuido en 63 parcelas de diferentes tamaños ¹⁴.
- Pequeñas y medianas fincas (menores de 100 ha) cuyos ocupantes las han adquirido por sucesión o a través de títulos supletorios.
- En menor cantidad parcelas con una extensión de 15 a 20 ha que fueron adquiridas en arrendamiento, por ocupación simple al encontrarse abandonadas y por compra de bienhechurías. Esto se da generalmente en personas procedentes de otras regiones o país (Colombia) que han llegado a la zona como mano de obra asalariada (actividad ganadera) y se han establecido en ella.
- Fincas grandes, constituidas como haciendas o fundos que se dedican tanto a la actividad ganadera como a la agrícola (cultivo de plátano). Esta

¹⁴ Instituto Agrario Nacional. Plan Catastral. Caracas, marzo, 1966.

forma de tenencia era la que predominaba en la zona por la actividad extensiva que se realizaba en la misma, hasta los años sesenta.

La extensión de las parcelas de los asociados tienen un promedio de 11 ha. que va desde 1 ha hasta 35 ha. Para el primer trimestre del año en curso se cultivaban 508 ha. según la información brindada por los directivos del Centro.

Las inundaciones han sido uno de los mayores azotes que han tenido los productores, ocasionados por los desbordamientos del río Chama, la vía de agua más cercana a sus parcelas; también se encuentran en el área de influencia de un caño que en época de invierno se inunda, lo que ocasiona pérdida de plantaciones, parcelas que son ocupadas por el río al cambiar éste de rumbo. Se presentaron casos de asociados que continuaron activos con el Centro, pero que no pueden ofrecer producto para comercializar por haber perdido sus parcelas por las causas mencionadas. Estos productores se ven obligados a dedicarse a otras actividades en el Centro o en la Cooperativa, actividades que les permiten obtener ciertos ingresos para sostener a sus familias. A nivel del Centro, como de los afiliados en particular, se han hecho gestiones en el IAN para dotar a estos asociados de nuevas parcelas, pero sin resultado alguno.

A pesar de esta problemática la mayoría de los asociados se mantienen en la zona dedicados al cultivo del plátano para comercializarlo posteriormente. Cabe anotar que en las parcelas tienen pequeñas áreas con cultivos temporales destinados al autoconsumo, pero muy limitadamente por las condiciones del suelo (pantano-so).

*Las áreas donde predomina la agricultura comercial y/o plantación se ubican principalmente entre los ríos Escalante y Mucujepe y en las márgenes del río Chama (plátanos y/o cambures y, con menos frecuencia, frutales y otros cultivos permanentes)*¹⁵.

- La mano de obra

De acuerdo a la información brindada por los entrevistados la mayoría de la mano de obra empleada por los productores asociados en las actividades agrícolas, especialmente en el cultivo de plátano es de tipo familiar, ya que en la región predominan las familias grandes, cuyos integrantes en su mayoría son del sexo masculino y participan en las actividades del campo.

Los productores utilizan mano de obra asalariada únicamente cuando los hijos no se encuentran disponibles

¹⁵ Instituto de Geografía y Conservación de Recursos Naturales. Facultad de Ciencias Forestales. Universidad de los Andes: *Dimensión Espacial de los procesos socioeconómicos. Zona dSur del Lago de Maracaibo*. Mérida, 1984. p 198.

en la zona para la época de la siembra y cosecha debido a motivos de viaje a otras regiones, aunque esto raramente sucede, porque son residentes en la zona.

En caso de que tengan que recurrir a la mano de obra asalariada lo hacen en un promedio de 2 a 3 obreros en forma temporal, cuya procedencia es generalmente colombiana y de la Guaira. Los ganaderos de la zona son los que más emplean esta mano de obra con carácter permanente, porque les resulta más económica en cuanto a pago de salarios y rendimiento de los mismos en el trabajo.

El Centro de Acopio, por su parte, ha utilizado mano de obra asalariada con carácter temporal, en un promedio de cuatro obreros para carga de camiones, selección, limpieza y empaque del producto. En los dos años que funcionó plenamente el Centro (1983-84) se incorporó a los obreros como personal permanente, pero al surgir problemas económicos los tuvieron que contratar sólo temporalmente.

- Asistencia técnica y capacitación

A pesar de que el Centro de Acopio se encuentra en una zona (Sur del Lago de Maracaibo) donde el Estado ha realizado millonarias inversiones en la recuperación progresiva de los suelos, en proyectos de planificación como mecanismo de ordenación territorial, en fomentar la actividad ganadera (los subsidios) de un sector

económico poderoso, esos beneficios no han llegado a las organizaciones de pequeños y medianos productores, integrantes también del proceso económico del país, pero los menos beneficiados en las políticas económicas del gobierno nacional.

El organismo estatal que en materia de asistencia técnica se acercó un poco a los productores asociados, según su propia información, fue el Ministerio de Agricultura y Cria, en forma esporádica y cuando se presentaban enfermedades que han atacado las plantaciones, como son la pudrición acuosa del tallo, causada por un patovar de la bacteria *Eryinia carotovoreae*, enfermedad que ha atacado severamente la zona debido a la asistencia técnica tardía, porque cuando el productor ha observado las primeras plantas dobladas, inmediatamente realiza labores de limpieza, descepe, etc., logrando con ello, sin darse cuenta, diseminar la enfermedad en toda la plantación ¹⁶.

Según investigaciones hechas por el FONAIAP la plaga principal que ataca el plátano es el gorgojo negro y para controlarla esta institución ha creado una serie de instructivos, que no han llegado a conocimiento de todos los productores por falta de programas de asistencia técnica y divulgación.

¹⁶ FONAIAP. *Divulga* N° 8. Enero-Febrero, 1983. Caracas. p 8.

Desde el año 1981 en la zona funciona el Centro Experimental Chama, encargado de evaluar las diferentes prácticas agronómicas comúnmente usadas por los productores en el cultivo del plátano, con el propósito de diseñar un patrón de manejo de las plantaciones, pero que todavía se encuentra en la fase experimental.

En forma individual algunos productores asociados han recibido asistencia técnica en cuanto al uso de fertilizantes, pesticidas, control de plagas o enfermedades como las antes señaladas.

Para el año 1975, cuando solamente existía la Cooperativa, según información de algunos asociados, el INCE Agrario les impartió cursos sobre el manejo del producto.

En la época de funcionamiento del Centro, en materia de capacitación, educación cooperativa, fue muy poco lo que los asociados recibieron. Recuerda el señor Luis Labrador, socio activo del Centro, la participación de dos miembros directivos en un curso que se impartió en Boconó hace algunos años.

La poca preparación del asociado en todo lo que involucra su organización y el proceso de comercialización fue decisiva posteriormente en la desestabilización y casi desaparición de la organización, que teniendo una base económica no llegó a llenar las aspiraciones de

los asociados.

Se percibió fácilmente que muchos productores (pequeños y medianos) no lograron identificarse con el Centro, no se consideraban integrantes de esa organización, sólo lo consideraban como una estructura física donde les compraban el producto de su cosecha para comercializarla posteriormente, donde recibían las atenciones para un cliente común y corriente. Igual sucedió con el Centro de Acopio y la Federación Nacional de Centros de Acopio (FENACA), organización de segundo grado a la cual pertenecen los centros de acopio, creada para permitir que los productores manejaran directamente los mercados y precios de los productos por comercializar.

No se logró consolidar ningún tipo de vínculo entre ambos en forma recíproca, porque sólo vieron a FENACA como la otra alternativa de comercialización, aparte de la C.M.A.

No hubo motivaciones del Centro hacia el asociado ni de FENACA hacia sus bases; lo cual no permitió la consolidación de la organización y se precipitó toda una estructura que era más física que gremial.

Aun con el Centro los productores no fueron instruidos para desempeñar un papel de comerciantes, porque se-

quían siendo productores con mentalidad de productores, desconociendo los elementos esenciales de la comercialización. Si en determinado momento los asociados faltaron a la lealtad para con su organización, la responsabilidad es compartida por el Estado y sus organismos rectores de la política agrícola, los directivos de la organización en sus diferentes niveles y por el asociado productor. Las organizaciones se consolidan poco a poco y la crisis económica que se dio en el Centro al perder su mercado (C.H.A.), la falta de una estructura de comercialización que les permitiera llegar hasta el consumidor, vino a anular toda posibilidad de consolidación. La respuesta a ello se tiene cuando ante los problemas de mercado que enfrentó la organización muchos asociados optaron por ofrecer su producto al intermediario y darle la espalda a la organización.

Esta falta de preparación ocasionada por la ausencia de programas de capacitación y de financiamiento para su realización y de contratación de personal capacitado en la administración de centros, también se dio en la gestión administrativa y gerencial de la organización, que contó con personal que poseía cierto grado de experiencia, su elección se dejó a criterio de los afiliados, desconociendo en muchos casos nuevas técnicas de mercadeo, sobre la atención al asociado cuando requería los servicios de la organización o aceptación de las

sugerencias en cuanto a aspectos relacionados con el funcionamiento del Centro.

La agricultura, por sus condiciones propias, requiere que sus actividades, en lo posible, sean programadas a través de la planificación de siembra y cosecha, que permitirá un mejor uso de los suelos, conservación de los recursos, disminución de las pérdidas de la producción, alta productividad, un abastecimiento permanente y continuo del mercado. Pero el proyecto en esta materia elaborado por FENACA con aplicabilidad al Centro de Acopio de Caño Muerto no tuvo posibilidad de realización por falta de financiamiento, solicitado por la Federación en el año 1983 a los organismos competentes de gobierno. Los productores han contado como única guía o patrón de trabajo las experiencias obtenidas en el campo.

Entre los asociados y extra ámbitos del Centro de Acopio --productores independientes-- tuvo mucha transcendencia, los criterios de selección aplicables al producto para su comercialización, impartidos por funcionarios de la Corporación de Mercadeo Agrícola, como uno de los puntos comprendidos en el Programa Nacional de Centros de Acopio y que antes de la creación del Centro eran desconocidos por los productores.

- Aspectos de comercialización

El objetivo de creación del Centro se concretó en los muchos envíos que se hicieron a mercados externos por vía aérea, que resultaba más oneroso para los productores asociados, aunque les garantizaba mayor rapidez de entrega y frescura en el producto. Esta vía aérea no pudo mantenerse al demorarse en la entrega del producto, los asociados motivados por inundaciones que afectaron la zona y no disponían de los recursos económicos suficientes para pagar un cupo aéreo que no utilizaban. A este problema se agregó las licencias de exportación que se le entregó a un productor comerciante en Maracaibo, quien no satisfizo los criterios de calidad del producto en esos mercados externos y contribuyó a que Venezuela perdiera el cupo en el mercado internacional, según lo expresaron algunos productores asociados que fueron entrevistados.

Actualmente el Centro comercializa muy pocas cantidades para abastecer el mercado interno, donde muchas veces se les ha reportado pérdidas, en cuanto a los faltantes de producto que les reportan los compradores, especialmente los supermercados, en el momento de la entrega del producto. Además del problema que para ellos constituyó la liquidación de la C.M.A. tuvieron que afrontar otro, el retiro de los asociados comprendidos en los sectores de El Abanico, el Moralito, quedando acti-

vos socios del sector de Caño Muerto, La Fortuna y algunos de El Estero e inactivos los de El Quesito. Las razones que adujeron para el retiro algunos de los asociados fueron problemas de comunicación y distancia entre los sectores y el Centro, así como el hecho de adeudarles a muchos de ellos por producto comercializado.

Recientemente logró el Centro celebrar un convenio de compra-venta con el Supermercado Central Madeirense de Caracas, para venderles semanalmente 500 racimos¹⁷ a un precio de 1,60 Bs/kg, pagándole el Centro al productor a 1,26 Bs/kg, ello les reportará, sin incluir costos de comercialización un ingreso semanal de 2.400 bolívares, que al mes redondea la cantidad de 9.600 Bs. y que para un año les reportaría un total de 115.200 Bs. (ciento quince mil doscientos bolívares). Este ingreso sería en cuanto al Centro, ya que para el productor sería mucho menor por las reducciones de costos, retenciones que previo a la distribución de beneficios tiene que hacer el Centro.

Una característica peculiar de este Centro en cuanto a su funcionamiento fue que la demanda del producto era tan grande que el sistema de asignación cuota-cupo fue innecesario ya que se les recibía todo el producto que

¹⁷ 1 racimo = a 30 kgrs. aproximadamente.

los afiliados reportaban, incluso el mismo Centro les demandaba más producto para abastecer el mercado; para algunos productores asociados hubo, según ellos, un crecimiento sin control.

En cuanto a otros canales de comercialización que se han presentado en el sector de caño muerto, se tienen los canales tradicionales que a pesar de la creación del Centro de Acopio no lograron erradicarse, porque no todos los productores se incorporaron a esta moderna forma de comercialización, debido a que muchos de ellos han desempeñado el doble papel de productor y comerciante; este tipo de comerciante puede ser mayorista o comerciante camionero.

El intermediario rural logró consolidarse en la zona cuando el Centro se dedicó principalmente a satisfacer el mercado externo y el intermediario camionero fue quién se benefició, más cuando el Centro pierde ese mercado y no tiene capacidad competitiva, lo que muchas veces le obligó a vender a ese intermediario para evitar la pérdida de la producción o tener que movilizarse con la misma hacia los centros de consumo, lo cual resultaba más oneroso; como así lo explicó el señor Carlos Sierra, directivo del Centro:

Tenemos que pagar 200 a 300 bolívares por ocupar un puesto en el mercado terminal, más los gastos de transporte. Si se tiene la suerte de vender

todo el producto en un solo día y por 8 horas, ello no nos da ninguna ganancia, sólo pérdidas.

2 LA PRODUCCION HORTICOLA EN LA CUENCA ALTA DEL MOCOTIES

- Aspectos físicos naturales

El Río Mocoties ha dado origen a un valle enclavado entre la cordillera de Tovar y los Páramos de La Negra, Serranía del río Negro y Páramo el Molino en la parte occidental del Estado Mérida. Es un valle longitudinal amplio, delimitado por vertientes con importantes acumulaciones aluviales en su fondo, sobre las cuales se construyeron los poblados de Santa Cruz, Tovar y Bailadores. El Municipio del mismo nombre abarca 183 km² de terreno irregular desde el lecho del río Mocoties hasta las elevadas montañas que forman la Sierra de Tovar, ramal de los Andes ¹⁸.

La población más vecina de Bailadores es Tovar, a 17 km hacia el noroeste y de la Ciudad de Mérida la separan 118 km.

Aquí tiene lugar el mayor desarrollo agrícola del área. Está rodeado el Municipio de Bailadores por los Páramos de Mariño, La Negra, Los Pinos, Portachuelo, Los Carreiros y Forqueritas. La humedad relativa es de 60 a 64 %, los vientos son generalmente de N.E. S.O. y su evapora-

¹⁸ Saavedra Sol et al, CORPDANDES: Complejo de Servicios Agrícolas de Bailadores, Centro de Acopio y Distribución de Insumos. Mérida, 1976. p 1.

ción va desde 600 a 800 mm anualmente, por lo que el riego es una necesidad fundamental y determinante en el desarrollo de la zona ¹⁹.

El riego ha aumentado la producción en forma intensiva, pero se han presentado desviaciones en su uso, como consecuencia de pasar de un sistema de economía de subsistencia a un sistema de economía de mercado, ya que al aumentar la producción bajaron los precios de los productos y se enfrentaron con mayores desventajas ante el intermediario, por ser mayor el riesgo en la comercialización, por este motivo no se siguió empleando el sistema de riego, dado el bajo nivel de aspiraciones expresado en producir en forma de subsistencia.

En un 98 % las tierras potencialmente agrícolas de la zona son dedicadas a la horticultura. Los principales rubros cultivados en ella son: tomate manzano, pepino, pimentón, papa, repollo, zanahoria, coliflor, lechuga, cebolla, apio y ajo ²⁰.

Por su topografía y relieve tan irregular se observó en la zona el empleo de sistemas tradicionales como el arado de buey, limpieza a mano, uso de fertilizantes

¹⁹ Carrasco Sthorin *et al*: *Los Centros de Acopio como una alternativa de solución a los problemas de comercialización de productos hortícolas: Caso Centro de Acopio Bailadores*. IIDARA. Mérida, 1984. p 4.

²⁰ Ibidem. p 4.

orgánicos (bosta de chivo) y sistemas modernos como fertilizantes químicos (la mayoría), pesticidas y maquinaria en las áreas que lo permiten. Esto, al final, constituye una limitante para que el productor establezca un promedio de costos de producción, debido al uso combinado de ambos sistemas.

- Aspectos socio-económicos

La población del Estado Mérida para el año de 1981 era de 459361 habitantes, correspondiéndole al Distrito Rivas Dávila la cantidad de 19958 habitantes y, dentro del mismo, al Municipio de Bailadores le corresponde el 50 % de esa población: 8286 habitantes.

En cuanto al crecimiento geométrico y aritmético en la década 1971-1981 el Estado Mérida se manifiesta así: crecimiento geométrico en un 28.53 %, su crecimiento aritmético es de 32.47 %, con una media de 27.95 %. Por su parte el Distrito Rivas Dávila en ese mismo periodo crece así: geométricamente en un 5.23 %, aritméticamente en un 5.35 %, con una media de 5.2 %, en el Municipio de Bailadores se manifiesta un crecimiento negativo en la misma década, geométricamente lo hace en un -4.16 %, aritméticamente -4.08 %, con una media de -4.16 %, lo que demuestra disminución en la población del mismo ocasionado por emigraciones hacia otras re-

giones, principalmente Caracas, Mérida, Zulia y otros Estados del Centro ²¹.

Respecto a la población por grupos de edades, para el mismo año, el Estado Mérida presenta entre las edades de 20 a 49 años un total de 164.055 habitantes, que representan más del 25 % del total poblacional del Estado.

El Distrito Rivas Dávila presenta, entre las edades de 20 y 49 años la mayor 5.495 habitantes, que representan el 30 % del total de la población distrital. Por su parte, la población del Municipio de Bailadores entre esas mismas edades representó, igualmente, un 30 % del total.

La población por sexo en el Estado, para el año 1981 se distribuyó así: varones, 230131 y hembras, 220230.

En el Distrito Rivas Dávila la distribución fue: varones 8775 y hembras 8183 y en el Municipio de Bailadores el fenómeno es igual: varones 4362 y hembras 3924, lo que demuestra el predominio de una población masculina y joven ²².

²¹ XI Censo General de Población y Vivienda, Censo 1950-1981. Población total por entidades Federales, Distritos y Municipios, Sexo y Grupos de Edad. OCEI. Presidencia de la República. Caracas. Diciembre, 1983. pp 456, 466.

²² Ibidem. p 270.

En materia de viviendas el Estado Mérida para el año 1981 tenía en viviendas construidas y en proyecto de construcción un total de 99799, tanto para el sector urbano como para el rural.

En el Distrito Rivas Dávila se contaba para ese mismo año con un total de 3781 viviendas, correspondiéndole al Municipio de Bailadores la cantidad de 1886 viviendas.

Dentro del Municipio de Bailadores y concretamente el grupo de productores que han sido socios activos del Centro de Acopio de Bailadores un 95 % de ellos aproximadamente ha realizado algún estudio de primaria; los productores que terminaron sus estudios primarios representan un grupo importante dentro del conjunto. Se puede estimar este grupo en un 50 %. Lo que es indicativo que el índice de analfabetismo entre los socios del Centro de Acopio es muy bajo. El número de socios del Centro era de doscientos²³.

La zona de la cuenca del Mocotíes hasta el año 1981 no permitía el arraigo de la población en ella, presumiblemente motivado por el régimen de propiedad de la tierra. A partir de 1982 se han producido cambios en la

²³ Alzuru, Ignacio: *Análisis Económico del Centro de Acopio Bailadores*. Facultad de Economía. Universidad del Zulia. Maracaibo, 1985. p 50.

migración en la zona, ha ocurrido un asentamiento más firme de parte de la población joven y el retorno de un número significativo de emigrantes frustrados en las grandes urbes. El crecimiento de la población ha conllevado al incremento de la infraestructura física de los servicios públicos esenciales, tales como sanidad, teléfonos y otros.

- Aspectos jurídico-organizativos

El desarrollo de la producción hortícola en la cuenca alta del Mocoties generó entre el liderazgo local la necesidad de constituir una organización que agrupara a los productores y les sirviera como instrumento para adquirir los recursos necesarios en el proceso productivo y como portavoz de las aspiraciones socio-económicas y culturales de los productores ante los diferentes organismos. Así nació la Asociación de Productores Rurales de los Andes el 3 de julio de 1973 ²⁴.

Entre los logros de la Asociación de Productores está la construcción del complejo de Servicios Agrícolas de Bailadores, CODESABA, que se constituyó como una sociedad civil sin fines de lucro, formada por ASPRUANDES, la Corporación de los Andes, la Corporación de Mercadeo

²⁴ Fernández, Mario *et al*: *Centro de Acopio de Bailadores. Una vía de comercialización de productos hortícolas perecederos*. IIDARA. Mérida 1984. p 9.

Agrícola, el ICAP y el Concejo Municipal del Distrito Rivas Dávila. Estos organismos, además de aportar capital para su funcionamiento desempeñarían un papel fiscalizador de las actividades económicas de la empresa. Este complejo nació como proyecto de la Corporación de los Andes y está integrado por dos Departamentos: el de distribución de insumos y el Centro de Acopio de Bailadores ²⁵.

Para la creación del Centro de Acopio se reacondicionaron las instalaciones de que disponía la Asociación de Productores por parte de la C.M.A., que hace una inversión de 823.793,63 bolívares ²⁶.

De acuerdo al Programa de Centros de Acopio de fecha 1 de febrero de 1981 se crea ese mismo año en el mes de mayo el Centro de Acopio de Bailadores, como un Departamento para la Comercialización de la Asociación de Productores (ASPRUANDES), como así lo establecía el Reglamento del Centro de Acopio de ASPRUANDES de fecha 6, febrero, 1981, inscrito en el Registro Público de la Oficina Subalterna del Distrito Rivas Dávila del Estado Mérida, donde fue presentado como comprobante con sentido de registro como Acta Constitutiva del Centro.

²⁵ Briceño de Barrios, Elda: *La problemática de la comercialización Agrícola Regional. Alternativas de Acción*. CORPOANDES. Mérida, 1980, p 10.

²⁶ C.M.A. *Informe Económico*. Caracas, 1984. p 3.

La organización se inició con un número aproximado de 17 asociados; al primer año de iniciadas sus labores tenía 700 asociados, hasta alcanzar la cifra de 900 asociados, que fueron ingresando por la flexibilidad que había en la admisión de socios, así como el atractivo que para todos los productores constituía tener un mercado seguro para comercializar su producción, como para entonces lo era la Corporación de Mercadeo Agrícola, que, a su vez les aseguraba el pago de buenos precios para los mismos, de acuerdo a la política de precios mínimos. Como se inicia la liquidación de la C.M.A. el Centro enfrenta una grave crisis por la pérdida de su único canal de mercadeo, lo que repercute en la disminución del número de socios a 25 en el último mes de su funcionamiento, noviembre de 1984, de acuerdo a los datos proporcionados por la gerencia del Centro.

Su campo de trabajo lo distribuyó el Centro al principio en nueve zonas para que luego dos de ellas se constituyeran como Centros de Acopio (Estánquez y Pregonero) para quedarse con 7 zonas: La Playa (zona I), Bodoque-San Pablo (zona II), La Villa (zona III), La otra Banda (zona IV), Las Tapias (zona V), El Espino Mesa Guerrero (zona VI) y Las Playitas (zona VII).

Se puede afirmar que durante sus tres primeros años de existencia el Centro, en términos generales, marchó

bien por las razones antes expuestas. Así lo demuestran las cantidades comercializadas y los ingresos obtenidos que se indican en la parte de mercado en lo correspondiente a los años 1981, 1982 y 1983, cuando alcanza los porcentajes más altos, especialmente el primer año, en que se le cede el mercado que abastecía el Centro de Acopio de Boconó, que no pudo hacerlo ese año por las fuertes lluvias que azotaron la región trujillana y que afectaron el sacar la cosecha. Ello contribuyó a que en menos de un año de existencia el Centro de Acopio de Bailadores obtuviera los más altos porcentajes en la comercialización de hortalizas, a pesar de haberse iniciado sin capital de trabajo, porque hasta 1983 no fue que la C.M.A. se lo entregó en la cantidad de bolívares 492.010. Para ese año, sin embargo, ya la Corporación les adeudaba dinero por concepto de comercialización de hortalizas a través de los mercados populares y las ferias de la hortaliza por una cantidad de bolívares 1.700.000, según informaciones obtenidas en la gerencia del Centro.

Según la opinión de varios productores entrevistados, con la creación del Centro se vió más interés en construir la obra física, que en preparar al productor para que pudiera en la práctica defender sus intereses, como si se hubieran trazado políticas nacionales de modernizar el campo a través de tecnología importada, en

fomentar la construcción como mecanismo de mantener mano de obra ocupada en esa actividad. Es así que el apoyo estatal a las organizaciones de productores se quedó en obras como los galpones, pero sin trascender al financiamiento necesario para que el Centro lograra en esos tres años capitalizar y, por lo tanto, independizarse económicamente la organización y alcanzar un punto de equilibrio que respondiera a las aspiraciones de sus asociados.

- Aspectos productivos

En ellos están comprendidos cuatro elementos básicos de la producción, como son:

El Crédito:

En cuanto a la asistencia crediticia del Estado en la región de los Andes para el cultivo de hortalizas y especialmente en el Estado Mérida, para el año de 1982, a través del Instituto de Crédito Agrícola y Pecuario (ICAP) un número de 88 créditos fueron concedidos (Bs. 2.343.900); y para el año de 1983 se financió una superficie de 72 ha con un número de 30 créditos concedidos (Bs. 822.100) ²⁷.

Respecto a la opinión de los productores entrevistados, asociados y no asociados al Centro manifestaron haber

²⁷ ICAP. *Memoria Anual*. Barquisimeto, 1982. pp 110 y 164.

gestionado créditos ante el ICAP, BANDABRO, pero en un número reducido. La mayoría no los ha gestionado por lo tardado que es su resolución, especialmente en los organismos del sector público, que llevan mucho trámite burocrático y centralizado.

Por otra parte, no ha habido políticas del Estado en materia crediticia que sean sólidas y beneficiosas para los pequeños y medianos productores (con terrenos menores de 10 ha). Nos expresó el Gerente del Centro de Acopio de Bailadores:

Los organismos oficiales se limitaron a distribuir artículos en pro de la industria, a percibir comisiones por venta, a hacer política partidista y fomentar más la burocracia oficial, en vez de buscar los mecanismos necesarios para financiar el desarrollo de esta forma de organización.

Los productores gestionaron créditos a través del Centro, pero en materia de insumos agrícolas para sus actividades ante el Departamento de Insumos de CODESABA, porque eran créditos que tenían que ir avalados por el Centro, ante quién respondían con la cosecha. Este procedimiento de crédito fue suspendido por falta de pago de varios asociados y solamente se les proporcionaba los insumos al contado o por pagar al segundo o tercer día de habérselos dado. Finalmente los productores han obtenido los insumos al contado en diferentes

centros de distribución autorizados en Bailadores, Tovar, El Vigía, etc.

A nivel de la organización se puede afirmar que no hubo ningún tipo de crédito, porque el Centro trabajaba con los ingresos que se obtenían en la comercialización de hortalizas; de allí el porqué se paralizaran sus actividades, cuando por falta de pago no percibiera ingresos; además la organización no contaba con las garantías necesarias que le permitieran avalar un préstamo ante cualquier organismo crediticio.

La Tenencia de la tierra

La forma predominante de tenencia entre los productores asociados al Centro es la propiedad privada sobre su finca, generalmente menor de 10 ha en extensión. Con el cultivo del ajo en la zona en los dos últimos años se ha incrementado notablemente el arrendamiento o el alquiler de terreno que antes se dedicaba para el pastoreo de ganado, como así se pudo constatar en el sector de La Villa (carretera hacia La Cascada). Otra forma de tenencia menor en la zona es la medianería.

Por la topografía y relieve tan irregular de la zona, las propiedades son casi en su mayoría pequeñas, pero el promedio del tamaño varía entre unas zonas y otras. Por ejemplo, en la zona I, en un número de 92 fincas la

superficie promedio es de 21.0 hectáreas; en la zona II hay 35 fincas con una superficie promedio de 3.9 hectáreas ²⁸.

No se pudo determinar la superficie total que hasta noviembre de 1984 laboraban los asociados, porque algunos de ellos trabajaban tierras alquiladas o en mediajería y no informaban sobre esa forma a la gerencia cuando llegaban a ofrecer producto para comercializar, como consecuencia del descontrol que para ese momento alcanzó su mayor expresión.

La mano de obra

Todos los productores entrevistados han utilizado mano de obra asalariada para las actividades de siembra, cosecha, selección del producto en el campo, en un promedio de 7 obreros en época de siembra y cosecha. La procedencia de algunos de ellos es de los Estados Táchira y Zulia y de la República de Colombia lo que contribuye a que no escasee en ella y, por lo tanto, que no sea alto el precio de la misma.

Una forma peculiar de la zona en cuanto a la mano de obra es la existencia de la mano vuelta entre los productores.

²⁸ Alzuru, Ignacio. *Análisis Económico del centro de Acopio Bariladores*. Universidad del Zulia. Facultad de Economía. Maracaibo. 1985, p 55.

A nivel del Centro de Acopio éste contaba con obreros permanentes para las actividades de recibo, selección y empaque de las hortalizas en las instalaciones del Centro, en un número de 5-7 obreros.

Otros recursos utilizados junto a la mano de obra en la producción agrícola son maquinaria en las zonas que lo permiten y bueyes por la misma topografía y los costos que la adquisición de maquinaria implica.

La totalidad de los socios entrevistados utilizan fertilizantes y plaguicidas para mejorar la producción. En cuanto al riego se observó una alta proporción de asociados que lo utilizan, que en la zona ha sido una práctica muy antigua en forma de acequias. Más recientemente el Ministerio de Agricultura y Cría se ha encargado de ampliar la superficie cubierta por riego.

Capacitación y asistencia técnica

Estas actividades, que son fundamentales para lograr el desarrollo de toda organización y más cuando es para personas que no han contado con su criterio o que no ha nacido de ellas la iniciativa primaria de constitución del Centro, sino que ha venido de fuera esa forma, es todavía mucho más necesaria la capacitación y asistencia técnica continua. Desafortunadamente ello no fue satisfecho por quienes tuvieron que asumir esa responsabilidad.

Manifestaron algunos asociados que cuando se pudo participar en cursos de la organización (seminarios en Boconó, Bailadores) los conocimientos que se adquirieron no trascendieron de quienes participaban como asociados en ellos, hacia el resto de los asociados.

En el año 1983, mes de junio, se celebró un seminario con la participación del señor Santiago Bilbao, de cuya ponencia salieron muchas recomendaciones que al final no se tomaron en cuenta. La Federación Nacional de Centros de Acopio (FENACA), por su parte, propuso a los organismos competentes un proyecto de planificación de siembra y cosecha para experimentar con 100 productores en la zona de Bailadores, pero no contó con el apoyo técnico y económico necesario.

En el Centro de Acopio se aplicó la mayoría de las veces que se requirió, el sistema de asignación de cuota-cupo, pero eran muchos los asociados que ignoraban en qué consistía dicho sistema y los beneficios que involucraba para todos los pequeños y medianos productores. Porque lo veían más bien como un organismo que los hacía más vulnerables con el producto que les excedía y tenían por ello que recurrir al intermediario de la zona para venderlo; esto se dio generalmente cuando había demasiada producción en la zona, es decir, la oferta era mucho mayor que la demanda en el mercado.

Una crítica que los productores asociados hicieron a este sistema de asignación, era que la asignación de cupos se establecía en función de la demanda que había y no de las cantidades ofrecidas por el productor, lo que en cierta manera venía a limitarles su capacidad productiva, aunque, por otra parte, les fomentó la diversificación en los cultivos, ya que las limitaciones ante la recepción de un producto era compensada por la recepción de otros, en función siempre de las cantidades demandadas para cada uno.

Para muchos productores asociados las disposiciones que emanaban hacia ellos de los organismos de gobierno venían casi siempre derivadas de un desconocimiento de la realidad agrícola que ellos vivían, como una consecuencia más de la centralización del poder de decisión. Aunque los técnicos adscritos a la zona tuvieran la buena disposición de asistirles tenían que someterse a las instrucciones que les giraban de Mérida o Caracas; además no contaban con los recursos humanos, técnicos, económicos y de movilización necesarios que les permitiera brindar una permanente asistencia. Esto obligaba muchas veces a los productores a tener que movilizarse ellos hacia las oficinas en busca de la asistencia necesaria.

Según informaron los productores, recibieron con mucha frecuencia la visita de empleados del Ministerio de

Sanidad y Asistencia Social (MSAS) en cuanto al control, uso y precauciones necesarias con los pesticidas, fertilizantes (químicos y orgánicos). Esporádicamente han sido visitados por funcionarios del Ministerio de Agricultura y Cria (MAC) para la supervisión del manejo del Sistema de Riego Predial ubicado en las distintas zonas: San Pablo-Bodoque, Mesa de Adrian, Camorero, Los Espinos, Mesa Guerrero y Quebrada Seca, cuyo valor se estimó para el año de 1982 por el MAC en Bs. 4.063.911 (cuatro millones sesenta y tres mil novecientos once bolívares), para beneficiar un número de 248 familias campesinas del Municipio de Bailadores ²⁹.

Tanto los directivos de la Asociación de productores ASPRUANDES, como del Centro de Acopio, hicieron proyectos de capacitación para sus asociados, así como la promoción de su organización con el propósito de lograr la unificación de todos los productores alrededor de la organización, pero no fue posible ponerlo en marcha por la falta de apoyo técnico y financiero del Estado, como así lo señala el Boletín Informativo del Centro con fecha 13 de setiembre de 1982, donde no solo se pedía el apoyo oficial, sino el de cualquiera otra persona o institución que compartiera simpatías hacia el Programa de Centros de Acopio, pero ante lo cual no hubo ningún

²⁹ MAC, Dirección General de Riego. Proyecto Mérida. Caracas, 1982.
(folletos sin numeración)

tipo de manifestación por quienes hubieran podido haberlas tenido; y así continúan con problemas de ese índole hasta noviembre de 1984.

2 IDENTIFICACION DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS

Los principales problemas que enfrentó el Centro, para facilitar su identificación, han sido divididos así:

2.1 A nivel de organización, y

2.2 A nivel de funcionamiento del Centro.

2.1 A nivel de organización

Este aspecto involucra dos elementos fundamentales para la existencia de esta forma organizativa que son:

- La participación de los productores
- La actitud del productor ante la idea del Centro de Acopio

- Participación de los Productores

La participación de los productores se analizó en función de las obligaciones que tenían los productores como asociados al Centro; de esas obligaciones se tomaron las más resaltantes en las actividades diarias, tanto del Centro como de los productores asociados, que se describen así:

- La entrega de producto, que fue la actividad que más acercó a los asociados con su organización, por los resultados económicos que la misma involucraba. A través de la entrega del producto es que se daba un inter-

cambio informal de la información que interesaba a ambos (productor-Centro), especialmente en la época de mayor producción y excelentes condiciones de comercialización de los respectivos productos (plátano, Caño Muerto y hortelizas, Bailadores) y las ventajas que obtenían con la C.H.A. y las coordinaciones estatales de la misma.

La estimación de siembra y cosecha que hacían los productores ante el Centro de Acopio previa a la entrega del producto permitió que la participación de los asociados se acentuara más especialmente en Bailadores; por tener más tiempo de creación el Centro permitió mayor margen de participación.

Cuando la Corporación de Mercadeo Agrícola procedió a limitar las cantidades a recibir a los diferentes centros, especialmente a Bailadores (Estado Mérida) y Caño Muerto (Estado Zulia), ante su inminente liquidación, los centros a su vez redujeron las cuotas a sus asociados y estos se fueron retirando poco a poco, esto se acentúa más cuando los pagos se retrasan de acuerdo al tiempo que en cada centro se estipuló como plazo para efectuarlos, de acuerdo al producto comercializado (8 días para Bailadores y 2 días para Caño Muerto).

Se presentaron casos de adeudar a varios productores asociados cantidades de 10.000 a 14.000 bolívars por

venta de productos, especialmente en Bailadores, donde el Centro adeuda a 60 productores más de 100.000 bolívares. Se puede afirmar que la mayoría de los afiliados fueron responsables en la entrega de productos ante los Centros de Acopio de Bailadores y Caño Muerto, que habían reportado de acuerdo a los cupos asignados por sus respectivas gerencias.

Ante las pérdidas de los mercados obtenidos por la C.H.A. (nivel externo EE.UU., Islas del Caribe, como a nivel interno mercados populares, Feria de las Hortalizas, que se realizaban únicamente los fines de semana) y del Centro de Distribución concedido a la Federación Nacional de Centros de Acopio (FENACO) en Coche, donde eran pocas las cantidades de productos que se comercializaban; los productores asociados se ven obligados a recurrir nuevamente a los canales tradicionales de comercialización para evitar que la producción se les perdiera.

La asistencia a las Asambleas Zonales de Delegados y General (Ordinaria, Extraordinaria) ,

La participación de los Asociados en las distintas Asambleas que se celebraron como la máxima autoridad de esta forma organizativa, fueron numerosas y frecuentes y muy productivas durante los primeros años (1981, 1982, 1983 del Centro de Acopio de Bailadores; 1983 y

parte de 1984 del Centro de Acopio de Caño Muerto).

De esas Asambleas nacieron muy buenas ideas y proyectos, entusiasmo y optimismo, porque los asociados veían al Centro de Acopio como un instrumento capaz para resolver sus problemas de mercado, además por las posibilidades que les ofrecía en cuanto a aumentar la producción, diversificar mucho más los cultivos, regular los precios y obtener insumos en mejores condiciones económicas como así lo expresó en la entrevista realizada al señor Julio Pérez, socio del Centro de Acopio de Caño Muerto. Cuando a partir de los años 1983 (Bailadores) y 1984 (Caño Muerto) se presentan los primeros conflictos hasta su desenlace en ese último año, por la falta de mercados estructurados y estables, por la estacionalidad de la demanda de los productos, por la tardanza en los pagos, los asociados comienzan a faltar a las reuniones zonales, pierden representatividad ante los diferentes órganos administrativos del Centro. A nivel de los mismos directivos se da una desactivación, al grado de que en las Asambleas se llegaban a discutir posiciones políticas partidistas, problemas personales predominaban sobre los gremiales y las asambleas concluían sin que se dieran resultados beneficiosos para la organización. Como lógica consecuencia ello repercutió en la administración del Centro, en cuanto a la búsqueda de nuevos mercados, la

decisión de seguir comercializando o no por los canales de que disponían o buscar nuevos mecanismos de mercadeo; porque no hubo la audacia necesaria para arriesgarse solos en nuevas formas de comercialización ante el consumidor. Los directivos y administradores se limitaron más a interferir en las actividades de cada uno; ante esas perspectivas el asociado no tuvo la motivación suficiente para quedarse siendo partícipe y optó por retirarse.

La falta de preparación de los asociados contribuyó a su incapacidad para enfrentar los problemas que se presentaron y a incumplir sus obligaciones, a faltar a la lealtad que le debían a su organización, especialmente en Bailadores, donde muchos asociados recurrieron al intermediario para vender la producción, por la seguridad que este les ofrecía de pagársela al contado aunque fuera a precios más bajos que los fijados por el Centro. Necesitaban de un ingreso que les permitiera el sostenimiento de sus familias y adquirir al contado los insumos para sus actividades agrícolas, como así lo expresaron algunos agricultores al ser entrevistados.

Otra obligación que la mayoría de las veces la incumplieron fue la de planificar las siembras y cosechas, de acuerdo a las orientaciones generales que al respecto les daba el Centro y que según opinión de un delegado de zona en Bailadores: *no las acataban, porque esas*

innovaciones --según ellos-- no les iban a reportar las mismas ganancias que si sembraban de acuerdo a como estuvieran los precios y la demanda del producto por cultivar. En Bailadores, donde era más necesaria la planificación por la diversificación agrícola que se dio con las hortalizas fue donde mayor resistencia hubo a su realización, para evitar o disminuir los márgenes de riesgo ante el abarrotamiento de determinados productos que se daba en ciertas épocas en los mercados del país; lo cual provocaba la caída de los precios y, por lo tanto, mayores pérdidas en la comercialización.

En cuanto a la participación de asociados en el desempeño de cargos administrativos se pudo percibir una actitud positiva, especialmente en Caño Muerto, donde la mayoría de los entrevistados se manifestaron de acuerdo con este tipo de participación. Lo contrario sucedió en Bailadores donde la mayoría manifestó su desacuerdo en participar a través de esa actividad en el Centro, justificando su respuesta en el hecho de no poder descuidar su parcela para desempeñar un cargo que, por pequeño o sencillo que fuese, requiere responsabilidad para hacerlo bien y que lógicamente no le iba a reportar los mismos ingresos que los que le daba su parcela-finca.

Por lo general la mayoría de los asociados han desconocido el contenido de los Estatutos que regulan su

organización, aunque se puede decir que sí conocían la mayoría de los derechos que como asociados tenían, como: el derecho al voto, la distribución de los beneficios, que de acuerdo al cupo establecido les aceptarían la producción, etc. Estos derechos fueron reclamados cuando se trataba de decisiones que eran más de interés individual que de la organización.

En cuanto a los beneficios económicos que les correspondían se les mantenía informados, ya fuera por las Asambleas, Boletines Informativos (Centro de Acopio de Bailadores) o por un pizarrón informativo (Centro de Acopio de Caño Muerto). Así lo manifestaron cuando se les preguntó sobre los beneficios a que tenían derecho, indicando que recibían en los primeros años del Centro (Bailadores) incentivos por la producción comercializada, que les repartían al término del año económico del Centro; así como en algunas gestiones que para su beneficio hicieron los directivos, como: obtener un seguro de vida para el productor y su familia (Seguros Colectivos), seguros por pérdida de cosechas (Centro de Acopio Caño Muerto para proteger de las pérdidas/inundaciones), servicios médicos odontológicos (para el Centro de Acopio de Bailadores a través de ASPRUANDES), Cursos de Mejoramiento y Capacitación para los hijos de los productores asociados, etc. Estos beneficios socioeconómicos no llegaron a materializarse por falta de

apoyo financiero. En cuanto a esta información es importante resaltar que ha sido manejada a nivel de los directivos, con muy poca transcendencia a los demás asociados de los respectivos Centros objeto de estudio.

Continuando con la participación, las motivaciones de tipo económico que debían salir del Centro hacia los productores asociados no se dieron; ni tan siquiera a nivel del ejercicio de la autoridad de que estaban revestidos los directivos para llamar al orden a aquellos asociados que estuvieren incumpliendo las disposiciones del Reglamento, de los Estatutos y otras de orden interno.

Las causas del tipo de actitud que el asociado asumió en determinados momentos se encuentran en:

- el incremento desmedido de asociados recién iniciadas las labores en los Centros (Bailadores y Caño Muerto) cuyo control llegó a escaparse de los directivos. Cuando contaron con un porcentaje bajo de asociados era más fácil el control y, por lo tanto, un mayor acercamiento porque todos se conocían; además eran los que tenían la tenacidad necesaria para emprender una gestión de ese tipo. Durante toda la trayectoria de los Centros: 1981, 1982, 1983 y 1984, fue ese porcentaje bajo de asociados con que se iniciaron (17, Bailadores y 31, Caño Muerto) los que se mantuvieron siempre activos. Es importante

destacar que a nivel del Centro de Acopio de Caño Muerto ese porcentaje se ha mantenido activo en cuanto a la participación, en la mayoría lo han constituido los productores pertenecientes al asentamiento de La Fortuna, lo que indica en cierta manera la conveniencia de llevar hasta este tipo de organizaciones campesinas la modalidad de Centros de Acopio y así aprovechar las políticas agrícolas que en ese campo ha realizado el Estado.

El éxito inicial les llevó muchos productores que deseaban ingresar a la organización y que fueron aceptados sin ningún criterio de selección seria y responsable, lo que facilitó el ingreso de oportunistas que solo llegaron a lucrarse y ante los problemas que se presentaron en la organización los aprovecharon para desacreditarla y desestabilizarla, abandonándola rápidamente para desde fuera atacarla ³⁰.

La falta de continuidad en la promoción, que solo se dio recién creados los Centros, para luego marginarla en las actividades de los mismos; no se continuó dando, ni dentro ni fuera de la organización, no se le enseñó al productor asociado a defender de terceros la organización a que pertenecía, porque no se sentían además identificados con ella. Como se estableció anteriormente

³⁰ Bilbao, Santiago. Seminario Centro Acopio Bailadores. Mérida (Venezuela), 1983 (folleto sin numeración).

te tampoco hubo capacitación que viniera a fortalecer esa promoción, a pesar de que los estatutos que exigieron para ambos Centros demandaban que para esa actividad se destinara dentro del Balance Anual una cantidad para su realización.

Muchas veces el mismo asociado era el vehículo que transmitía en ambas direcciones (Centro ~~entre~~ terceras personas) opiniones que dañaban la imagen de la organización ante los demás productores, porque involuntariamente se prestaba a las campañas de difamación y de desinformación contra los Centros, que eran desarrolladas por los representantes de las organizaciones que agrupaban a los rosqueros o propietarios grandes de las respectivas zonas; cuyos intereses serían fuertemente afectados por el desarrollo que llegaran a alcanzar los Centros de Acopio en la comercialización de la producción de sus asociados, entre otros.

La actitud del productor ante la idea de Centro de Acopio como una forma de organizarse en el campo.

Para conocer la actitud adoptada por los productores se entrevistaron tanto en el sector de Caño Muerto como en la zona comprendida por la cuenta alta del río Mocotíes, el Municipio de Bailadores, a dos tipos de productores, asociados y no asociados a ambos Centros de Acopio: el pequeño y el mediano productor y el productor grande. Esta separación se estableció en función de

la extensión de tierra que hubieren destinado para realizar sus actividades agrícolas, ya fuere para el cultivo de plátano u hortalizas y de acuerdo a la zona; para el caso se consideró el pequeño y mediano productor en el sector de Caño Muerto al que tuviere una extensión menor de 100 ha; quien excedía esa cantidad en esa zona se le consideraba como un productor grande. Para determinar el pequeño y mediano productor en el Municipio de Bailadores fue un poco más problemático en razón de la topografía de la zona, que no permite que un terreno sea explotado en su totalidad y, por lo tanto, se consideró pequeño y mediano productor al que tuviere una extensión menor o igual a 10 ha. El productor que excediera de esa extensión se le consideraba como productor grande. Es así que en función de ello se plantearon dos actitudes totalmente diferentes, que se describen así:

- i la del pequeño y mediano productor, tanto en el Centro de Acopio de Bailadores, como en Caño Muerto;

Estos productores consideran beneficiosa la organización para ellos, porque constituye un canal más directo para llegar al consumidor con su producto más fresco, en menos tiempo y más barato. Con la aplicación del Sistema de Asignación Cuota-Cupo se permitió la recepción de productos a todos los asociados en cantidades iguales, sin discriminación alguna, por lo que conside-

ran válido el sistema en cuanto a ese respecto; además, para que el Centro hubiera podido marchar bien se requería el apoyo oficial en forma permanente a través de financiamiento, asistencia técnica, que permitiera a los Centros pagar de contado a los asociados y así los rendimientos de la actividad agrícola fueren mayores.

Ellos creen en esta forma de organización, porque es la que les ofreció garantías en la cosecha del producto, como en su posterior comercialización, además les permitió mejorar los precios, dándoles estabilidad en los mismos, contrarrestando el control absoluto que en la zona ejercían los rosqueros (camiones, comerciantes, grandes productores, etc.). En el sector de Caño Muerto los asociados aprendieron a ofrecer un producto de buena calidad, a responsabilizarse en las entregas del producto a un mercado externo muy exigente y donde tenían que competir con otros países exportadores con más experiencia en ese campo y con mejor tecnología, lo cual les abarataba los costos y les permitía jugar con los precios del plátano. A nivel interno el Centro contribuyó al fortalecimiento de su organización primaria: la cooperativa.

En ambos centros fue la posición de los asociados que esta forma de organización les permitió sentirse protegidos, les dio más seguridad porque tenían menos pérdida de producción (en Caño Muerto cortaban la canti-

dad de plátano que les pedían). experimentaron nuevas técnicas de cultivo (Bailadores amplió el número de productos por cultivar), les despertó el sentido comunitario y el obtener mejor calidad de producto, mejoraron sus condiciones de vida y, en cierta manera, modificaron su patrón cultural y la idiosincrasia de los sectores.

En síntesis, estos productores tiene confianza en que la reactivación de los Centros sea un pronta realidad que requerirá, por supuesto, una reorganización interna.

ii La del productor grande

Este productor tuvo un comportamiento de mayor transcendencia, puede decirse negativa, en el Centro de Acopio de Bailadores, que en el de Caño Muerto, en cuanto a las acciones que en el Municipio de Bailadores realizaron a través de su organización para neutralizar toda actividad que representara beneficios para el Centro.

La actitud adoptada por los productores grandes hacia los Centros de Acopio la pretenden justificar, con los razonamientos que hicieron, de la forma siguiente:

- Es mayor el capital con que trabajan, por lo tanto mayores sus riesgos y diferentes sus intereses a los de los pequeños y medianos productores, que

aunque consideran buena esa forma de organización --Centros de Acopio-- ellos no pueden integrarse a ella, porque a ese tipo de organizaciones el Estado no les brinda ningún tipo de apoyo, no les crea políticas financieras que permita se desarrollen; entonces entrar en ellos es ir a la completa ruina, junto al fracaso que esa organización ha tenido en el país. Por eso prefieren adoptar otro tipo de organización como las Asociaciones de Productores, por el poder político y económico que ellas representan y cuentan con todo el apoyo del Estado expresado a través de los Proyectos creados para ellos.

Es importante resaltar que el productor grande muchas veces se dedica a otras actividades, por lo que para él la actividad agrícola es complementaria pero no su forma de vida, que sí lo es para casi todos los pequeños y medianos productores, quienes muy esporádicamente atienden otro tipo de actividad.

Tanto en Bailadores como en el sector de Caño Muerto se pudo constatar que los productores grandes tienen bodegas, abastos, camiones para transportar hortalizas y plátanos, tienen grandes extensiones de tierra dedicadas a una ganadería extensiva, disponen de buenos créditos respaldados por los bienes que poseen. Cuentan

con una serie de mecanismos en los sectores públicos y privados que les facilita la comercialización de sus productos o tienen cupos asignados en empresas industriales a quienes les suministran su producción, por lo que para ellos no constituye una necesidad el comercializar, a través de los Centros de Acopio. Además son parte importante, un eslabón básico en la cadena de intermediarios y constituyen la rosca de la comercialización, por lo tanto, hasta el momento no se ha hecho necesario económicamente su ingreso a una organización cuyas metas han sido precisamente disminuir o contrarrestar el control de los intermediarios en las zonas (Bailladores y Caho Muerto) y en los mercados nacionales.

Es la opinión de los productores grandes en ambas zonas que la aplicación del sistema cuota-cupo por parte de los centros sería un limitante a su producción, porque a través de ese sistema sólo se les recibiría una pequeña cantidad de hortalizas y/o plátanos y ello los obligaría a buscar otros medios que les permitiera comercializar el excedente para evitar su pérdida; se llegó a la conclusión de que con otros medios que ellos tienen en sus manos, les resulta más fácil y económica su actividad porque disponen de transporte para su rápida movilización, así como de los contactos en los mercados para la venta de ese excedente.

La lucha de intereses entre productor grande y Centros de Acopio, como se dijo antes, fue de mayor trascendencia en Bailadores, donde la Asociación que los representaba, (especialmente cultivadores de papa) pretendió tomar las instalaciones del Centro de Acopio y de la Asociación de Productores Rurales (ASPRURANDES) con el propósito de asumir aquellos el control de ambas organizaciones, lo que obligó a los directivos del Centro a recurrir a las autoridades civiles y militares de la zona solicitando su intervención, como así se denunció en el comunicado de la Junta Directiva del Centro a la opinión pública con fecha 16 de setiembre de 1982.

En el Centro de Acopio de Caño Muerto no hubo enfrentamientos de esa índole porque la actitud de los productores grandes fue más pasiva y se plegaron a crear su Asociación y trabajar en ella sin procurar ningún tipo de relación con el Centro, a excepción de las gestiones que en representación de varios asociados que pertenecían al Centro, han hecho para que se les pague cantidades de dinero estimables que la Cooperativa les adeudaba desde antes de la creación del Centro de Acopio. Lo que más dejan trascender en su opinión es el desacuerdo con ese tipo de organización, aprovechando cualquier situación que les sea favorable para desvirtuar la ideología que sobre el Centro se ha propagado por el

sector y sus áreas de influencia, a pesar de todos los problemas que ha tenido que enfrentar Caño Muerto.

2.2 A nivel de funcionamiento de la Organización

Para identificar los principales problemas que en materia de funcionamiento se presentaron en la organización se partió de un análisis de los Centros de Acopio (Caño Muerto y Bailadores) en forma conjunta a través de cuatro factores:

- i transporte,
 - ii fijación de precios,
 - iii mercado, y
 - iv financiamiento,
- resaltando aquellos aspectos propios de cada factor ante los respectivos Centros.

En los primeros años de su funcionamiento ambos Centros marcharon bien, porque obtuvieron los ingresos más altos en relación con los años posteriores, cuando se presentó menor obtención de ingresos y aumentaron los costos de administración y funcionamiento de los mismos, como así lo expresó el Contador del Centro de Acopio de Caño Muerto y el gerente del Centro de Bailadores.

La Corporación de Mercadeo Agrícola, como el organismo responsable del funcionamiento de los Centros de Acopio

pio, ya que bajo su supervisión nació el Programa Nacional de Centros de Acopio, otorgó en el año de su creación (1983) al Centro de Acopio de Caño Muerto su capital de trabajo en la cantidad de 300.000 bolívares, cantidad que fue cancelada posteriormente por dicho Centro de los ingresos percibidos en la comercialización del plátano a través de la misma Corporación. En cambio, el Centro de Acopio de Bailadores se inició sin capital de trabajo, porque fue hasta el año 1983 (dos años después de su creación) que la Corporación le hizo entrega del mismo en una cantidad de 132.010 bolívares.

Transporte

Este factor tuvo más relevancia en el Centro de Acopio de Bailadores por los problemas que en éste ocasionó, como fue la entrega tardía de los productos en los mercados y supermercados del país, que sumado a la condición de producto perecedero a corto plazo y las distancias que son mayores en cuanto a tiempo y la topografía muy irregular se impuso la necesidad de movilizar en el menor tiempo posible dichos productos para evitar su pérdida.

Estas condiciones exigían por lo tanto un transporte eficiente, bien acondicionado que desafortunadamente no se pudo obtener. En la zona se constituyó una cooperativa de transporte de hortalizas con la cual se convino

el transporte de la producción con destino a los mercados, pero tuvieron que prescindir de sus servicios por incumplimiento en la entrega. Por último, ya para el año 1983-1984 se programó la creación de un Departamento de Transporte en el Centro, pero no progresó, por lo que al final optaron por contratar los servicios de transportistas independientes de Bailadores y lugares aledaños para darle salida a los productos y con quienes siguieron hasta poco antes del mes de noviembre de 1984.

En el Centro de Acopio de Caño Muerto no se presentaron problemas de esta índole, porque durante el tiempo que se trasladó el producto no perecieron a corto plazo (plátano) a los puertos de embarque, (La Guaira, Puerto Cabello y Lago de Maracaibo) o a los mercados del país (en Caracas, Maracay, Barquisimeto, Maracaibo, Ciudad Bolívar y Tucupita), la Corporación contrató los servicios de una Asociación Cooperativa de Transporte de El Vigía (Estado Mérida) para la movilización del producto. Para tal efecto la C.M.A. elaboró una Nota de Entrega que hacía las veces de guía de movilización para controlar el producto comercializado, también se establecieron tarifas de fletes en Bs/ton/km que fueron aceptadas por la Asociación Cooperativa con el compromiso de ésta de regresar los huacales vacíos al el Centro; por lo cual la C.M.A. les pagaba tarifas de ida

y regreso como si transportaran carga, que nunca se les dio utilidad por parte del Centro para traer al mismo artículos que les fueran necesarios.

Cuando pierden el mercado externo su mercado se reduce al interno, para entonces ya la Cooperativa a la cual pertenecía el Centro contaba con transporte de carga propio. Ello les economizó invertir en este campo, porque directamente se encargaron de transportar el plátano a los mercados antes señalados y les evitó el problema de entregas tardías, que en ocasiones les reportaban algunos compradores.

Para transportar el producto de las parcelas al centro de acopio, en el Centro de Bailadores se procedía de tres maneras:

- Transporte propio del productor,
- si no disponía de transporte propio, pagaban un flete al compañero que tuviese vehículo para hacerlo; el valor del flete era generalmente de 1 Bs. por saco.
- camiones propiedad de ASFRUANDES, quien los prestaba al Centro de Acopio para recolectar gratuitamente el producto en las parcelas de los asociados que no disponían de otros medios para movilizarlo.

Por su parte el Centro de Acopio de Caño Muerto reco-

lectaba el producto de las fincas de plátano con el transporte liviano propiedad de la Cooperativa sin cobrar flete alguno, que era conducido por los mismos asociados o por sus hijos en forma alterna, para llevarlo al Centro; algunos asociados disponían de vehículo propio y con él entregaban al Centro la producción requerida por éste.

La Fijación de Precios

El mecanismo empleado en la fijación de precios logró en cierta medida mejorar los precios de los productos, principalmente los hortícolas en determinadas épocas. Constituyendo para los productores de Bailadores y zonas circunvecinas un gran triunfo, porque contrarrestó el abuso que los intermediarios (camioneros, comerciantes) hacían al fijar precios bajos al pagarle al productor y precios altos al venderle al consumidor.

En cuanto a la fijación de los precios, quienes menos participaban en ellos eran los mismos productores y así lo expresaron los entrevistados, manifestándose en desacuerdo con dos cosas:

- a nivel de cada zona o sector comprendida en el área de trabajo del Centro se obtenía una información casi diaria sobre los precios, para luego trasladarla a Caracas, donde la C.M.A. la procesar-

ba junto con la que obtenía por otras fuentes (FUDECO, Mercados mayoristas) y en base a ello fijaban los precios que regían para la compra y venta en los Centros de Acopio, sin tomar en cuenta las condiciones propias de cada región,

- esa información obtenida les demostró que los precios se fijaban en función de la demanda que hubiere del producto y no se tomaban en cuenta los costos de producción en que incurría el productor en cada época de siembra y cosecha, en cuanto a insumos, mano de obra, que cada vez les resultaban más onerosos como consecuencia de la situación económica del país. Ello constituía para los asociados desventajas económicas a lo que se sumaba la tardanza en los pagos y la falta de créditos para obtener insumos, por no contar con los medios económicos para adquirirlos al contado, como así se los proporcionaban las casas comerciales de distribución de insumos agrícolas. A pesar de toda esa problemática el Centro de Acopio de Bailadores fue siempre líder en la comercialización de sus productos hortícolas y respaldado por el número de asociados que logró agrupar, 900 productores.

En lo referente al Centro de Acopio de Caño Huelto, a pesar del intercambio de información sobre precios, éstos estuvieron por debajo de los precios de la zona

muchas veces. Cuando la Corporación inicia su etapa de liquidación, la fijación de los precios es asumida por la gerencia del Centro y al congelarse este cargo lo hacía el Consejo de Administración, pero partiendo de los criterios establecidos por la C.M.A., sin considerarse los costos de producción en que incurrían los asociados, siendo los precios lo único que podría compensar esos costos. Los precios primero se fijaban en Bolívares por racimo (un racimo = 30 kg.). Para 1983 les pagaban a 11,50 Bs./racimo, luego se lograron mejorar los precios a 24 Bs./racimo, aunque fuera del Centro llegaron a estar a 42 Bs./racimo. Hasta los últimos meses de funcionamiento del Centro los precios se estabilizaron en 30 Bs./racimo.

En el primer trimestre de 1985 logran captar supermercados en Caracas para venderles producción, lo hacen con un precio de 1,26 Bs./kg. al comprar al productor y a 1,60 Bs./kg. al vender a los supermercados, de acuerdo a la información proporcionada por el contador del Centro de Acopio de Caño Muerto.

En el Centro de Acopio de Bailadores fué difícil establecer precios en las hortalizas, debido al creciente número de producto que se comercializaba y que era muy variable entre los meses del año. Según promedio calculado, los productos que más se comercializaban eran:

papas

2,70 Bs./kg.

tomate manzano	3,11 Bs./kg.
ajo	17,38 Bs./kg.
remolacha	1,69 Bs./kg.
repollo	1,02 Bs./kg.
zanahoria	1,78 Bs./kg.
lechuga	1,80 Bs./kg.
pimentón	4,14 Bs./kg.
pepino	1,23 Bs./kg.

estos precios promedios fueron para el año 1983³¹.

Mercado

Sobre el concepto de mercado se manejan dos ideas, la tradicional que lo define como el lugar público de venta de los bienes o de los servicios y la moderna que desvincula la noción de mercado del lugar físico y enfatiza la relación entre los participantes en el mercado (compradores y vendedores). Lo esencial en este concepto es el intercambio de información entre los participantes, pero para los dos casos que se analizan, para que se dé la relación productor-Centro de Acopio es necesaria la presencia física de los productores y sus productos, facilitada por los medios modernos de comercialización³².

³¹ Carrasco Sthorin et al. *Los Centros de Acopio como una alternativa de solución a los problemas de comercialización de Productos Hortícolas. Caso Centro de Acopio de Bailadores*. IIDARA. Mérida, 1984. p 18.

³² Mendoza, Gilberto: *Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios*. IICA. San José (Costa Rica). 1982. p 2.

Es así que se puede hablar de distintos tipos de mercado: regionales, nacionales o internacionales, de productos, de acopio, de mayoristas, etc. Aquí se hablará del mercado nacional y el internacional o externo aplicado a los casos objeto de análisis y en la etapa de comercialización aplicable a los Centros de Acopio de Bailadores y Caño Muerto.

El Centro de Bailadores realizó sus actividades con el propósito de satisfacer la demanda en un mercado nacional no exigente y prácticamente cautivo y que permitía hacer llegar a la población una diversidad de productos: las hortalizas de naturaleza perecedera a corto plazo, lo cual exigía una pronta comercialización sin mucho almacenamiento, pero con mejores condiciones de manipuleo para evitar su deterioro y conservar su calidad, a través de empaque y selección adecuada.

Las cantidades demandadas en ese mercado eran muchas veces muy bajas en relación a las cantidades ofrecidas por los productores, lo que venía a limitar la recepción del producto por parte de los canales de distribución (C.M.A. y FENACA) hacia los Centros de Acopio y de éstos a los productores, regulando su producción a través del Sistema de Asignación Cuota-Cupo que permitió recibir cantidades iguales a todos los asociados, indistintamente que hubiere unos con mayor producción que otros.

dades de producto en condiciones de óptima calidad, buena presentación (madurez, tamaño, etc.) para poder mantenerse en el mercado. Ello generó mayores cantidades de producción ofrecida por el productor y que hacen innecesaria en determinado momento la aplicación del Sistema de Asignación Cuota-Cupo, ya que se recibía a nivel del Centro las cantidades ofrecidas por los productores sin límite alguno. Este mercado externo viene a contribuir al mejoramiento de los precios del producto, por lo cual al productor le llega a interesar más producir para ese mercado, marginando el mercado nacional en su abastecimiento al cual sólo le destinaban el producto de menor calidad. Lo que se ha llamado popularmente *pasilla* ya que no les precisaba competir y además por estar compuesto ese mercado de consumidores menos exigentes.

Aunque en parte este mercado externo les benefició en cuanto a ingresos, criterios de selección, oferta de producto de mejor calidad, se puede afirmar que también contribuyó en forma notable a su ruina económica. La organización, tanto directivos como asociados, no estaba preparada para asumir por sí sola la responsabilidad de buscar, mantener y abastecer nuevos mercados externos, por la falta de experiencia y preparación en ese campo que antes se lo atendía la C.M.A. y al iniciarse su liquidación se pierden los mercados que se tenían y no se buscan otros. Así se presentan conflictos de baja

demanda de producto, pérdidas en la producción y la incapacidad de competir en el mercado nacional con las rosas, que lograron consolidarse antes y cuando el Centro satisfacía un mercado externo sin haberse consolidado internamente.

Con el Centro de Acopio de Bailadores este problema adquirió algunos rasgos diferentes, en cuanto a la competencia, porque a pesar de que solamente comercializaban en un principio a través de la C.M.A. con las Ferias de las Hortalizas, Mercados Populares, luego lograron hacerlo a través de la Federación (FENACA). En algunas oportunidades le vendieron a los automercados CADA. También llegaron a realizar gestiones para vender por su parte en otros mercados del país, como en el Oriente y Sur del territorio nacional: Anzoátegui, Monagas, Bolívar, Tucupita (Territorio Delta Amacuro). Ello constituyó para el Centro de Acopio la conquista de mercados no tradicionales y el adquirir cierta experiencia en cuanto al conocimiento de las reglas del juego que se han dado en la comercialización de hortalizas y se les permitió enfrentar de esa manera a la competencia desigual prevaleciente, contrarrestando el control absoluto que en un principio tuvieron las rosas.

La falta de políticas de comercialización que vinieran a impulsar en su totalidad el esquema o sistema de

comercialización que desde 1974 se había creado, vino a precipitar la paralización del funcionamiento de todos los Centros de Acopio, renglón hortalizas, en los Andes, porque según la información recabada entre noviembre de 1984 y marzo de 1985 ningún Centro de Acopio andino se encontraba funcionando. Para tener una pequeña idea de la buena marcha que en los años 1983 y 1984 tuvieron ambos Centros, aclarando que para el último año el de Bailadores registro las más bajas cantidades comercializadas y, por lo tanto, los más bajos ingresos en toda su trayectoria, transcribimos a continuación el Cuadro N° 4 como referencia del movimiento de los productos comercializados.

Se tomaron esos dos años porque son los únicos en que coinciden en funcionamiento. No se incluye distribución de beneficios netos, porque para ambos Centros sólo se obtuvo el de Bailadores en el año 1983, que fue de 690.95 bolívares. En 1984 no los hubo.

En el año 1984 el Centro de Acopio de Bailadores sólo funcionó durante los meses de Enero a Julio, Setiembre y Octubre inclusive. Según información de la gerencia del Centro la cantidad que se comercializó en el año 1983 constituyó solo un 2 % del total de la siembra de hortalizas en la región, lo que da una idea de las grandes cantidades que en la misma se han producido y comercializado fuera del Centro.

CUADRO Nº 4

VOLUMEN DE COMERCIALIZACION
CENTROS DE ACOPIO DE BAILADORES Y CAÑO MUERTO

Centro	Año	Kilogramos	Bolívares
Caño Muerto	1983	1.874.054	2.248.864
Bailadores	1983	1.839.639	1.138.092.16
Caño Muerto	1984	1.213.576	1.997.600.55
Bailadores	1984	338.253	879.457

Fuente: Centros de Acopio de Caño Muerto y
Bailadores

Por su parte el Centro de Acopio de Caño Muerto también se encuentra ubicado en la zona de mayor concentración de plantaciones de plátano, específicamente en el Municipio de Uribarra, en el cual se estimó para el año de 1983 un rendimiento de 7650 kg/ha. y que pudo ser superado por los asociados del Centro en la producción que ese año se comercializó.

La accesibilidad física de los mercados

La cercanía o lejanía a los mercados terminales o centros de distribución de los productos juega un papel muy importante en cuanto a los costos de comercialización. Es así que la topografía irregular de la Cuenca Alta del Mocotíes, donde se ubica el Centro de Acopio de Bailadores, lo colocan en una posición de desventaja respecto al Centro de Caño Muerto, el cual está situado en zona plana, a menor distancia de los mercados.

Un camión cargado de hortalizas o plátanos tarda entre cada Centro respectivo y sus mercados principales el tiempo siguiente:

Centro	Caracas	Maracay	Maracaibo	Barquisimeto	Irapueta C. Bolívar
Caño Muerto	13	11	6	9	26
Bailadores	16	14	10	12	29

(tiempo en horas)

Esto permite establecer que, por su ubicación el plátano tiene mayores posibilidades de acceso a los mercados. En relación a ambos rubros, tanto el plátano como las hortalizas escasean más en las regiones o mercados separadas por mayores distancias de los centros de producción y de acopio, como es el caso de Ciudad Bolívar y Tucupita.

Financiamiento

Cuando se hace referencia a este aspecto, no se incluye el valor de las instalaciones, porque su reacondicionamiento fue hecho por la C.N.A. en un valor económico de bolívares 823.793,63 para el Centro de Acopio de Bailadores y de bolívares 738.479 para el Centro de Acopio de Caño Muerto y que, en concepto de bienhechurías, son parte del patrimonio de la misma Corporación.

Esas cantidades fueron separadas del Plan de Inversiones que el Programa Nacional de Centros de Acopio tenía destinado para todos los Centros por crearse en un valor total de Bs. 19.503.915,67, de acuerdo al informe económico de la C.N.A. para el año 1984.

En la parte de funcionamiento de los Centros se estableció el capital de trabajo con que ambos centros funcionaron en cierta época. Fuera de ello no recibieron ningún tipo de financiamiento que les permitiera trabajar, pagar al contado a los productores, contador,

personal especializado para la administración de ambos, así como llegar a capitalizarse como una empresa de base económica y desarrollar el programa de Centros de Acopio.

A pesar de esas condiciones desfavorables llegaron a acumular cierto capital, aunque pasivo, porque son las deudas que para con ellos tiene la Federación Nacional de Centros de Acopio (FENACA) y la Corporación de Mercadeo Agrícola (C.M.A.) por concepto de los productos que llegaron a comercializar respectivamente y que a la vez ambos Centros le deben a sus bases.

Hasta el 26 de marzo de 1984, FENACA le adeudaba al Centro de Acopio de Bailadores la cantidad de 600.000.00 bolívares por productos comercializados a través del Puesto de Distribución en Coche y en Oriente y con la Cooperativa Auyantepuy; del 27 de marzo hasta la fecha (año 1985) la misma Federación les adeuda la cantidad de 140.000 bolívares, lo que representa un total general de 740.000 bolívares a favor del Centro de Acopio de Bailadores. Se hace esta separación de fechas y etapas porque en la primera etapa el Centro comercializó *voluntariamente* a través de FENACA; en la segunda etapa lo hizo en forma *impuesta* por el Consejo de Administración a través de un acta que se levantó por los Directivos de la Federación, de acuerdo a la información brindada por la Gerencia del Centro.

Por su parte el Centro de Acopio de Bailadores le adeuda a un número aproximado de 60 productores asociados la cantidad de 106.201,50 bolívares por producción comercializada y para cuyo pago se han hecho varias gestiones, entre ellas: un crédito ante BANDAGRO, a través de CODESABA, esperando su resolución favorable para los primeros días de abril del año en curso. Los pocos ingresos que el Centro percibía con la comercialización eran absorbidos por los costos de funcionamiento de la misma organización, lo que le incapacitaba, además de la falta de financiamiento, para enfrentar esos problemas.

El Centro de Acopio de Caño Muerto es uno de los poquísimos Centros que logró solventar su deuda con la Corporación de Mercadeo Agrícola y, a través de FENACA, llegó a comercializar la cantidad de 6.129 bolívares. Por su parte la Corporación le adeuda al Centro de Acopio la cantidad de 300.000.00 bolívares, cantidad que igual que la anterior aparece incorporada en los haberes del informe económico de la Asociación Cooperativa. ACOSMA-Lago Sur, R.L. de 1984. En ese mismo informe aparece la cantidad de 350.000 bolívares bajo el detalle de Préstamo a la Compañía Anónima Industrial Procesadora de Plátano Venezolana (CAIPLAVEN) dentro de la cual se encuentran incluidas las retenciones que se les hacía a los productores asociados para la constitu-

ción del capital de trabajo de esa empresa, con sede en El Vigía (Estado Mérida) y dirigida por el Sr. Pedro Nieto. Ella se encargaría del procesamiento y transformación del plátano procedente del Centro de Acopio y zonas aledañas. Del uso que se le dió a esas retenciones nunca se rindió informe al Centro ni se concretó el proyecto en la parte que le correspondió al Centro de Acopio, en cuanto a la instalación de una extensión de esa planta procesadora en la zona de Caño Muerto. Con este objetivo se procedió a la construcción de un galpon en los terrenos de la Asociación Cooperativa, sin resultado alguno, de acuerdo al criterio de productores asociados que se entrevistaron. En cuanto a la deuda que el Centro tiene con los productores asociados no se pudo establecer con precisión, por el hecho de que la contabilidad no se lleva por separado, sino de manera conjunta con la Cooperativa; en el informe económico (Memoria y Cuenta) del año 1984, sólo aparecen quienes deben a la Cooperativa y la relación de Certificados Rotativos de 1980-1984. En las cuentas por pagar sólo aparece lo referente a gastos por compra de vehículos, insumos y demás artículos que son parte del funcionamiento de la Asociación Cooperativa.

Para la comparación que se estableció entre las dos zonas seleccionadas se procedió a entrevistar a productores de ambas zonas; un 95 % de ellos fueron socios de

los Centros de Acopio, activos unos, retirados otros, pero receptivos hacia el entrevistador, lo que permitió obtener una abundante información sobre el aspecto de organización y funcionamiento de ambos Centros.

En el Centro de Acopio de Bailadores se eligió un total de 16 productores para entrevistar; la mitad que estaban activos y la otra mitad se habían retirado del Centro. Este grupo se distribuyó entre las 7 zonas, con un promedio de dos productores por zona, pero al final sólo se pudo entrevistar a 15, sin incluir la entrevista que se hizo al Sr. Pedro Barillas en su condición de Gerente del Centro y no de productor.

Respecto a las entrevistas realizadas en el Centro de Acopio de Campo Muerto se estableció el mismo criterio de selección, pero como acá son 5 sectores, muy separados unos de los otros, se estableció también un número de dos productores por sector, lo cual nos daría un resultado de 10 entrevistas; pero solo se pudieron entrevistar 6 productores asociados, activos unos y dos productores retirados el mismo día que empezó a funcionar la organización por desacuerdos internos. Queremos señalar que el número de entrevistas realizadas en este sector no fue mayor, por la ausencia de varios productores y por problemas de acceso a algunas fincas.

En el Cuadro que insertamos en la página siguiente se

destacan los aspectos que se consideraron más importantes de las entrevistas: asistencia crediticia, capacitación, uso de insumos en la actividad agrícola por parte de los pequeños y medianos productores en general y a través del Centro de Acopio en particular.

Se puede resumir en las preguntas 1, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 y 13 la concepción que dichos productores han tenido sobre lo que es la capacitación y promoción de la organización a la que han pertenecido. Respecto a las preguntas 2, 3, 4 y 5 son indicativas de las características productivas de las explotaciones.

www.bdigital.ula.ve

CUADRO Nº 5

RESUMEN DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS

CON PRODUCTORES DE LAS ZONAS RESPECTIVAS

Pregunta	Caño		Bailadores	
	Si	No	Si	No
¿Le gustaría desempeñar un cargo administrativo dentro del Centro de Acopio?	5	1	6	9
¿Es propietario de la parcela que ha venido trabajando desde que es socio del Centro?	4	2	9	6
¿Utiliza obreros para las actividades agrícolas en la parcela?	2	4	15	-
¿Ha utilizado fertilizantes, pesticidas para sus cultivos?	5	1	15	-
¿Ha recibido créditos?	4	2	6	9
¿Conoce la Federación a la cual pertenece el Centro de Acopio?	2	4	9	6
¿Conoce cómo se fijan los precios del producto en el Centro de Acopio?	3	3	14	1
¿Ha recibido diversos cursos desde que se asoció al Centro de Acopio?	2	4	5	10
¿Se aplicó en el Centro de Acopio el sistema de Asignación Cuota-Cupo?	4	2	14	10
¿Considera que la persona que se desempeñó como gerente del Centro fue eficiente en su trabajo?	3	3	6	9

CUADRO N° (continuación)
RESUMEN DE LAS ENTREVISTAS

Pregunta	Caño Muerto		Bailadores	
	Si	No	Si	No
¿Hacia usted una preselección del producto antes de llevarlo al Centro?	6	-	15	-
¿Desde que pertenece al Centro de Acopio ha planificado sus siembras y cosechas?	-	6	5	10
¿Conoce los problemas que el Centro de Acopio ha tenido con los mercados para colocar el producto?	5	1	6	7

Fuentes: Entrevistas realizadas en Febrero y Marzo.
Centro de Acopio de Caño Muerto y Bailadores.

CAPITULO III

CONCLUSIONES

A partir de la década de los 70 muchos gobiernos latinoamericanos se han preocupado por la problemática de la comercialización agrícola en lo referente a la inestabilidad de los precios y al control en la distribución de los productos agrícolas por parte de un sector comerciante que no interviene en la producción de los mismos, pero que ha logrado su consolidación en el proceso de comercialización.

El sector de medianos y pequeños agricultores desorganizados, ha sido el más afectado por los problemas de comercialización. A ello se suman los problemas de ubicación geográfica y relieve y las dificultades de acceso a los mercados terminales que los productores han tenido.

Los Centros de Acopio se implementaron en función de los pequeños y medianos productores para disminuir o erradicar la problemática que se presentaba en la comercialización, especialmente en el caso de los productos hortofrutícolas y, a la vez, para alcanzar mejores condiciones de organización campesina.

Los resultados en cuanto al análisis de la validez y eficiencia de los centros de acopio, pueden resumirse así:

Como forma de comercialización los centros de acopio vinieron a intervenir una realidad económica, afectaron con mayor o menor intensidad intereses de grupos o sectores que antes ejercían una hegemonía absoluta en el proceso de mercadeo, específicamente en el sector intermediario, quienes vieron en esta nueva modalidad un mecanismo de restricción a sus beneficios económicos.

La participación del Estado en la comercialización hortofrutícola, fue mayor posteriormente a la creación de los Centros, puesto que se llegó a constituir prácticamente en el único canal de distribución de la producción acopiada por los mismos. Ello no fue beneficioso al final, porque fomentó el paternalismo estatal al no preocuparse los centros de acopio en buscar por propia iniciativa otros mercados, tanto internos como externos; a la vez que el mismo Estado se convirtió en el mayor deudor para con los centros por la falta de pago al contado de la producción comercializada a través de la Corporación de Mercadeo Agrícola, C.M.A.

A nivel de los casos seleccionados : Centro de Acopio de Bailadores (Estado Mérida) y de Caño Nuevo (Estado Zulia), se puede afirmar que las causas generales que afectaron su funcionamiento tienen como denominador común el limitado o escaso financiamiento del Estado, en comparación a las exigencias económicas que los mismos tenían que enfrentar por demora en la recuperación del capital invertido en las actividades de mercadeo y en los aspectos relativos a

la capacitación a los productores.

El aspecto económico contribuyó a la no identificación con la organización, a la falta de lealtad con la misma, porque no hubo el apoyo suficiente a los programas de capacitación y educación gremial que, permitieran alcanzar entre los productores una visión gremial, comunitaria.

La experiencia obtenida nos demostró que el éxito de los Centros de Acopio no radica en contar con instalaciones firmes y demás obras de infraestructura para realizar las actividades de mercadeo; sino que se encuentra en gran parte en la capacidad de organizar a los productores, que origine una capacitación y extensión continua que permita la consolidación de la organización y, por lo tanto, el desarrollo económico de la forma de comercialización.

Además, como organización de base económica tenía que contar con los recursos económicos suficientes y debidamente programados para satisfacer las aspiraciones de sus asociados.

El concebir a los Centros de Acopio como un programa implica que debe éste incluirse en las políticas regionales o nacionales de mercadeo que el Estado ha de realizar y, por lo tanto, deben coordinarse muy bien con otros proyectos que involucren las mismas políticas de mercadeo, así como las políticas de fomento a la producción y a la productividad. Ello nos demuestra que en la realidad hay una gran diferencia

y descoordinación entre los planteamientos teórico-políticos que el Estado, a través de la C.H.A., ha hecho en relación a los pequeños y medianos productores, y los resultados obtenidos de la aplicación de esos planteamientos.

Un aspecto positivo que se alcanzó a través de los Centros de Acopio como forma de comercialización fue el permitir a los productores llegar a mercados que estaban prácticamente cautivos, como son los del Oriente y Sur del país, donde los productos hortofrutícolas no estaban a disposición del consumidor final por problemas de distancia y de altos costos de comercialización.

En los dos casos seleccionados para el trabajo de tesis, las características de las zonas donde se ubicaron ambos centros son diferentes, y en forma particular han incidido en establecer la identidad propia de cada centro, pero no han sido los factores determinantes en la paralización de las actividades de los mismos.

Como forma de organización rural los centros de acopio, introducen a los pequeños y medianos productores en un campo nuevo respecto a su actividad tradicional: la comercialización, participando en sus primeras fases. Se hicieron sentir como grupo organizado interviniendo en la comercialización a nivel local a través del centro de acopio y a nivel nacional a través de la Federación Nacional de Centros de Acopio (FENACA), manifestando sus exigencias de tipo económico.

social y político. Ello les permitió alcanzar cierto poder de negociación en el mejoramiento de los precios, en la búsqueda de nuevos mercados, etc.

Los Centros vinieron a establecer pautas en el trabajo agrícola, especialmente en la práctica de cultivo en hortalizas y frutales han aprendido a diversificar sus cultivos (en las hortalizas especialmente), a mejorar la calidad de sus productos, así como su presentación. Ello ha respondido en parte a las exigencias de calidad de los mercados a los cuales suministraban producción a través de la C.M.A. y que a nivel nacional puede ser considerada como una alternativa de comercialización apropiada para los productores, específicamente los supermercados y dependencias institucionales como Hospitales, Comedores para trabajadores, según el Programa decretado por el Estado para ciertas empresas y establecimientos privados.

Si los Centros de Acopio, después de una cuidadosa y meditada reestructuración, fueren puestos en marcha estamos convencidos que los pequeños y medianos productores acogerían la medida favorablemente, toda vez que sienten la imperiosa necesidad de liberarse de los intermediarios que encarecen los productos sin que ellos logren una más justa remuneración por su trabajo. Debemos insistir en que la experiencia primaria que obtuvieron durante su funcionamiento les demostró que, como forma de comercialización, es válida para ellos. Les permitió participar en el proceso de

comercialización y tener una visión diferenciada entre este proceso y el de producción, hasta alcanzar cierto éxito económico en sus actividades. Se necesita del apoyo financiero y promocional para poder consolidar la organización y, por tanto, la forma de comercialización, siempre que para su aplicación en el sector rural sean consideradas las características propias de cada zona.

Sin embargo, no hubo políticas sinceras del Estado que permitieran desarrollar los Centros de Acopio, como forma de organización y de mercadeo, porque ello implicaba afectar intereses que se encuentran representados dentro del mismo Estado y constituyen pilares de la Economía Nacional ya consolidados, que por su poder económico no era posible afectar.

Esto trasciende hasta en las mismas políticas agrícolas discontinuadas unas de las otras, en los diferentes gobiernos, al no saber utilizar los recursos tanto humanos como económicos que han sido producto de inversiones y programas anteriores, con el propósito de fomentar determinada actividad agrícola. Como se pudo comprobar en el trabajo de investigación a nivel de los aspectos organizativos y de participación de los productores en el Centro de Acopio, quienes participaron en forma continua, leal y responsable en las actividades de la organización durante su funcionamiento, fueron en su mayoría los pequeños y medianos productores, organizados primariamente como Asentamiento Campesino

en la zona de influencia del Centro.

Eso es indicativo de lo adecuado que sería trabajar preferentemente en la implementación de centros de Acopio con grupos de productores previamente organizados en el sector reformado, por la experiencia organizativa que en el mismo los productores han tenido; lo que vendría, además de fortalecer los programas de Reforma Agraria, a incentivar la coordinación entre organismos del Estado y la continuidad de los programas de desarrollo agrícola nacional.

Los Centros de Acopio, pueden permitir la estabilización del productor en su finca o parcela, al contar con mercados seguros para su producción, un sentido de gremio y su participación activa en él, todo lo cual le reporta ingresos estables en su actividad. Ello podría evitar el éxodo rural de los agricultores y funcionar a la vez como un núcleo de atracción de mano de obra, porque representa una fuente de empleo y socialmente constituye así una alternativa de ocupación laboral.

En síntesis, considero que la etapa de desarrollo que la comercialización está viviendo en la mayoría de los países latinoamericanos exige brindar a los pequeños y medianos productores el apoyo económico y técnico necesarios para que a través de los Centros de Acopio logren consolidarse. A la vez que permita generar una fuente segura, permanente y estable de ingresos y de ocupación de mano de

obra, lo cual representa un aporte significativo al mejoramiento de las condiciones de vida en las regiones donde ellos se encuentran establecidos. En materia de comercialización este apoyo es básico para que en etapas posteriores, una vez que cuenten con mercados estables y un sector ya consolidado, puedan ellos competir con los grandes productores y, por lo tanto, con los sectores tradicionales de la comercialización.

www.bdigital.ula.ve

BIBLIOGRAFIA

- ALZURU, Ignacio: *Análisis económico Centro de Acopio de Bailadores (Estado Mérida)*. Facultad de Economía. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela, 1985.
- BRICEÑO DE BERRIOS, Elda: *La Problemática de la Comercialización Agrícola Regional. Alternativas de Acción*. CORPOANDES. Mérida, Venezuela, 1980.
- CARRASCO P. STHORIN et al: *Los Centros de Acopio como una alternativa de Solución a los Problemas de Comercialización de Productos Hortícolas. El caso del Centro de Acopio de Bailadores*. IIDARA. Universidad de los Andes. Mérida, Venezuela, Junio, 1984.
- CONVENIO MAC-IICA. Documento N° 14: *Estudio de Factibilidad Técnico-Económico para el funcionamiento de un Centro de Acopio en el ARDI-AROA*. San Felipe, Venezuela, 1983.
- Documento N° 14-A: *Estructura Jurídica, Organización y funcionamiento de los Centros de Acopio*. Caracas, Venezuela, octubre, 1983.
- CORDIPLAN-BID: *Centros de Acopio. Estudio de Factibilidad. Curso de Preparación y Evaluación de Proyectos*. Caracas, 1970.
- CORPORACION DE DESARROLLO DE LOS ANDES (CORPOANDES): *Las condiciones del mercado (El caso de las hortalizas)*. Mérida, Venezuela, 1974.
- *Diagnóstico Oleícola de la Región de los Andes*. Maracaibo, Venezuela, 1971.
- CORPORACION DE DESARROLLO DE LA REGION ZULIA (CORPOZULIA): *Proyecto Centro de Acopio*. Maracaibo, Venezuela, 1972.
- CORPORACION DE MERCADEO AGRICOLA (C.M.A.): *Manual de Centros de Acopio*. Caracas, 1979.
- *Centro de Acopio de Guibor*. Caracas, abril, 1980.
- *Programa Nacional de Centros de Acopio. Conceptos, Lineamientos, Objetivos, Estrategias e Implementación*. Caracas, febrero, 1981.

- *Evaluación y Análisis Económico-Financiero al Proyecto Centro de Acopio Bocunó. Período 1972-1982.* Caracas, 1983.
- DUBUC, Roberto y Ugalde, Luis: *Evolución Histórica del Sector Agropecuario.* O.E.S.E.. Caracas, 1973.
- FERNANDEZ, Mario et al: *Programa Nacional de Centros de Acopio. Estructura, Organización y Funciones.* IIDARA. Universidad de los Andes. Mérida (Venezuela), 1983.
- *Centro de Acopio de Bailadores. Una Vía de Comercialización de Productos Hortícolas Perecederos.* IIDARA. Universidad de los Andes. Mérida (Venezuela), 1984.
- FONAIAP: *Divulga. Revista* N° 8. Enero-Febrero. Caracas, 1983.
- FRANCO, Alberto: *Política Agraria y Rural.* IICA. San José (Costa Rica), 1980.
- GABALDON, María A.: *La Comercialización Hortícola a Nivel de Productor Rural.* Tesis para optar al título de Geógrafo. Escuela de Geografía. Facultad de Ciencias Forestales. Universidad de los Andes. Mérida (Venezuela), 1980.
- *La Commercialization des Production Legumières dans les Andes vénézuéliennes. Formes Traditionnelles et Organisation Volontaire.* Universidad de Toulouse. Le Mirail (Francia), 1984.
- INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS. OEA (IICA)-CMA-CORPOANDES: *I Reunión Nacional sobre Instrumentos de Comercialización: Aspectos Metodológicos Organizacionales y Operacionales de los centros de Acopio y su Significado e Importancia.* Mérida (Venezuela), 1974.
- *IV Reunión Nacional sobre Instrumentos de Comercialización: Organizaciones de Mercadeo Agropecuario para Productores.* Maracaibo (Venezuela), mayo, 1977.
- : *Papel de la Corporación de Mercadeo Agrícola en el Sistema de Comercialización y Agroindustrialización. Manual Guía para preparación de Planes Operativos.* Caracas, 1983.

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONOMICAS: *Empresa de Distribución de Productos Agrícolas. Diagnóstico de la Comercialización Actual (papa, tomate, pimentón y cebolla).* Facultad de Economía. Universidad de los Andes. Mérida. 1983.

INSTITUTO DE GEOGRAFIA Y CONSERVACION DE RECURSOS NATURALES: *Dimensión Espacial de los Procesos Socioeconómicos. Zona Sur del Lago de Maracaibo.* Universidad de los Andes. Mérida. 1984.

LO PORTO, Blanca de et al. Instituto y Departamento de Economía Agrícola y Ciencias Sociales: *Estudio sobre la Estructura Agraria Venezolana (La Estructura del Sistema de Tenencia y Producción).* Facultad de Agronomía. Universidad Central de Venezuela. Caracas, noviembre, 1974.

MENDOZA, Gilberto: *Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios.* IICA. San José (Costa Rica), 1982.

OSAL, Victorino: *Guía para el Promotor de un Centro de Acopio.* C.M.A. Caracas, febrero, 1984.

PANDO, José Luis: *Documento para Discusión: Programa Nacional de Centros de Acopio. Estructura, Organización y Funciones.* IICA. Caracas, mayo, 1977.

RODRIGUEZ, M. y JUL R., Guillermo: *Estudio de mercado de Productos Agrícolas.* CORPOANDES, Mérida (Venezuela), 1974.

SAAVEDRA, Sol et al: *Complejo de Servicios Agrícolas de Bailadores. Centro de Acopio y Distribución de Insumos.* CORPOANDES, Mérida (Venezuela), 1976.

SOTO, Oscar David: *La Empresa y la Reforma Agraria en la Agricultura Venezolana.* IIDARA. Fundación para la Cultura Campesina. Universidad de los Andes. Mérida (Venezuela), 1973.

SOTO, Humberto: *Evaluación Económico-Financiera al Proyecto Centro de Acopio de Pueblo Llano. Período 1979-1982.* C.M.A. Caracas, junio, 1983.

TORRES, Hugo: *Organizaciones Rurales de Mercadeos: Centro de Acopio.* FUDECO. Barquisimeto (Venezuela), 1974.

A N E X O S

Nº 1

MAPAS DE UBICACION DE LAS ZONAS DE LOS CASOS SELECCIONADOS

www.bdigital.ula.ve

Véase sobre contenido de
los mismos en la Contraportada

Nº 2

OTRAS ENTREVISTAS

Nombre	Fecha	Cargo o representación
Edgar Acosta	22.02.85	FUDECO
Rufino González	22.02.85	FUDECO
Ramón Cáceres	26.02.85	C.M.A
Carlos Sierra	16.02.85	Encargado de los Servicios de Comercialización del Centro de Acopio de Caño Muerto
Pedro Barillas	14.03.85	Gerente del Centro de Acopio de Bailadores
Ramón Antonio Silva	23.02.85	Quíbor. Productor
Ignacio Alzurú	24.02.85	Estudiante de la Universidad del Zulia
Eloy Dávila S.	06.02.85	Profesor de Economía Agrícola de la Universidad de los Andes
Vladimir Chacón	04.03.85	Ing. Técnico del M.A.C. Bailadores
Ignacio Asorena	21.03.85	Especialista en Educación del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. IICA. Venezuela
Humberto Abello	02.05.85	Jefe de Crédito. I.C.A.P. Mérida.

=====