

**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
CENTRO DE INVESTIGACIONES AGROALIMENTARIAS (CIAAL)
AGENDA PLÁTANO-PROYECTO CDCHT-CVI-PICAGM-07-00**

**EVOLUCIÓN Y PERSPECTIVAS DEL CIRCUITO
PLÁTANO EN VENEZUELA**

ALEJANDRO GUTIÉRREZ

MÉRIDA- VENEZUELA- DICIEMBRE 2004

I.- Introducción

Este documento pretende examinar la evolución del circuito plátano, de sus componentes y actores al nivel nacional. Acorde con lo que establece la metodología de la planificación estratégica se hace un diagnóstico interno (fortalezas y debilidades) y externo (amenazas y oportunidades provenientes del entorno nacional e internacional). También se analizan los factores determinantes de la competitividad de la cadena agro-productiva. Finalmente, con base en los antecedentes se formula la visión del circuito plátano para los próximos diez años (horizonte al año 2015) y se presentan algunas estrategias a seguir para alcanzar los grandes objetivos que definen la visión del circuito al 2015. Las recomendaciones estratégicas son el resultado del análisis de información secundaria, del intercambio de ideas y opiniones con informantes calificados y de las visitas realizadas por el investigador a las áreas de producción (Municipio Francisco Javier Pulgar- Estado Zulia; Municipio Alberto Adriani-Estado Mérida). Estas últimas permitieron al investigador acercarse al problema mediante la observación “in situ” del funcionamiento de la cadena agro-productiva plátano.

II.- Marco teórico de la investigación

A.- El Concepto de circuito agroalimentario o cadenas agro-productivas¹

La base sobre la cual descansa la investigación es el concepto de sistema alimentario. El sistema alimentario de un país puede ser definido como el **"... conjunto variado y múltiple de actividades económicas que la sociedad nacional respectiva ha organizado para cumplir satisfactoriamente la función social alimentación-nutrición..."** (Abreu, Gutiérrez, Fontana, Cartay, Molina, van Kesteren y Guillory, 1993). Otra definición es la aportada por Malassis (1979: 437) el sistema alimentario es el **"Conjunto de actividades que concurren en la formación y distribución de productos agroalimentarios, y en consecuencia, al cumplimiento de la función de alimentación humana en una sociedad determinada"**. Por su parte Shejtman (1994) presenta la siguiente definición **"Conjunto de relaciones socioeconómicas que inciden de un modo directo en los procesos de producción primaria, transformación agroindustrial, acopio, distribución, comercialización y consumo de los productos agroalimentarios"**

A lo largo del sistema alimentario de un país también interactúan una cantidad numerosa y heterogénea de actores (productores y comercializadores de insumos, equipos y maquinarias; prestadores de servicios; productores agrícolas; agroindustriales; comercializadores, exportadores e importadores; consumidores; gobiernos; organismos multilaterales y otros) que son agentes económicos cuya conducta y características es necesario conocer si se desea tener éxito con la instrumentación de políticas

¹ Para más detalles sobre estos conceptos ver Martín, La Riviere, Gutiérrez y Reyes (1999).

agroalimentarias. En síntesis, pudiera decirse que el sistema alimentario nacional está conformado por un conjunto de actividades de producción, distribución de insumos y bienes agroalimentarios y de actores que se interrelacionan para tratar de cumplir los objetivos fundamentales de dicho sistema. El sistema alimentario nacional está influenciado e influye sobre los entornos nacional e internacional y tiene como objetivos fundamentales los siguientes:

- 1. Satisfacer completamente todos los días, las necesidades de energía alimentaria y nutrientes, de todos los habitantes del país considerado (Abreu y otros, 1993). Este objetivo se vincula directamente con la definición de seguridad alimentaria.**
- 2. Aprovechar al máximo las posibilidades de la sociedad para producir y comercializar bienes agroalimentarios, teniendo en cuenta los criterios de competitividad, sustentabilidad y equidad distributiva.**

Si los anteriores objetivos no se están alcanzando la política agroalimentaria nacional debe ser revisada para orientarla hacia su logro.

El enfoque tradicional del problema alimentario de un país se ha centrado básicamente en estudiar por separado al sector agrícola y los problemas nutricionales. El enfoque de sistema alimentario permite tener una visión menos sectorialista de los problemas. Esto permite ampliar y profundiza las posibilidades de diseñar políticas e intervenciones destinadas a solucionar problemas y cuellos de botella en puntos específicos de la cadena agro-productiva o actuando y concertando con actores claves dicha cadena. Seguidamente se enuncian algunas de las ventajas que tiene la adopción del enfoque de sistema alimentario.

VENTAJAS DEL ENFOQUE DE SISTEMA ALIMENTARIO

- Visión más amplia del problema agroalimentario-menos sectorialista.
- Permite captar las relaciones e interrelaciones entre los componentes y agentes que participan en el sistema y circuitos agroalimentarios.
- Detecta grado de coherencia y contradicción de las políticas agroalimentarias.
- Permite identificar obstáculos (cuellos de botella) a lo largo de los circuitos agroalimentarios, por cuanto estudia a los componentes, los actores y a sus interrelaciones.
- Identifica actores estratégicos capaces de convertirse en núcleos dinámicos del sistema o de los circuitos.

Como una derivación del concepto de sistema alimentario, el cual es de carácter macro (general), ha surgido la definición de circuito o de cadena agroalimentaria (cadena agro-productiva), para analizar a un nivel intermedio (meso) las interrelaciones entre actividades y agentes. Para Malassis (1986), el circuito agroalimentario **“comprende el itinerario de un producto (o grupo de productos) en el seno del aparato agroalimentario. Abarca el conjunto de agentes y de operaciones (producción, transformación, distribución, financiamiento, etc.) que contribuyen a la formación y a la transferencia del producto hasta su utilización final, así como los mecanismos de ajuste, de flujo de factores y de los productos a lo largo de la cadena y a su estado**

final". Estos circuitos agroalimentarios se definen para uno o un grupo de producto estrechamente interrelacionados y facilita el diseño de políticas e intervenciones al nivel de la cadena específica y para un área geográfica determinada. **En el caso específico de esta investigación se analizará el circuito (cadena agroproductiva) plátano, definido como el conjunto de actores y de actividades que abarcan la provisión de insumos y otros servicios, producción primaria, transformación agroindustrial, comercialización interna, comercio exterior y consumo. Se trata de actividades y actores heterogéneos (de diferente tamaño, diversidad en la utilización de tecnologías, diversidad en cuanto a la racionalidad económica y a las estrategias, diversidad en cuanto a las funciones que cumplen a lo largo de la cadena agroproductiva).**

Los académicos de EE.UU. prefieren referirse al concepto de *Subsector*, el cual definen como el conjunto vertical de actividades en la producción y distribución de un conjunto cercano de productos o commodities (Schaffer, 1968). Staatz (1997) concluye que un *subsector* (circuito agroalimentario) puede ser visto como: a) un conjunto de actividades y actores; y b) las reglas y leyes que gobiernan todas esas actividades. Consecuentemente el enfoque analítico del *subsector* examina la forma en que los actores y las actividades de producción y distribución para un producto o grupo cercano de productos (*commodities*) están organizados en la economía. Se pregunta sobre cómo la productividad puede ser incrementada, bien sea a través del mejoramiento tecnológico o apropiadas instituciones (reglas de juego, políticas) para coordinar las diferentes fases de la producción y de la distribución.

Boehlje (1999) ha llamado la atención a los académicos y analistas de políticas sobre la necesidad de entender los cambios que se están produciendo en el sector agroalimentario. En primer lugar menciona el desarrollo de las cadenas productivas desde la genética (semillas-razas de animales) hasta el consumidor final. La consecuencia es que las diferentes fases por las que transita un producto desde su estado inicial hasta que llega al consumidor final se encuentran vinculadas por relaciones de mercado y por las que se establecen entre los agentes para generar una cadena de valor. Y esto obliga a un cambio en el enfoque sectorialista con el cual tradicionalmente se ha abordado el análisis económico del sector agrícola. En segundo lugar Boehlje (1999: 1029, 1040), destaca que la agricultura ha dejado de ser un sector que sólo produce bienes no diferenciados (*commodities*) y la tendencia actual es que la cadena de producción genera bienes diferenciados con atributos específicos para segmentos específicos del mercado. Para decirlo con las palabras del autor: ***"Farming is being transformed from growing stuff to manufacturing biologically based specific attribute raw materials...the implementation of biological manufacturing and process control technology throughout the entire chain, enabling this value chain to increasingly function as an assembly line that produces biologically based specific attribute raw materials for consumers/end users"***.

Boehlje (1999) concluye que la base conceptual que debe servir para analizar estas transformaciones estructurales es la cadena de valor, en tanto que este análisis permite incorporar el conjunto de procesos y actividades que crea atributos y productos que serán demandados por los consumidores finales (insumos, producción, procesamiento, comercialización).

B.- Factores determinantes de la competitividad (el diamante de Porter)

En esta investigación se define la competitividad de un circuito o cadena agro-productiva como la capacidad que tienen las empresas de ese circuito para mantener o aumentar posiciones en los mercados (nacionales e internacionales) y obtener beneficios positivos, sin excesiva protección del Estado en un contexto de preservación de los recursos naturales (sustentabilidad).

En su estudio sobre las ventajas competitivas de las naciones Porter (1990) concluyó que:

- Las empresas obtienen y sostienen sus ventajas competitivas a través del mejoramiento y la incorporación permanente de innovaciones. Esto debe ser un proceso que exige acciones e inversiones continuas. Los países triunfarán si sus circunstancias nacionales proporcionan un ambiente que estimule el mejoramiento y la innovación.
- Existen factores determinantes generales de la ventaja competitiva (competitividad), los cuales estimulan o limitan a las empresas nacionales. Estos factores determinantes conforman un ‘diamante nacional’ que se relaciona y refuerza internamente entre sus componentes.

Los componentes del “diamante de Porter” son los siguientes:

- 1. Condiciones de los factores.**
- 2. Condiciones de la demanda.**
- 3. Industrias relacionadas y de apoyo.**
- 4. Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas.**
- 5. Otros factores: el gobierno y los hechos fortuitos.**

1.- Condiciones de los factores: se refiere a la posición de la nación (o región) en factores de producción (tierra, recursos naturales en general, condiciones agroclimáticas, recursos humanos, infraestructura, servicios básicos, universidades, centros (programas) de investigación, capacitación y transferencia de tecnología, recursos de capital, etc.). Los factores pueden clasificarse en:

Factores básicos: son aquellos previamente heredados o creados con inversiones moderadas (recursos naturales, condiciones agroclimáticas, paisaje, mano de obra no calificada y semicalificada).

Factores avanzados: son aquellos desarrollados a partir de la inversión permanente y continua en capital humano y físico (recursos humanos altamente calificados, centros (programas) de investigación, capacitación, y transferencia de tecnología, infraestructura de alto nivel (telecomunicaciones, vialidad, servicios en general).

Otra forma de clasificar los factores:

Factores generalizados: son aquellos que son útiles para varias o la totalidad de actividades productivas y sectores económicos (autopistas, universidades, servicios públicos, etc.).

Factores especializados: son los que resultan importantes o vitales para una determinada industria o sector (centros de investigación, capacitación y transferencia de tecnología altamente especializados; producción de un insumo o materia prima no común, infraestructura especializada, sistemas de información o investigación de mercados, etc.).

- **Las ventajas competitivas requieren de factores de todo tipo que son necesarios, pero las industrias, sectores y actividades productivas que se sustentan en factores básicos y generalizados pueden ser fácilmente duplicadas y desplazadas del mercado por los nuevos competidores.**
- **Los factores básicos y generalizados pueden ser importantes en ramas de actividad que requieren poca tecnología (sector agrícola).**
- **Muchas veces la abundancia de factores básicos se confunde con riqueza y no estimula la creación de factores avanzados y especializados que son la fuente más importante de ventajas competitivas.**
- **Los factores creados (avanzados y especializados) son en la actualidad la principal fuente de ventaja competitiva. De allí que las naciones que invierten en la creación de factores son aquellas que mayor competitividad alcanzan.**

2.- Condiciones de la demanda: se refiere a la naturaleza y características de la demanda doméstica. Las naciones (regiones) pueden ganar ventajas competitivas derivadas del tamaño del mercado, las tendencias de la demanda y por sobre todo de la forma como las empresas perciben, interpretan y responden a las necesidades de los consumidores. Los elementos más importantes a tener en consideración sobre las condiciones de la demanda son los siguientes:

- **Composición y segmentos de la demanda:** las empresas tienen mayor probabilidad de lograr ventajas en aquellos segmentos de la demanda que representan una importante porción de la demanda en el mercado nacional (regional) pero que también representan una participación menor en otras naciones.
- **Anticipación a las necesidades de los consumidores:** capacidad de las empresas locales para anticiparse a la demanda, lo cual le da a las empresas una idea clara de las necesidades emergentes de los consumidores. nacionales y posiblemente en el extranjero.
- **Consumidores exigentes:** también las empresas pueden ganar en competitividad porque tienen clientes exigentes que le obligan a mejorar su desempeño y los productos a ofrecer en el mercado.
- **Tamaño y crecimiento de la demanda doméstica:** una demanda creciente y de gran tamaño podría estimular la obtención de economías de escala en el mercado doméstico

y perfeccionar sus productos. Contradictoriamente este factor podría servir de desestímulo en algunos casos para incursionar en otros mercados más exigentes. La saturación temprana del mercado nacional podría servir también de estímulo para exportar hacia otras regiones o países. Así mismo, un rápido crecimiento de la demanda doméstica podría estimular las inversiones en bienes de capital y la adopción de nuevas tecnologías.

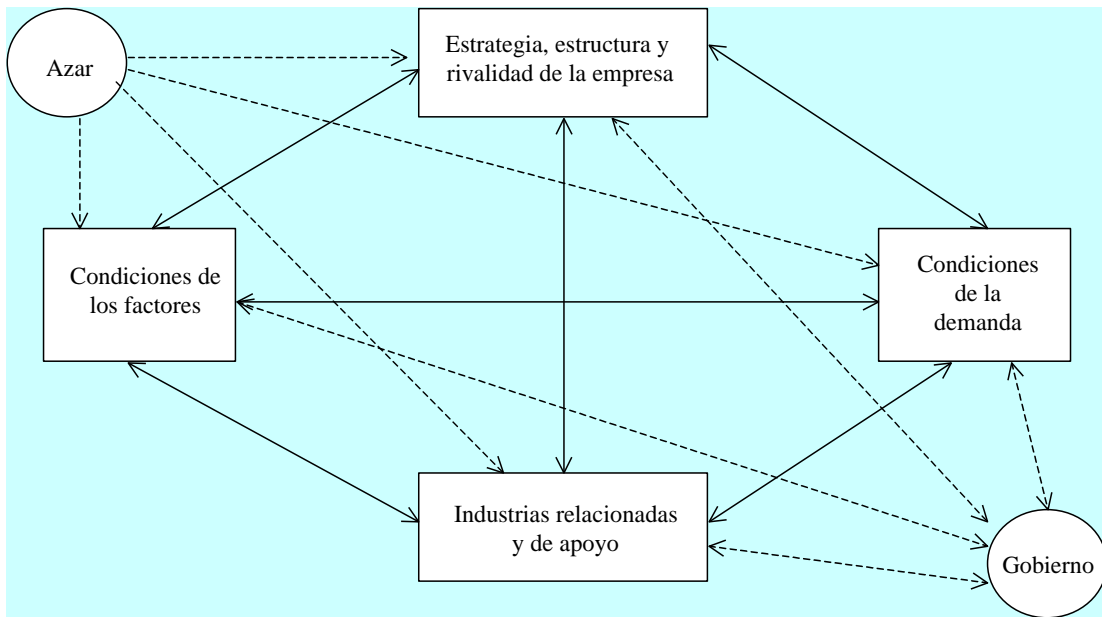
3.- Existencia de industrias relacionadas y de apoyo: la disponibilidad de eficientes proveedores de insumos, tecnología, servicios de asistencia técnica, compradores para los productos, eficientes servicios de transporte y comercialización, etc. genera sinergias, externalidades positivas e interacciones que potencian la competitividad de las empresas. Es por ello que el estímulo a la conformación de conglomerados o agrupamientos industriales (*clusters*) es importante.

4.- Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas: se refiere al entorno legal que facilita o desestimula creación de empresas y la competencia, las actitudes hacia la innovación y la competencia, la existencia de rivales que impulsen la creatividad, las inversiones y la innovación para posesionarse del mercado.

5.- El rol del Estado y del gobierno: crear las condiciones de estabilidad macroeconómica, las economías externas positivas y en general tratar de potenciar los elementos positivos del diamante nacional de la competitividad (diamante de Porter). En esta investigación se propone un rol para el gobierno (las políticas e intervenciones del sector público) que desborda lo propuesto originalmente por Porter (1990). Se asume que el Gobierno tiene un papel importante no sólo para conformar un ambiente macroeconómico y político de estímulo a las inversiones y a la competencia. Se propone que el sector público, para el caso de la cadena plátano debe jugar un rol muy activo, debido a las fallas de mercado existentes y a razones de equidad social. Para ello, más allá de sus funciones tradicionales (garantizar la estabilidad macroeconómica, garantizar los derechos de propiedad, la seguridad personal y jurídica, la provisión de servicios básicos de salud y educación) debe tener una presencia más activa en los mercados fomentando las actividades productivas, ordenando la comercialización, estimulando las exportaciones, construyendo externalidades positivas y ofertando bienes públicos y semipúblicos (vialidad, sistemas de riego, infraestructura de servicios básicos, telecomunicaciones, transferencia de tecnología e investigación básica), promoviendo la organización de los productores así como la conformación y articulación de los *clusters*, etc.

6.- Los hechos fortuitos: se desarrollan fuera del control de las empresas y generalmente también de los gobiernos nacionales. Un hecho fortuito favorable a la competitividad son los descubrimientos científicos por obra de la casualidad. Hechos fortuitos en contra de la competitividad son las guerras, los desastres naturales, las plagas y enfermedades.

Gráfico 2.1: Diamante de Porter



C.- La planificación Estratégica

Francés (2001: 28) define la estrategia en forma amplia como “...**definición de objetivos, acciones y recursos que orientan el desarrollo de una organización (una empresa)**”. En forma restringida, la estrategia es “...**el plan de acción para alcanzar los objetivos en presencia de incertidumbre**”. En este trabajo se presentan los objetivos y líneas estratégicas para la cadena agro-productiva plátano, a partir de los elementos que conforman el proceso de planificación estratégica². Con base en la información que se obtuvo, la cual se presenta en los capítulos subsiguientes se realizó el diagnóstico externo e interno de la cadena. El diagnóstico externo permite conocer las oportunidades y amenazas provenientes de los entornos nacional e internacional. Estas oportunidades y amenazas se derivan de tendencias y factores sociales, económicos, culturales, políticos, ambientales, etc. que podrían favorecer o afectar negativamente a la cadena en el futuro. Dichos factores externos están fuera del control de la organización (David, 1997: 9), es decir, de los actores de la cadena. La planificación estratégica recomienda a las organizaciones (en este caso a la cadena agro-productiva plátano) adoptar estrategias que permitan aprovechar oportunidades

y evadir las amenazas externas (David: 10). El diagnóstico interno se realizó a partir de la definición de las fortalezas (lo que hace bien actualmente) y las debilidades (lo que hace mal) de la cadena agro-productiva plátano. Las fortalezas y debilidades de la cadena pueden ser modificadas y orientadas hacia el logro de los grandes objetivos y de la visión a partir de las acciones y políticas que instrumenten los actores. La planificación estratégica recomienda a las organizaciones (en este caso a la cadena agro-productiva plátano) adoptar estrategias que permitan utilizar las fuerzas y superar las debilidades (David, 1997: 10) con miras al logro de la visión (imagen deseable y posible para la cadena).

El diagnóstico interno y externo sumado al análisis de los factores determinantes de competitividad (Diamante de Porter) permitió definir los grandes objetivos o visión de la cadena para el año 2015. La visión permitió tener una imagen deseable y posible de la cadena para el año horizonte (2015). A partir de la visión y con base en los diagnósticos interno (fortalezas y debilidades) y externo (oportunidades y amenazas) se enunciaron los lineamientos estratégicos para la cadena agro-productiva plátano.

III.- Breve revisión histórica del circuito (la cadena agroproductiva) plátano en Venezuela

No está muy claro el origen del plátano. Según Nava (1997) el plátano (*Musa Paradisiaca*, modernamente *Musa balbisiana*), cultivo permanente, es de origen asiático (Indonesia). Se afirma que desde esa región se dispersó hacia África y posteriormente a Europa. El denominado plátano dominico llegó a Brasil en 1516 procedente del África (Nueva Guinea) y de allí al resto de América. Para algunos historiadores de la alimentación, como Cartay (1992: 335-336): **“El plátano es probablemente originario de la región indomalaya, específicamente del área comprendida entre la Bahía de Bengala, la Península de Malaya y las cadenas montañosas del sur. De la India pasó a África oriental...Y del África oriental se difundió al resto de ese continente. Posiblemente los tipos de plátano introducidos a Canarias y luego a América, vinieron de Guinea, en África occidental. Las primeras cepas fueron traídas a América por Fray Tomás de Berlanga, posteriormente Obispo de Panamá, hacia 1516”**.

² Esta parte se basa en Francés (2001: 21-31) y David (1997: 8-15)

En Venezuela, las musáceas (entre ellas el plátano) han estado presentes desde la Colonia en el territorio nacional, específicamente en aquellas zonas con características agroecológicas aptas para el desarrollo del cultivo³. Su expansión junto con la del cambur (banano; *Musa sapientum*) se facilitó por el crecimiento de la superficie dedicada al café y al cacao. También en el sistema de producción “conuco” (agricultura de subsistencia) el plátano estuvo asociado a otros rubros como la yuca, el ocumo, los frijoles, la caña de azúcar y frutales (Echarri, 1982).

Ya en tiempos de la Colonia el plátano se había convertido en un alimento popular, o “pan” de menor jerarquía para la población trabajadora de las Haciendas. Según destaca el Diccionario de Historia de Venezuela (Fundación Polar, 1988: 102), para mediados del siglo XVIII el pan de plátano se comía “... **en forma de tajadas o de tostones, mantenimiento fundamental de los esclavos, tradicionalmente asociado a nuestra negritud, al que se atribuían propiedades favorecedoras de la pereza e indolencia**”.

En el siglo XX, con el acelerado proceso de urbanización y la expansión del mercado interno, causada por el auge de la explotación petrolera y la crisis del modelo agro-exportador basado en el café y el cacao, la producción de plátano aumentó para satisfacer las necesidades de una población que a un ritmo acelerado se trasladaba del campo a la ciudad. Su producción no sólo ha sido suficiente para abastecer la demanda interna sino que también ha sido un rubro tradicional de exportación, básicamente hacia algunas Islas del Caribe, Colombia y EE.UU.

El I Censo agrícola de 1937 reportó una superficie sembrada de 34.603 has. , y para 1971 la superficie cosechada se estimaba en 61.394 has. Con una producción estimada en 296.920 t., y rendimientos estimados en 4.678 Kg. /ha. El desarrollo de las vías de comunicación que permitió integrar el mercado nacional, así como la ejecución de obras de saneamiento ambiental y de drenaje de tierras permitió la expansión del cultivo, especialmente en la región al sur del Lago de Maracaibo (estados Zulia, Mérida, Táchira y Trujillo) y el estado Barinas, donde se localiza la mayor parte de la producción y de la

³ La excelente adaptación del plátano a nuestras condiciones agroecológicas, desde la época de la Colonia, se refleja fielmente en el siguiente pasaje del Diccionario de Historia de Venezuela (Fundación Polar , 1988: 102): “ **Andrés Bello, Alejandro de Humboldt y J. B. Boussingault coinciden con muchos funcionarios**

superficie sembrada. De otro lado, Caracas, Barquisimeto y Maracaibo se consolidaron y continúan siendo los grandes centros de comercio mayorista del rubro.

Ecarri (1982) da cuenta de la expansión del cultivo entre los años 1962-1980, período en el cual la producción de plátano se multiplicó por 2,5. Todo ello a pesar del leve decrecimiento de la superficie, lo cual se compensó con una mejora sustancial de los rendimientos. Estos aumentaron desde 3.845 Kg. /ha. en 1962 hasta los 8.800 Kg. /ha. en 1980. La expansión de la producción, debido fundamentalmente a la mejora de los rendimientos, evidencia que en medio de las circunstancias adversas que afectaron al cultivo (plagas, enfermedades, vientos huracanados, poco apoyo gubernamental y largos períodos de tipo de cambio sobrevaluado, que abarataba el precio de otros alimentos importados y le restaba competitividad a las exportaciones del rubro) se produjo una mejora en las prácticas agronómicas que incidieron en el incremento de la productividad de la superficie. Las estadísticas del año 2002 reportaron una superficie cosechada de 70.298 has., con un rendimiento de 11.305 Kg. /ha., para una producción total de aproximadamente 794.725 toneladas (t.). Dichos resultados reafirman una tendencia de largo plazo a aumentar la producción y a mejorar los rendimientos. Esto en medio de circunstancias difíciles derivadas de la presencia de nuevas enfermedades como la “sigatoca negra”, los vientos huracanados, y un entorno macroeconómico poco favorable, durante algunos períodos, para la expansión del cultivo.

IV.- Importancia del circuito plátano en la economía nacional

- Para los años 2001-2002, en promedio, desde el punto de vista del valor de la producción, el plátano representó el 22,3% del valor de la producción de frutas, el 4,6% del valor total de la producción agrícola vegetal y el 2% del valor total de la producción agrícola nacional.
- No se tiene información estadística sobre el valor de producción agroindustrial de los derivados del plátano ni del empleo que se genera. Se sabe de la existencia de plantas procesadoras en El Vigía (Estado Mérida), en La Grita (Estado Táchira) y en la región Capital, así como de una industria artesanal, mayormente informal que

coloniales en advertir que siendo el plátano un cultivo extremadamente fácil, fomentaba la flojera siendo por ende enemigo del progreso y de la civilización ”

produce tostones, conservas y hojuelas, con o sin marca registrada, esparcida a lo largo y ancho del país. En los últimos años se ha observado un aumento del consumo de productos agroindustriales y artesanales tales como hojuelas en versiones verde y madura, conservas y dulces, tostones para negocios de comida rápida y restaurantes, harinas y otros. Actualmente, existen experiencias concretas y planes para utilizar parte de la planta para la elaboración de alimentos para animales y ampliar la oferta de derivados del plátano para consumo humano⁴ (ver Proyecto PROINPLAT en región del Sur del lago de Maracaibo). El desarrollo de la agroindustria del plátano representa un eslabón de la cadena agroproductiva que debe ser estimulado para responder a las expectativas de los consumidores y expandir la demanda interna y externa del producto a la par que se incrementa el valor agregado y la competitividad del circuito.

- En promedio, para los años 2001-2002, el plátano cubría el 35,4% de la superficie de frutales, convirtiéndose en el rubro de mayor importancia en superficie cosechada en el grupo de frutas.
- Ha sido un rubro de exportación, con valores que han oscilado desde US\$ 1 millón en 1975 hasta valores cercanos, en algunos años, a los US\$ 20 millones. La persistencia de las exportaciones, aún en épocas difíciles, y en un mercado internacional que se ha tornado más competido, refleja el alto potencial que tiene el plátano para que con una política adecuada y concertada entre el sector público y el privado pueda consolidarse como un rubro de mayor importancia relativa y absoluta en nuestras exportaciones agroalimentarias. Debe destacarse también, que debido a la calidad del plátano venezolano, éste rubro recibe un “*premium*” en los precios a los cuales se cotiza en el mercado de EE.UU. (Corporación Colombia Internacional, 2000). Igualmente debe destacarse, que en la última década del siglo pasado se realizaron exportaciones de productos agroindustriales del plátano (principalmente hojuelas y plátano congelado), lo que demuestra el potencial existente para exportar productos con mayor valor agregado que el tradicional plátano verde fresco.

⁴ Ver Proyecto PROINPLAT en la región del Sur del lago de Maracaibo promovido por el Sr. Emilio Gutiérrez, con financiamiento aprobado por el Gobierno Nacional y CORPOZULIA. En este proyecto

- El plátano es un alimento que tiene buenas características nutricionales. Es un importante aportador de energía alimentaria, hierro, vitamina C, calcio, tiamina, niacina y otros nutrientes. Es un alimento que forma parte de la dieta diaria del venezolano, sobre todo de los estratos sociales de menores ingresos, lo que lo ha consolidado en los últimos años (2000-2001) como el décimo alimento aportador de energía alimentaria (calorías) en la disponibilidad para consumo humano (DCH), aproximadamente el 3,2% de los requerimientos diarios de energía alimentaria (ver Instituto Nacional de Nutrición –Universidad de Los Andes , Hojas de Balance de alimentos 2000 y 2001; ver también esta información en: www.saber.ula/ciaal/estadisticas).

V.- Las tendencias recientes del mercado mundial del plátano⁵

A.- La producción

Durante el lapso 1990-91/2001-02 la producción mundial de plátano se expandió a un ritmo promedio anual del 1,43. Para los años 2001-2002, el 62,94% de la producción se concentraba en cinco países, con Uganda como principal productor mundial (32,12%). Le seguían en orden de importancia Colombia (9,57%), Ghana (7,12%), Nigeria (6,64%) y Rwanda (7,48%). Para esos mismos años, Venezuela se ubicaba en el duodécimo lugar (12) y contribuía con el 2,01% al total de la producción mundial. Durante ese período Venezuela disminuyó levemente su aporte relativo al pasar del 2,03% al 2,01%

Los rendimientos promedio han aumentado ligeramente al pasar de 6.043 (Kg. /ha.) en 1990-1991 a 6.245 Kg. /ha en 2001-2002. Para este mismo período Guatemala, El Salvador, Belice, Martinica y Honduras eran los países de mayores rendimientos, aún cuando no se encuentran entre los mayores productores y/o exportadores, exceptuando a Guatemala. Este país para el año 2002 se encontraba dentro de los primeros tres países exportadores. Venezuela tiene rendimientos superiores al promedio mundial (12.016 Kg. /ha.) pero inferiores a los presentados por los países mencionados inicialmente.

participan como accionistas algunas cooperativas de productores.

⁵Un análisis más detallado y actualizado sobre el mercado mundial de plátano se encuentra en Gutiérrez (2004). Las estadísticas utilizadas en esta sección tienen como fuente a la FAO (FAOSTAT) por lo que algunos de los datos no son coincidentes con las cifras nacionales aportadas por el Ministerio de Agricultura y Tierras de Venezuela (antes Ministerio de Agricultura y Cría y Ministerio de Producción y Comercio).

B.- Las exportaciones y las importaciones

El plátano es un producto que se consume fundamentalmente en el mercado interno, aproximadamente sólo el 1% de la producción se exporta. El comercio internacional del rubro es mayormente de plátano verde, aunque se observa una tendencia creciente, a la par de los cambios en los gustos de los consumidores, de los productos derivados del plátano con mayor nivel de procesamiento (hojuelas, harinas, conservas y otros productos).

Los mercados de destino tienen normas de calidad, de empaque y fitosanitarias que deben ser cumplidas por los exportadores. Estas normas incluyen el cumplimiento de requisitos de tamaño (pequeño menor a 5,5 pulgadas; mediano entre 5,55 y 8 pulgadas y grande mayor a 8 pulgadas), forma, grado de madurez y empaque. El grado de madurez se establece con el color del fruto (verde, verde-amarillo y amarillo intenso). El producto se empaca en cajas de cartón de 25 Kg. distribuidas en manos o en dedos, con una temperatura óptima de almacenamiento de 13°C. En EE.UU. el plátano está sujeto a normas sanitarias similares a la del banano. (Corporación Colombia Internacional, junio 2000).

Durante el lapso 1990-1991/2001-2002, las exportaciones mundiales aumentaron desde 150.961 t. a 457.263 t., lo cual significó una tasa media de crecimiento anual del 10,6%. Si se analiza el valor de las exportaciones, éstas aumentaron durante el mismo lapso desde US\$ 32.307 millones a US\$ 136.248,50 millones, para un crecimiento promedio anual del 13,98%. Dichos resultados muestran que las exportaciones aumentaron, durante el período bajo análisis, a un ritmo promedio anual superior al de la producción (1,0%). Es decir, estamos en presencia de una expansión del comercio y del mercado internacional del producto, lo que obviamente genera oportunidades para los países exportadores, entre ellos Venezuela.

Para el año 2002, los principales países exportadores y su contribución a las exportaciones totales mundiales eran Ecuador (30,51%), Colombia (26,31%); Guatemala (16,88%), Francia (6,93%) y Bélgica (6,18%). En síntesis, los primeros cinco exportadores concentraban más del 80%. Venezuela ha figurado tradicionalmente entre los primeros diez exportadores de plátano. Para el año 2002 era el décimo exportador con una contribución del 0,96% al total mundial exportado. Dicha posición contrasta con la que ostentaba en el año 1991, cuando era el segundo exportador mundial de plátano, con una cuota de mercado

del 26,14%. Obviamente, este resultado refleja la pérdida de competitividad del país en un mercado mundial que se encuentra en expansión.

Las importaciones han reflejado un dinamismo que confirma la tendencia a crecer del mercado mundial. Para el lapso 1990-1991/2001-2002, las importaciones crecieron desde 197.715,50 t. hasta 429.737,50 t. Para un promedio anual de crecimiento del 7,31%. En términos de valor, para el período 1990-91/2001-2002, éste aumentó desde US\$ 64.644 millones a US \$ 164.496,50 millones para una expansión promedio anual del 8,86%.

Para el año 2002 los cinco principales países importadores en tonelaje eran EE.UU. con el 54,26%, y le seguían en orden de importancia El Salvador (10,14%), Colombia (10,10%), Francia (6,54%) y Bélgica (5,07%). En total, los cinco principales países importadores concentran el 86,11% de las importaciones del rubro (en tonelaje).

Como se desprende de la información anterior, los principales mercados de destino del plátano son EE.UU. y Europa, donde la población de origen Latino y de África son los principales demandantes del rubro y sus derivados. Colombia se ha convertido en el principal proveedor del producto, tanto en los mercados de EE.UU. como de Europa. Los precios del producto en los mercados europeos presentan alta volatilidad con valores que oscilan entre los 0,7 y 1,4 US\$/Kg. En el mercado norteamericano, dada la cercanía geográfica de países exportadores como Colombia, Venezuela, Ecuador y Costa Rica los precios son menores, oscilando, de acuerdo con la calidad entre 0,50 - 0,80 US\$/Kg. (Corporación Colombia Internacional, junio 2000).

C.- El Consumo Mundial de Plátano

Entre 1991 y 2002, el consumo per cápita mundial de plátano se mantuvo prácticamente constante 3,3 Kg. /hab. 1991 y 3,4 Kg. /hab. en 2002. África (25,3 Kg. /hab.), Centro América (13,3 Kg. hab.) y los países miembros de la asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) con 12,8 Kg. /hab. constituían las regiones del mundo con mayor consumo per cápita. Los cinco primeros países en consumo per cápita (Kg. /hab.) son africanos Uganda (183,5); Ruanda (156,2); Gabón (128,6); Ghana (100,2) y Cote d'Ivoire (69,4). Para el año 2002 En América Latina los principales países consumidores en Kg. /hab. son: Colombia (51,5), Cuba (36,7), Perú (33,7), Ecuador (32,5) y Honduras (30,8).

VI.- El entorno macroeconómico y las políticas sectoriales con impactos sobre el circuito⁶

En 1989, en medio de una profunda crisis económica, Venezuela inició un programa de estabilización y ajuste estructural bajo la estricta supervisión del Fondo Monetario Internacional y de la banca multilateral (Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo). Ese programa de estabilización y de reformas fue necesario para enfrentar los profundos desequilibrios macroeconómicos que enfrentaba el país, luego del fracaso del ajuste de carácter heterodoxo iniciado en 1983. Dicho ajuste se caracterizó por los controles del tipo de cambio, de las tasas de interés, del comercio exterior, de los salarios y de fuerte intervención gubernamental en los mercados. Durante el período previo al ajuste de 1989, se protegió la producción agrícola a través de restricciones cuantitativas a las importaciones y el sector recibió un fuerte apoyo gubernamental vía subsidios al crédito agrícola, a insumos (fertilizantes, alimentos concentrados) e inversión pública.

En 1989 el entorno macroeconómico nacional cambió radicalmente. Las políticas generales promovieron la liberación de los mercados (cambiario, financiero, y de bienes y servicios), apertura y liberación del comercio exterior, estímulos a las inversiones extranjeras, reforma fiscal, reforma financiera, inicio de un programa de privatización y redefinición del rol del Estado en el proceso económico.

Teniendo como marco de referencia el nuevo entorno macroeconómico, las políticas agrícolas se modificaron radicalmente. Estas respondieron a las clásicas recetas que caracterizan los programas de ajuste estructural. Entre ellas se destaca la disminución del gasto público y del apoyo gubernamental (reducción y gradual eliminación de subsidios a los fertilizantes, eliminación del subsidio a los alimentos concentrados, reducción del subsidio al crédito, etc.). La reducción del gasto público agrícola durante el período en estudio fue significativa. Así, el promedio anual del gasto público agrícola de la administración central para el lapso 1989-1993, medido a precios constantes de 1984, fue de 4.089 millones de Bs., lo que representó una disminución del 36% con respecto al promedio anual de esa variable para el período 1984-1988 (6.414 millones de Bs. a precios de 1984). La merma del gasto público agrícola se dio en términos absolutos y relativos, en

un momento en el cual se requería de un fuerte apoyo estatal para inducir y acelerar el proceso de reconversión y cambio estructural de la producción, que estaba siendo sometida a una mayor competencia externa. Junto con la reducción de subsidios y de la protección se adelantaron programas de reformas y/o eliminación de organismos públicos agrícolas.

Además de la reducción del apoyo gubernamental se instrumentó una reforma que liberaba el comercio exterior y sometía la producción nacional a una mayor competencia (la denominada reforma comercial agrícola). Los aranceles a las importaciones disminuyeron sustancialmente y las restricciones cuantitativas a las importaciones se eliminaron progresivamente. En el campo de las exportaciones el objetivo era el de estimularlas, eliminando las prohibiciones, facilitando los trámites administrativos y fomentando la captación de nuevos mercados. Para las exportaciones agrícolas (productos no procesados) se fijó un subsidio (bono de exportación del 10% del valor exportado).

La nueva política comercial se reforzó con dos factores adicionales. En primer lugar, los compromisos que asumió el país en diferentes acuerdos de integración económica (Comunidad Andina de Naciones, Grupo de los Tres, Acuerdos de libre comercio con Chile, y otros acuerdos de comercio preferencial con países del Caribe, Centroamérica y socios del MERCOSUR). Dichos compromisos obligaban a una liberación total o parcial de los intercambios comerciales. En segundo lugar, Venezuela suscribió los acuerdos de la Ronda Uruguay (1994) y es miembro de la nueva Organización Mundial de Comercio (OMC) desde 1995, lo que la obliga a cumplir con ciertas reglas del juego global en materia de comercio, inversiones y propiedad intelectual.

De particular interés para el circuito plátano, por cuanto liberó el intercambio con Colombia, fue el establecimiento de una zona de libre comercio desde 1992 y desde 1993 para los países miembros de la ahora llamada Comunidad Andina de Naciones (CAN). Esta decisión se vio fortalecida con la conversión en 1995 del grupo andino en una Unión Aduanera para la cual además de la zona de libre comercio se fijó un arancel externo común. En todo caso, la liberación del intercambio comercial con Colombia abrió la posibilidad de exportar pero también creó la posibilidad de que el producto se importara desde ese país, lo que se ha dado en poca cuantía, al menos coyunturalmente, cuando la

⁶ En este capítulo se presentará de manera resumida las principales políticas macroeconómicas y sectoriales que han impactado el circuito plátano desde 1989.

fuerte apreciación del bolívar frente al peso colombiano hace rentable traer el producto desde el vecino país.

La disminución de los subsidios, el apoyo gubernamental y los niveles de protección en la frontera se reflejaron en una caída de la rentabilidad general del negocio agrícola. Los precios reales recibidos por los productores agrícolas, que durante el período 1984-1988 habían crecido a una tasa media anual del 0,3%, durante el lapso 1988-1993 presentaron una tasa de crecimiento negativa del 1,2%. Durante el período 1987-1988/1992-1993 el PIBA se estancó y apenas logró crecer al 0,2% como promedio anual, por debajo del crecimiento poblacional (más del 2% por año). En consecuencia, el PIBA per cápita (PIBAPC) disminuyó a una tasa promedio del 2,2%. Tales resultados estuvieron por debajo del crecimiento del PIB (3,1%) y el PIBNP (2,5%) durante el mismo período. El comportamiento negativo de la agricultura tuvo mucho que ver con la caída y/o eliminación de subsidios al crédito y a los insumos, los menores montos del gasto público y de la inversión agrícola, la disminución de los niveles de protección en la frontera y la consecuente disminución de los precios reales recibidos por los agricultores. La ilusión del denominado “milagro agrícola” del período 1984-1998 rápidamente se desvaneció al disminuir el apoyo del Estado y la protección en la frontera.

Los efectos del ajuste estructural deben ser diferenciados. El impacto negativo se dejó sentir con mayor intensidad sobre aquellos rubros que gozaban de mayores niveles de protección y que presentaban menores posibilidades de desarrollar ventajas competitivas, por su poca adaptación a las características agroclimáticas del país, escaso desarrollo tecnológico, o porque no lograron desarrollar ventajas competitivas en otros eslabones de la cadena agroalimentaria (organización, transporte, mercadeo, infraestructura industrial, etc.). Entre los rubros más afectados, con tendencia a disminuir la producción durante la vigencia del ajuste de corte “ortodoxo”, se encuentran: maíz, sorgo, girasol, caraota (frijoles negros), maní, caña de azúcar, carne de porcino y leche. Entre los que respondieron positivamente y se adaptaron a las nuevas condiciones, arroz, cambur (banano), plátano, cacao, tomate, frijol, palma africana, el subsector agrícola pesquero, carne de aves y la ganadería bovina de doble propósito.

Durante el lapso 1994-1998, la economía venezolana continuó su inestabilidad y sufrió las consecuencias de una fuerte crisis de su sistema financiero en 1994. En el

contexto de un entorno macroeconómico caracterizado por la inestabilidad y la inexistencia de una clara visión estratégica sobre las políticas a adoptar para enfrentar el reto de la apertura y de la globalización, la agricultura venezolana continuó sin encontrar la senda del crecimiento sostenido. A pesar de que las políticas públicas brindaron mayor protección en la frontera a la producción nacional, mediante algunas intervenciones que pretendían revertir los avances en la liberación del comercio exterior agrícola, la poca atención del Estado, vía gasto e inversión pública agrícola nuevamente se hizo presente⁷. El promedio anual del gasto público agrícola de la administración central, a precios constantes de 1984, para el período 1994-1998 fue de 2.383 millones de Bs. Esto representó una caída del 41,7% con respecto al promedio de la misma variable para el período 1989-1993. La dramática reducción del gasto agrícola y la poca capacidad del Estado para compensar a los perdedores y liderar el proceso de reestructuración productiva, constituyen dos fuentes de ilegitimidad política de las reformas económicas.

Una importante variable que influyó en los resultados del sector agrícola durante este período (y hasta principios del año 2002), fue la deliberada política cambiaria destinada a utilizar el “anclaje” del tipo de cambio nominal para evitar el crecimiento de la tasa de inflación. Ello se tradujo en una fuerte apreciación del tipo de cambio real con su consecuente efecto estimulador de importaciones y desestimulador de las exportaciones no petroleras. Sin embargo, la política comercial de mayor protección a la producción nacional (mediante fijación de precios mínimos, retardos administrativos en la entrega de permisos sanitarios para importar y contingentamiento de importaciones para algunos rubros) que la que se instrumentó entre 1990 y 1993, sirvió para aminorar el efecto negativo sobre los precios de la política de apreciación del tipo de cambio real y de declinación de precios reales de “commodities “ que compiten con la producción nacional.

En consecuencia, los precios reales recibidos por los productores agrícolas crecieron, entre 1993 y 1998 a una tasa media anual del 0,6%. Así, Quiroz (1999) concluyó que entre 1995 y 1997 se consolidó una nueva estructura de precios relativos y protecciones, sobre todo en arroz, maíz y papa, en los cuales la política comercial de mayor protección permitió un alza de los precios reales recibidos por los productores.

⁷ Todo ello a pesar de algunas intervenciones destinadas a reactivar el sector agrícola, entre las que se puede mencionar la Ley de refinanciamiento de la deuda agrícola y las fijaciones de precios agrícola con intervención del gobierno para varios rubros agrícolas (entre otros maíz, sorgo, arroz, leche, azúcar y café).

En ese lapso es digno de mencionar, que posteriormente a los intentos por regresar a políticas de mercado corte proteccionista, se eliminó la tasa de interés preferencial y la cartera mínima obligatoria para créditos al sector agrícola. También se eliminó los controles de precio al nivel del consumidor a la par que se reforzaba la decisión de continuar con lo establecido en la reforma comercial agrícola de 1990 y con el cumplimiento de compromisos asumidos en el marco de la OMC y de los acuerdos de integración económica. Un hito importante fue el inicio del programa de extensión agrícola, en 1996, con financiamiento del Banco Mundial y coordinado por la Fundación CIARA.

A manera de síntesis, puede afirmarse que a pesar de la mejoría de los precios reales recibidos por los productores y de la reversión parcial de la política de liberación del comercio exterior agroalimentario instrumentada entre 1990 y 1993, el lapso 1992-93-1997-98 también se caracterizó por la mengua del PIBAPC, en este caso la declinación tuvo un ritmo promedio anual del 1,2%. Obsérvese que en los dos últimos períodos analizados el PIBAPC presentó, como ya se dijo, un crecimiento negativo de mayor proporción que el PIBPC, lo que refleja el rezago de la agricultura en relación al resto de las actividades económicas. La situación antes descrita evidenciaba que, en términos generales, la agricultura venezolana no se adaptó a un ambiente de menor protección y apoyo gubernamental. Esto es particularmente cierto para aquellos rubros con serios problemas de competitividad (maíz blanco, sorgo, caña de azúcar, oleaginosas de ciclo corto, caraota, carne de porcino y leche). No obstante, para 1998, se había producido importantes transformaciones estructurales en el sector agrícola venezolano, entre las cuales vale la pena destacar las siguientes:

1. Aumentos en la producción en rubros en los cuales el país tiene ventajas comparativas y competitivas (arroz, frutas tropicales, banano y plátanos, hortalizas, palma africana, cacao, café, ganado bovino, productos de la pesca)⁸. Dichos

⁸ Durante el período de ajustes (1988-1998) los siguientes rubros presentaron importantes tasas de crecimiento promedio anual (superiores al crecimiento poblacional que fue del 2,3%): arroz (6,2%), palma aceitera (24,8%), raíces y tubérculos (2,9%), melón (8,2%), lechosa (7,5%), hortalizas en general (5,1%), yuca (4,1%), cacao (2,4%), carne de aves (4,9%), Atún (4,9%), sardinas (9,9%). Otros rubros como café, plátano, cambur y frutas tropicales, zábila, flores y otros se encontraban en fase de recuperación o ejecutando proyectos con fines de exportación para así poder expresar las ventajas comparativas y competitivas que posee el país. Estos rubros representan una fortaleza para el país y deberían ser tenidos en cuenta en una estrategia para fortalecer la competitividad de la agricultura nacional. Entre los rubros de mayor importancia que presentaron tasas promedio anual de crecimiento negativo de la producción entre 1988 y

resultados muestran que la crisis de la agricultura venezolana no es generalizada sino que se encuentra concentrada en los rubros para los cuales el país no tiene ventajas comparativas y no ha logrado construir ventajas competitivas. Tal tendencia está en correspondencia con el cambio de estructura económica, desde un modelo de capitalismo rentístico a uno donde los excedentes para impulsar el crecimiento deben crearse internamente, y en el cual la ganancia permanente de competitividad es la única garantía para mantener o aumentar cuotas de mercados. En consecuencia, se está produciendo una reestructuración de la producción, en la cual tiende a disminuir la superficie sembrada, la producción y la asignación de recursos para rubros cuyas cadenas agroalimentarias sean incapaces de competir bien sea en los mercados nacionales o foráneos.

2. Hubo un mejoramiento en los rendimientos de casi todos los rubros del subsector agrícola vegetal, resultado de la necesidad de mejorar la eficiencia productiva con miras a lograr mejores niveles de competitividad. La liberación del comercio exterior y el menor apoyo gubernamental vía subsidios obligó a racionalizar el uso de la tierra y de los insumos. Se retiró de la producción tierras marginales que no garantizaban rendimientos aceptables para alcanzar una adecuada rentabilidad⁹. Así, mientras en el lapso 1984-1988 el valor de la producción agrícola vegetal/ha. cosechada había mostrado una ligera tendencia a disminuir, durante el período 1988-1998 aumentó al ritmo promedio anual del 3,8%.
3. También se ha observado un uso más racional de los insumos, particularmente de los fertilizantes y otros agroquímicos. La eliminación de los subsidios ha obligado a disminuir el uso de los fertilizantes y evitar su desperdicio. Durante el período 1988-1993, debido a la eliminación gradual del subsidio a los fertilizantes, su precio real aumentó a una tasa media anual del 28,6 %. La respuesta de los productores agrícolas a dicho aumento fue la reducción de las cantidades utilizadas tanto en

1998 se encuentran: sorgo (-5,8%), maíz (-2,6%), caraota (-5,7%), textiles y oleaginosas (-7,7%, excluye a palma africana), café (-0,7%), caña de azúcar (-0,8%), leche (-1,7%), huevos de consumo (-0,2%).

⁹ Según información del Ministerio de Agricultura y Cría, la superficie agrícola cosechada pasó de 2.333.693 has. en 1988 a 1.681.107 has. en 1993. Para 1998, la superficie agrícola cosechada se había alcanzado a 1.605.329.has. En total, entre 1988 y 1998 se redujo la superficie cosechada en 31,4%. Las reducciones más drásticas en superficie cosechada entre 1988 y 1998 se dieron en: sorgo (53,4%), maíz (44,7%), caraota (63,1%); textiles y oleaginosas (60,7%, excluye la superficie de palma aceitera), café (25,5%), caña de azúcar (6,1%).

términos absolutos como relativos. Así, a pesar de la disminución de la superficie cosechada, la cantidad de fertilizantes utilizada por ha. cosechada pasó de 1.580 (cientos de gramos de nutrientes por ha. de tierra arable) en 1987-1988 a 1.058 (cientos de gramos de nutrientes por ha, de tierra arable) en 1997-98 (World Bank Development Indicators). Pudiera decirse que ante el aumento de los precios de los insumos se dio un cambio de actitud por parte de los productores. Obsérvese también que a pesar de la disminución del uso de fertilizantes por unidad de superficie, los rendimientos no mermaron. Ello pudiera interpretarse como un uso más productivo de este importante insumo.

4. Se dio un crecimiento sostenido de las exportaciones agroalimentarias, las cuales se han diversificado en cuanto a los bienes exportados y en los mercados de destino. Mientras en 1988 las exportaciones agroalimentarias apenas alcanzaban a los US\$ 89 millones, para 1998 dicho monto fue de US\$ 653 millones, es decir entre 1988 y 1998 las exportaciones agroalimentarias crecieron a la tasa media anual del 22,1%. Ese es un resultado cuya importancia se acrecienta si se compara con el desempeño exportador de bienes agroalimentarios para América Latina durante el lapso 1990-1997, cuyo ritmo promedio de incremento anual fue de 12,7%. La disminución de las trabas para exportar producto de la reforma comercial agrícola de 1990, la mejora de la eficiencia productiva y distributiva de algunas cadenas agroalimentarias, el aumento gradual del número de empresas con visión y compromiso de largo plazo para exportar y el fortalecimiento de los acuerdos de integración regional que facilitan el acceso a mercados explican el aumento de las exportaciones agroalimentarias. En todo caso el incremento de éstas no puede explicarse por la política cambiaria, la cual ha sido inestable, con marcada tendencia a apreciar el tipo de cambio real.

Cuadro 6.1 Venezuela: Tasas medias de crecimiento de la producción (%)

	1987-88/1992-93	1992-93/1997-98	1997-98/2001-02
PIB	3.1	1.6	-1.2
PIBNP	2.5	1.0	-1.7
PIBPC	0.7	-0.6	-3.0
PIBA	0.2	0.9	0.6
PIBAPC	-2.2	-1.2	-1.4

Fuentes: Banco Central de Venezuela y Cálculos propios.

**PIB= PRODUCTO INTERNO BRUTO; PIBPC= PIB PER CÁPITA; PIBNP= PIB NO PETROLERO
PIBA = PIB AGRÍCOLA; PIBAPC= PIBA PER CÁPITA**

A partir de 1999 los aspectos más relevantes de las políticas generales y sectoriales, con incidencia sobre el circuito plátano son de manera breve los siguientes:

1. La mejora de los precios del petróleo y la política de crecimiento del endeudamiento público interno permitió un incremento del gasto público y del gasto sectorial agrícola (especialmente en los años 2000 y 2001). Esta expansión del gasto público se hizo insostenible y ya para el año 2002 se esperaba una fuerte contracción del mismo en términos reales, por lo que los programas y políticas sectoriales se han visto limitadas. Particularmente es notorio la paralización del programa de extensión agrícola. En todo caso, es importante destacar que la política de expansión del gasto público, sin que paralelamente se incrementaran las fuentes de ingresos fiscales no petroleros, influyeron para que en el 2002 se instrumentara un programa de ajustes al gasto público que agudizó la recesión y la caída del PIB.
2. En el área fiscal, el gobierno que se inició en 1999 mantuvo la exención al pago de impuesto sobre la renta a los enriquecimientos provenientes de las actividades agrícolas primarias.
3. La política de apreciación del tipo de cambio real, para frenar el crecimiento de las tasas de inflación. Según las estimaciones de la CEPAL (www.eclac.org/), entre 1996 y el año 2001 el bolívar se apreció en términos reales frente al dólar en 43%. Dicha política colapsó en el año 2002, pero entre 1999 y 2001 estimuló fuertemente las importaciones mientras que afectó negativamente las exportaciones no petroleras (entre ellas las agroalimentarias). En el 2002, al colapsar la política económica, se produjo una fuerte depreciación del tipo de cambio nominal y real que permitió corregir con creces, al menos temporalmente, la apreciación del tipo de cambio real que se había acumulado desde finales de 1996. Esto evidentemente, permitirá, al menos coyunturalmente, recuperar parte de la competitividad para las exportaciones no petroleras (entre ellas el plátano) y para aquellos bienes de producción nacional que son sustitutos de importaciones.
4. Desde enero de 2003 se ha instrumentado un fuerte control de cambios que obliga a los exportadores a cambiar las divisas obtenidas al tipo de cambio oficial (1.596

Bs./US\$, posteriormente 1.920 Bs./US\$), por debajo del que prevalece en el mercado paralelo ilegal (mercado negro) el cual ha oscilado entre 2.600-3.000 Bs./US\$. Los exportadores y productores agrícolas también han enfrentado problemas para abastecerse de insumos agrícolas importados lo que junto con las restricciones cambiarias puede repercutir negativamente en la producción y exportación del plátano y derivados. De hecho lo que está sucediendo es que nuevamente, pequeños camioneros-comerciantes están realizando exportaciones de plátano hacia Colombia (Cúcuta, Bucaramanga y otras ciudades) por cuya venta reciben un precio pagado en pesos que pueden cambiarse por bolívares (incorporando implícitamente el tipo de cambio del mercado negro o paralelo del dólar). Esto se convierte en un estímulo para las exportaciones legales e ilegales hacia el vecino país.

5. Desde el punto de vista de la política comercial, la tendencia ha sido más proteccionista, en tanto que se han introducido y aumentado, con respecto a la situación prevaleciente en 1998, las restricciones cuantitativas y administrativas a las importaciones. En la actualidad existen restricciones cuantitativas (licencias de importación) para las importaciones de maíz blanco, maíz amarillo, trigo, oleaginosas, azúcar, leche y la discrecionalidad sobre la normativa para importar bienes agroalimentarios ha aumentado. Ello se ha traducido en fuertes reclamos de algunos de los principales socios comerciales de Venezuela (Colombia, EE.UU., Nueva Zelanda, Chile, Argentina y otros). Además, Venezuela ha mantenido una posición de obstaculizar los avances en materia de integración económica comercial. Particularmente importante ha sido su rechazo al Acuerdo de Libre Comercio de las Américas (ALCA), aunque participa en las negociaciones en bloque como miembro de la Comunidad Andina de Naciones (CAN). El establecimiento del control de cambios en el año 2003, lo que ha generado es una profundización de la política comercial proteccionista, desconocedora de los acuerdos suscritos por el país en la Organización Mundial de Comercio (OMC), la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y otros bloques de comercio preferencial en los cuales participa el país.

6. La política sectorial se ha manifestado en medidas que tratan de elevar el apoyo del Estado a la actividad agrícola. Entre las leyes más relevantes deben mencionarse la Ley de Financiamiento agrícola, la Ley de Cooperativas, la Ley de Tierras y Desarrollo Agrario, la Ley de Zonas Especiales de Desarrollo. La Ley de Tierras ha sido una de las más controversiales, en tanto que ha profundizado la inseguridad de la tenencia y creado incertidumbre sobre los derechos de propiedad, incluso de aquellos pequeños productores que se encuentran en asentamientos campesinos o son sujetos de reforma agraria. Dicha Ley, para el momento de escribir este trabajo se encuentra en revisión en la Asamblea Nacional para introducirle reformas sustanciales. Una de las áreas en que el gobierno ha mostrado poca consistencia ha sido con la reforma institucional del antiguo Ministerio de Agricultura y Cría, el cual inicialmente fue incluido en el nuevo macro ministerio de la producción y el comercio para luego, finalmente en el año 2002, retornar a un Ministerio (sectorial) de Agricultura y Tierras.
7. Aunque la política cambiaria le ha restado competitividad a la producción agrícola de bienes transables, la política monetaria y la legislación ha permitido que el sector agrícola pague tasas de interés por debajo de las prevalecientes en el mercado, lo que significa un subsidio al crédito, o al menos para aquellos productores que logran tener acceso al mismo. En términos gruesos, la tasa real de interés que pagan las actividades agrícolas por el financiamiento de la banca comercial ha estado en el orden del 50-60% de la tasa de interés real activa que cobra la banca para otras actividades (Gutiérrez, 2002).
8. Debe señalarse que el entorno político y social se ha deteriorado y ha estado caracterizado por una fuerte conflictividad social e inestabilidad política, con consecuencias negativas sobre la calificación del riesgo país de Venezuela. Esto hace mucho más difícil la consecución de financiamiento externo para solventar las urgencias fiscales del gobierno. La consecuencia ha sido la de mayores presiones sobre la tasa de inflación y el tipo de cambio.
9. En síntesis, durante los últimos años se ha agudizado la volatilidad de la economía venezolana y la tendencia declinante del PIB. Tal y como se muestra en el cuadro durante el lapso 1997-98/2000-2002 el PIB y el PIBPC decrecieron a las tasas

medias anuales del $-1,2\%$ y de $-3,0\%$ respectivamente. De otro lado, para el mismo periodo aunque el PIB agrícola (PIBA) logró crecer al ritmo promedio anual del $0,6\%$, este resultado fue insuficiente para compensar el crecimiento poblacional, y en consecuencia, el PIBA per cápita (PIBAPC) declinó a la tasa media anual del $1,4\%$.

10. Entre los principales productos que presentaron una tasa media de crecimiento negativa durante el lapso 1998-2002 estuvieron: arroz ($-1,5\%$); caraotas ($-16,6\%$); ajonjolí ($-36,6\%$); algodón ($-22,9\%$), papas ($-2,6\%$); mango ($-11,0\%$); naranjas ($-5,2\%$); cambur ($-3,0\%$); ajo ($-2,2\%$); tomate ($-3,0\%$), zanahoria ($-5,6\%$); cacao ($-5,1\%$), tabaco ($-12,6\%$); leche ($-1,7\%$). Productos con tasas medias de crecimiento positivas y mayor al crecimiento de la población para el mismo período fueron: maíz ($12,0\%$); sorgo ($2,4\%$); palma africana ($2,3\%$); papaya ($8,7\%$); plátanos ($6,6\%$); cebolla ($3,2\%$); café ($3,6\%$), carne de cerdo ($2,6\%$); pollo ($9,1\%$) y huevos ($9,2\%$). Factores explicativos de este crecimiento pudieran deberse a: mejora de los rendimientos; seguridad de mercados debido a las restricciones para importar; reducción en los precios reales de algunos componentes de costos: fertilizantes, alimentos para animales, maquinarias y equipos (hasta 2001) y salarios reales.
11. En conclusión, durante el lapso 1999-2002 aunque las políticas sectoriales, vía gasto público, bajas tasas de interés y mayor protección frente a las importaciones trataron de dinamizar el sector agrícola, la política macroeconómica de fuerte apreciación del tipo de cambio real unida a la declinación de los precios de las principales “*commodities*” agrícolas en los mercados internacionales, impidieron la mejora de los precios reales recibidos por los productores agrícolas nacionales. Esto influyó para que, los resultados globales del sector mostraran una tendencia declinante del PIBAPC. A partir de febrero 2003 se instrumentó el control de cambios y posteriormente de precios al nivel del consumidor. Ello ha significado una fuerte restricción para la obtención de insumos, maquinaria y equipos agrícolas, aumento de los costos de producción, distorsiones en las cadenas de comercialización al fijarse precios máximos de venta al público por debajo del precio que equilibraría la oferta y la demanda, ocasionando el surgimiento de mercados negros y escasez de algunos alimentos.

VII.- Actores, evolución y localización de la producción de plátano

A.- Los actores más importantes del circuito

Seguidamente, de manera resumida, se presentan los actores y se describen las actividades más importantes que realizan los actores del circuito:

PRINCIPALES ACTORES DEL CIRCUITO PLÁTANO EN VENEZUELA

ACTORES	¿QUÉ HACEN?	COMENTARIOS
Distribuidores-vendedores de insumos y servicios agrícolas	<ul style="list-style-type: none"> - Venden insumos agrícolas (fertilizantes, plaguicidas, fungicidas, artículos de ferretería, entre otros). - Alquilan maquinaria agrícola. - Financian a los productores mediante el crédito a insumos. - Prestan asistencia técnica. - Algunas realizan el servicio de fumigación aérea. (caso de Agroisleña) 	<ul style="list-style-type: none"> - Son actores de importancia relevante por cuanto su actividad supera la simple venta de insumos. - Las principales empresas operando en las mayor zona productora del país son: Agroisleña, Seviagrica, Sefroarca, Zooagro, Comercializadora Libertad y Reinagro.
Empresas de Fumigación Aérea	<ul style="list-style-type: none"> - Prestan el servicio de fumigación aérea con helicópteros y avionetas. Esta tecnología fue introducida en la década de los noventa, a raíz de la aparición de la enfermedad conocida como "sigatoca negra". 	<ul style="list-style-type: none"> - Las principales empresas prestadoras del servicio en la actualidad son: Helioca, Aerolad, Aerotécnica, Agroisleña y Calina. - El ámbito geográfico de operación es básicamente el sur del Lago de Maracaibo.
Productores Agrícolas	<ul style="list-style-type: none"> - Producen plátano en fincas especializadas o en asociación con otros rubros (generalmente ganadería de doble propósito y frutales). - En algunos casos transportan y comercializan directamente su producto en el mercado nacional y para la exportación. - Frecuentemente actúan como financistas de comerciantes – transportistas (camioneros) y de "revendones" al entregar el producto con compromiso de pago posterior (7-15 días). - Algunos producen con o sin contratos plátano fresco, pelado y semi-procesado para la industria. - El censo agrícola de 1998 reportó la existencia de 56.813 explotaciones por lo que se deduce que el número total de productores en el país debe ser aproximado a esa cifra. La superficie sembrada reportada por el Censo agrícola fue de 81.107 has. - La mayoría de los productores, de la producción y de la superficie se ubica en los Estados Zulia, Trujillo, Mérida (región del Sur del Lago de Maracaibo) y Barinas. - Una porción importante de los 	<ul style="list-style-type: none"> - Los productores agrícolas dirigen su producción fundamentalmente al mercado nacional. - En los últimos años han adquirido mayor conciencia de los beneficios de la organización para comercializar el producto, así como para obtener insumos y financiamiento a menor costo.

	<p>productores son sujetos de reforma agraria. La mayoría son pequeños productores, con superficies por debajo de las 15 has.</p> <p>-. Según Nava (1997) son en su gran mayoría pequeños productores, con problemas de financiamiento y usuarios de tecnologías tradicionales (aproximadamente el 80% tiene explotaciones < a 10 has.). Con base en las opiniones de informantes calificados, otros estudios han reportado también la existencia de una gran mayoría de pequeños productores en el sur del Lago de Maracaibo. “según estas estimaciones el 80 % de los productores son pequeños. 12 % son medianos (grandes y pequeños) y 8 % son grandes productores (ver Llambí, Duarte y Zezza, 2004: 197).</p> <p>-. La gran mayoría de los productores presentan problemas de precariedad jurídica de la tenencia de la tierra.</p>	
Organizaciones de los productores	<p>-. Las organizaciones de los productores realizan varias actividades: acopian y venden el producto; informan y sugieren precios del plátano verde a través de la radio a la vez que fijan estándares de calidad (APASLAGO). Algunas de las organizaciones comercializan insumos y también los financian en situaciones críticas (efectos de los chubascos y de, las inundaciones).</p> <p>-. En la actualidad se ha promovido la organización de cooperativas para tramitar financiamientos ante organismos públicos de financiamiento (FONDAFA, Fondos regionales, CORPOZULIA).</p>	<p>-. Surgen como respuesta al fuerte control del mercado que ejercen los grandes mayoristas y ante las deficiencias de los mercados financieros para otorgar créditos de corto plazo.</p> <p>- CORPOZULIA en los años 2001 y 2002 otorgó 1880 millones de bolívares a cuatro (4) organizaciones de productores.</p> <p>-. Las principales organizaciones son APASLAGO; UNIPLAT; COOPLATSUL; ACOMARCHA; ACOMIPAR; ACOMAS-COOPLACHAM.</p>
Estibadores (“arrumadores”)	<p>-. Cargan y descargan el producto por encargo de los transportistas y de los transportistas comerciantes.</p>	<p>-. Generalmente son trabajadores independientes, aunque en El Vigía (Estado Mérida) existe una asociación de Estibadores.</p>
Extensionistas y Agrotécnicos	<p>-. Realizan su trabajo como consultores independientes y como empleados de las grandes casas comercializadoras y distribuidoras de insumos y agroquímicos.</p> <p>-. El Centro Internacional del Plátano (CIPLAT), organismo adscrito a CORPOZULIA, también realiza labores de extensión, capacitación y manejo de un programa crediticio con fondos de CORPOZULIA, a tasas de interés subsidiadas (8% anual).</p>	

<p>Investigadores y organismos públicos de investigación</p>	<p>- Realizan investigación a través del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIA antes FONAIAP) y de Universidades como: Universidad del Zulia, Universidad del Sur del Lago, Universidad de Los Andes (Agenda de investigación sobre plátano), CIPLAT y otras.</p> <p>- El CIPLAT además de realizar funciones de investigación y extensión agrícola también administra un programa de créditos para cooperativas de productores con recursos de CORPOZULIA.</p>	<p>Existe poca coordinación entre los organismos que realizan investigación.</p>
<p>Fundación Sigatoca Negra</p>	<p>- Fundación creada por los productores y el gobierno nacional con la finalidad de promover el manejo adecuado de la enfermedad conocida como Sigatoca negra. Tiene su sede en El Vigía Estado Mérida.</p>	
<p>Intermediarios-comisionistas (“ Revendón”)</p>	<p>- Es un intermediario que cobra comisión (fija o porcentual) por lograr la compra-venta del producto para otros. Sirven de negociadores por encargo de productores, transportistas y comerciantes.</p> <p>- Frecuentemente financian a productores y a transportistas comercializadores.</p>	<p>- La comisión que cobra este agente se denomina en puntos. Cada punto equivale a un mil bolívares (Bs. 1.000). La comisión se cobra a compradores y vendedores.</p> <p>- Juegan un rol importante para subsanar los problemas de información incompleta en el mercado del plátano.</p>
<p>Transportistas-comercializadores</p>	<p>Ejercen el rol de mayoristas de origen. Acopian y compran (mediante regateo) o a través de intermediarios (“revendón”) en las unidades de producción, clasifican, transportan y en algunos casos empacan en cajas el producto. En algunos casos financian a productores y venden el producto directamente a mayoristas, minoristas y también al consumidor. Algunos de estos agentes transportan y exportan el producto en sus camiones hacia Colombia.</p>	
<p>Transportistas</p>	<p>Transportan el producto hasta el destino, generalmente por encargo de un mayorista (que también puede ser propietario del transporte). Crean utilidad de lugar y cobran el flete por el servicio prestado.</p>	<p>Se organizan en Sindicatos y Cooperativas de Transportistas.</p>
<p>Mayoristas Ubicados en Grandes Centros Urbanos</p>	<p>- Clasifican, almacenan, transportan, en algunos casos financian a productores, transforman el producto acelerando su maduración para satisfacer los gustos de los consumidores y venden el producto a otros mayoristas y/o minoristas.</p> <p>- Se ubican, generalmente, en los grandes mercados mayoristas:</p>	<p>- Son agentes que ejercen un importante poder de mercado, conformando una estructura oligopsónica (pocos compradores) que influye sobre los precios todos los días en los grandes Centros Mayoristas.</p>

	Barquisimeto (MERCABAR); Caracas (Coche), Maracaibo, Valencia, Maturín y Puerto La Cruz.	
Minoristas	<p>- Son heterogéneos (pequeños bodegueros, abastos, grandes cadenas de super e hipermercados, camioneros y marchantes). Se encuentran ubicados a lo largo y ancho del territorio nacional.</p> <p>- Almacenan, clasifican y empaacan el producto fresco para la venta al consumidor final. Venden también productos procesados del plátano de diferente procedencia y tecnología (artesanal o procesados agroindustrialmente con normas sanitarias y calidad rigurosa).</p>	- Con el proceso de modernización del comercio minorista en el país, las cadenas de super e hipermercados han adquirido mayor importancia relativa. Esta tendencia también se ha dado en otros países de América Latina, donde los supermercados se han convertido en agentes cada vez más importantes de las cadenas de comercialización de frutas y verduras frescas (Reardon y Berdegué, 2003).
Procesadores Artesanales	.- Producen en condiciones artesanales, sin normas de calidad y con tecnología tradicional, básicamente tostones, hojuelas, conservas y dulces. Estos productos son comercializados mediante la venta directa al detal o a través de pequeños comerciantes minoristas.	<p>.- Son generalmente microempresas familiares, informales en su gran mayoría, sin patente de industria y comercio, sin registro sanitario, sin marca registrada y con empaques muy sencillos.</p> <p>- Se encuentran esparcidos a lo largo y ancho del país y su número se desconoce.</p>
Agroindustriales	<p>- Agregan valor al producto fresco o semi-procesado, lavan, clasifican y procesan usando tecnología moderna, sujetos a normas sanitarias y de calidad. Distribuyen a mayoristas y algunas de las empresas exportan sus productos.</p> <p>- Entre los principales productos que ofrecen están: tostoncitos (de plátano verde y maduro), tostones pre-cocidos, conservas dulces de plátano, melaza de plátano maduro para alimentación animal (complemento nutricional), plátano congelado, harinas.</p>	<p>- El desarrollo de la agroindustria es clave para mejorar el desempeño y la competitividad del circuito plátano, por cuanto permitiría aumentar el consumo del plátano en el mercado nacional y también exportar.</p> <p>- Entre las principales empresas agroindustriales se pueden mencionar: ISELA (Tropical Fruit); Alina Fruit; Frito Lay - Snacks Latinoamérica. El complejo agroindustria PROINPLAT ubicado entre Santa Bárbara del Zulia y El Vigía (Estado Mérida) , promovido por empresarios privados y pequeños productores asociados en Cooperativas proyecta producir una amplia variedad de derivados del plátano (hojuelas, harinas, sopas, compotas, conservas, alimento para animales, etc. Pudiera convertirse en un importante agente de cambio para toda la cadena agroproductiva del plátano. Actualmente produce un alimento para animales cuya marca comercial es MIELPLAT (melaza de plátano maduro).</p>
Exportadores	- Compran, acopian, clasifican,	- Las principales empresas

	<p>empacan y exportan el producto hacia los mercados internacionales, principalmente EE.UU. (Estado de Florida) en estado fresco o procesado.</p> <p>- Son agentes que se someten al cumplimiento de las normas de calidad, fitosanitarias, tamaño, madurez y empaque que exigen los mercados de destino.</p> <p>- También actúan como exportadores algunos transportistas comercializadores, quienes venden sus productos en las ciudades Colombianas de Frontera (Cúcuta, Bucaramanga y otras).</p>	<p>exportadoras son: Vigía Tropical Fruit; VENEAGRO y VENEPLAT.</p> <p>- Algunos grandes productores de plátano son socios de compañías exportadoras.</p>
Consumidores	<p>- Se refiere a la población nacional (más de 25 millones de hab.), la cual, teóricamente, en su totalidad es susceptible de consumir plátano fresco o productos procesados derivados.</p> <p>- Principalmente, los consumidores de menores recursos son quienes tradicionalmente consumen con mayor frecuencia el producto.</p> <p>- Existe un segmento de los consumidores conformado por la denominada demanda institucional (Comisariatos de empresas y organismos oficiales, Escuelas y comedores populares).</p> <p>- El otro segmento de los consumidores se encuentra en los mercados hacia donde se exporta (Básicamente la población de origen latino que vive en EE.UU. y en Europa además de los latinos se agrega la población de origen africano).</p>	<p>- Es necesaria una estrategia de mercadeo que permita darle respuesta a las necesidades y gustos de los consumidores, especialmente, en el mercado nacional, donde se observan cambios importantes en los gustos de los consumidores y una tendencia creciente en los últimos años del consumo per cápita del plátano desde los 18 Kg. /hab. promedio 1996-1997 hasta los 26 Kg. /hab. Promedio 2001-2002 (Gutiérrez (2004 a)</p> <p>- Una política de fomento a las exportaciones permitiría ampliar el mercado actual.</p>
Restaurantes-Comedores públicos y escolares	<p>- Compran y procesan el plátano para ofrecerlo en comidas en diferentes formas (tostones, como ingrediente en sopas, plátano maduro frito en tajadas u horneado, tortas de plátano, postres y otras).</p>	<p>- Según opinión de algunos actores de la cadena son una parte importante de la demanda doméstica del producto. En el caso de los comedores escolares en épocas de vacaciones (julio-septiembre) los actores de la cadena observan una merma de la demanda, lo cual repercute en baja de los precios</p>
Sector Público	<p>- El Estado (gobierno nacional, regional, local, Corporaciones de Desarrollo Regional y otras instituciones) interviene básicamente a través del Ministerio de Agricultura y Tierras, Ministerio de Ciencia y Tecnología, Universidades y las direcciones agrícolas o de desarrollo rural de las gobernaciones. Fomenta la producción agrícola y agroindustrial a través del</p>	<p>- En esta cadena agroproductiva, a pesar de que el fruto es cultivado en su mayor proporción por pequeños productores, la agroindustria es débil y se tiene potencial de exportación, la acción del estado ha sido limitada e insuficiente.</p> <p>- Se requiere de una acción concertada entre el estado y el</p>

	<p>financiamiento, realiza investigación y extensión agrícola, ejecuta programas de sanidad vegetal y fija normas ambientales, dota de tierras a pequeños productores, construye vialidad, obras de drenaje y saneamiento ambiental y presta servicios básicos (salud, educación, electricidad, agua) en las zonas de producción.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Subsidia las exportaciones del producto agrícola a través de un bono de exportación (10% del valor exportado). Sin embargo, este bono de exportación no surte efecto en la práctica debido al pago del mismo con retardo - Actualmente no interviene en la fijación de precios, los cuales se determinan por las condiciones del mercado (oferta y demanda) diariamente. - Establece normas sanitarias mínimas para la venta de productos procesados. - Actúa como demandante (demanda institucional) del producto para abastecer programas sociales alimentarios. - Aunque generalmente pasa desapercibida, una de las principales intervenciones del gobierno se realiza a través de la política macroeconómica que incide directamente sobre los macroprecios más importantes de la economía: el tipo de cambio real, las tasas de interés reales y los salarios reales (Timmer, et al., 1985). También ejerce su influencia al formular y ejecutar la política comercial (intervenciones que afectan tanto las importaciones como las exportaciones de los productos de la cadena agro-productiva) 	<p>resto de actores del circuito para mejorar el desempeño y la competitividad del mismo.</p>
--	---	---

B.- La evolución de la producción (1984-2002)

A lo largo del período analizado, pero visto desde una perspectiva de largo plazo, es indudable que la producción de plátano ha presentado un dinamismo interesante. Para el período 1984-85/2001-02 la producción física creció al ritmo promedio anual del 3,4%, crecimiento que fundamentalmente está explicado por la mejora en los rendimientos. Así, mientras la superficie apenas aumentó a la tasa media anual del 0,83%, los rendimientos lo hicieron al 2,6%. Por lo tanto, puede afirmarse que el 75,1% del incremento de la producción se debió a aumentos en los rendimientos. En efecto, entre 1984-85 y 2000-01 los rendimientos aumentaron desde 7.386 Kg. /ha a 11.362 Kg. /ha.

Todos estos logros se obtuvieron a pesar de que durante el lapso analizado las políticas macroeconómicas y sectoriales no siempre fueron las más adecuadas para estimular al circuito. Además se presentó la persistencia de problemas poco controlables por el hombre, amenazas permanentes para el cultivo que afectan negativamente a la producción. Entre éstas se mencionan las inundaciones causadas por el desbordamiento de los ríos y los vientos huracanados, cuya acción es demoledora sobre las plantaciones. A esto debe agregarse los problemas de enfermedades y plagas que tradicionalmente afectaban al plátano (sigatoca amarilla, nematodo barrenador, hereque o moko, Erwinia. Ver Nava (1997:11).

Cuadro 7.1. Plátano: Evolución de variables básicas

Años	Producción (t.)	Superficie has.	Rendimientos (Kg. /ha.)	IPRPplat. (1984 = 100,0)	Cons. Per Cáp. (Kg. /hab.)*
1984	437.660	59.420	7.366	100,0	20,8
1985	444.706	60.040	7.407	97,2	20,5
1986	426.473	57.989	7.354	105,6	19,0
1987	436.708	59.250	7.371	114,7	19,7
1988	474.701	62.101	7.644	111,9	20,9
1989	501.913	64.838	7.741	100,6	21,7
1990	507.434	65.097	7.795	94,4	21,3
1991	558.022	65.820	8.478	85,8	22,9
1992	587.510	68.784	8.541	297,9	22,8
1993	541.208	63.897	8.470	391,3	21,0
1994	535.359	62.396	8.580	324,5	20,1
1995	516.086	62.120	8.308	471,3	19,6
1996	525.723	63.280	8.308	224,5	18,6
1997	504.109	61.304	8.223	310,4	17,5
1998	577.615	60.864	9.490	314,1	21,4
1999	605.225	63.020	9.604	259,9	20,7
2000	847.579	65.092	13.021	258,0	29,0
2001	766.704	67.125	11.422	262,7	26,0
2002	794.725	70.298	11.305	192,0	26,4

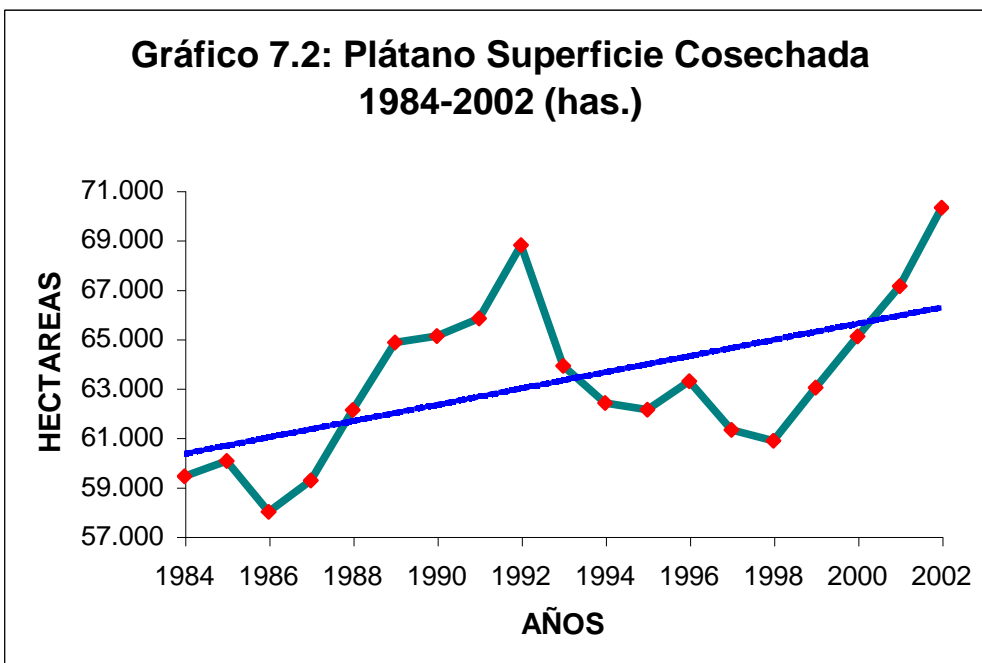
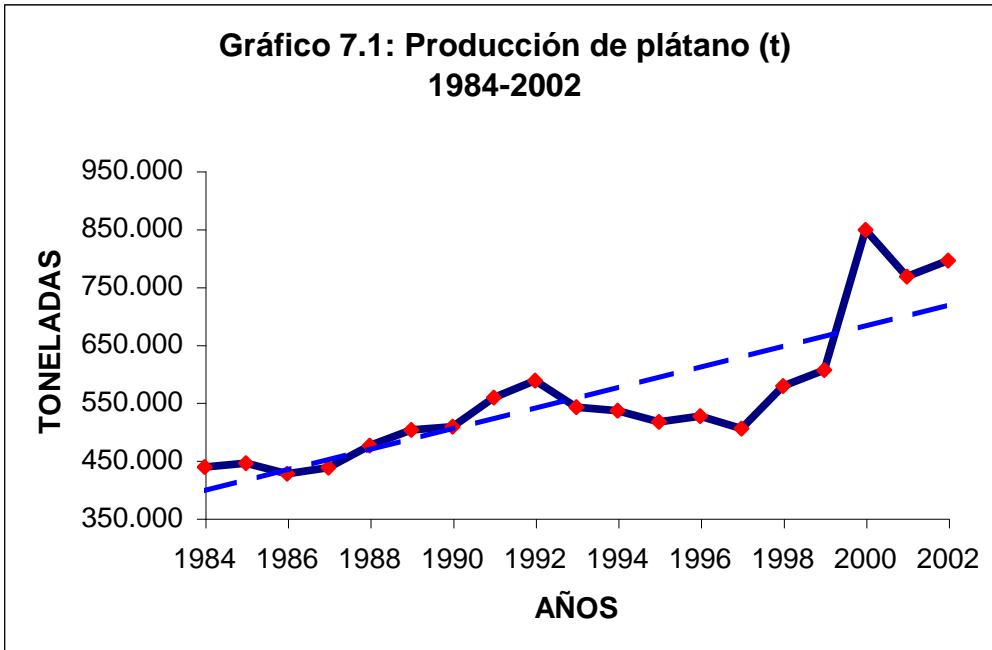
IPRP = índice de precios reales recibidos por los productores agrícolas de plátano.

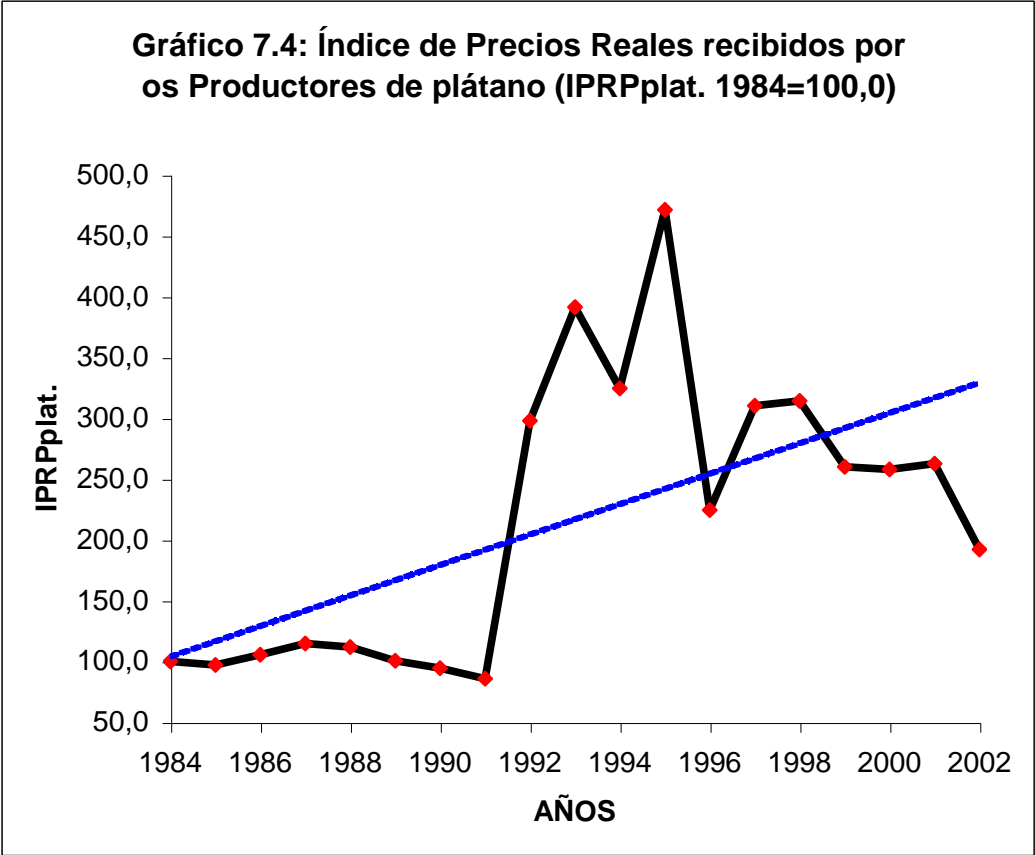
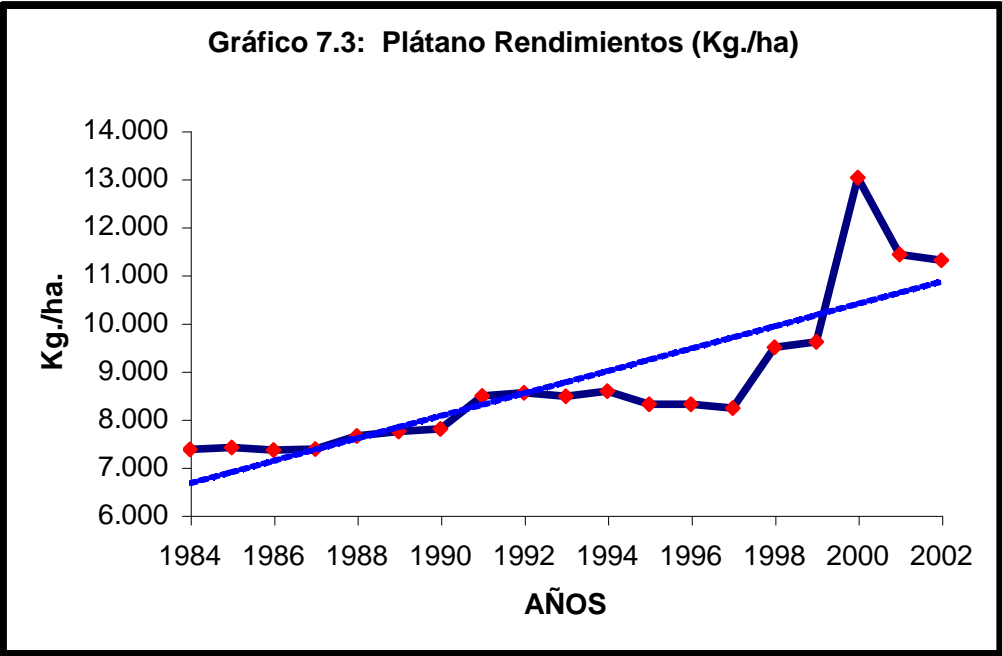
Fuentes: Ministerio de Agricultura y Tierras (antes Ministerio de Agricultura y Cría)

Hojas de Balance de Alimentos elaboradas por INN-Fundación Polar e INN-Universidad de Los Andes (Varios años)

Banco Central de Venezuela y Cálculos Propios

(*) Los datos de consumo per cápita se refieren a la disponibilidad para consumo humano (DCH) una vez sustraídas las pérdidas de la producción total, las exportaciones y lo utilizado para consumo animal. El dato de 2002 referido al consumo per cápita es una estimación propia.





A finales de 1991, según reportó Ordosgoitt (1999) fue detectada la enfermedad conocida como sigatoca negra (causada por el hongo *Mycosphaerella fijiensis* Morelet en su fase sexual o *Paracercospora fijiensis* (Morelet) Deighton (fase asexual)). Esta enfermedad hizo su aparición en la confluencia del río Oro con el río Catatumbo (Finca el Oro, Estado Zulia). Para Diciembre de 1992 ya se había extendido a los Estados Mérida, Trujillo y Barinas, y posteriormente a los demás estados productores. La aparición de la Sigatoca Negra, marcó un hito en la evolución de la producción, por cuanto, a pesar de que sus efectos se dejaron sentir e influenciaron la mengua de la producción en años subsiguientes, esta circunstancia obligó a que los productores del rubro cambiaran sus estrategias de manejo del cultivo y produjeran modificaciones en el paquete tecnológico utilizado (introducción de la fumigación aérea) para prevenir la enfermedad, lo que finalmente se reflejó en una mejora notable de los rendimientos, de la superficie cosechada y de la producción total.

Nava (1997: 3) relata las reacciones y estrategias que se instrumentaron, una vez que se constató la presencia y los efectos de la sigatoca negra:

“...Se esperaba un hongo arrasante, destructivo y se presentó una enfermedad con cierta intensidad, pero no con la mostrada en otra áreas...Se corrió al exterior en busca de soluciones milagrosas y se supo que éstas no existen y que se conocía el manejo del cultivo como para convivir con la enfermedad resultando que hoy se tiene mejor productividad que al inicio de los años noventa”

Tomando en consideración la fecha de surgimiento de la sigatoca negra y el lapso en que sus efectos se dejaron sentir con mayor fuerza, el período 1984-2001 pudiera subdividirse en los sub-períodos 1984-85/1991-92; 1991-92/1996-97 y 1996-97/2001-02.

- **Período 1984-85/1991-92 (antes del surgimiento de la sigatoca negra).** Durante este lapso la producción creció a la tasa media anual del 3,8%. El aumento de la

producción para ese período se puede explicar en un 45,3% por el incremento de la superficie cosechada (desde 59.730 a 67.302 has); mientras que los mejoramientos de los rendimientos (desde 7.386 Kg. /ha. a 8.510 Kg. /ha.) explicarían 53,8%, dejando el restante 0,9% para el efecto interacción de la superficie y de los rendimientos¹⁰. Este es un período en el cual, a pesar del aumento del precio real de insumos importantes, como los plaguicidas y fertilizantes, cuyo subsidio comenzó a eliminarse gradualmente en 1989 hasta su total eliminación en 1992, la producción tuvo el estímulo de una mejora en los precios reales recibidos por los productores. Para el lapso analizado, el índice de precios reales recibidos por los productores de plátano (IPRPplat.) aumentó a un promedio anual de 0,4%.

- **Período 1991-92/1996-97** .Es un lapso que se caracterizó por la declinación de la producción a un ritmo promedio anual del -2,5%. Tal disminución se debió fundamentalmente (73,4%) a la mengua de la superficie cosechada (desde 67.302 has. A 61.304 has), mientras que los rendimientos explicarían un 23,0%, al caer desde 8.510 Kg. /ha. a 8.265 Kg. /ha. El efecto interacción de la mengua en la superficie y en los rendimientos explicaría el restante 3,6%. Estos resultados pudieran ser atribuibles en su mayor parte a los efectos iniciales de la sigatoca negra. Otro factor que pudiera mencionarse como determinante del comportamiento de la producción fue el aumento del precio real de los plaguicidas y fertilizantes a una tasa media anual del 3,1%. Este es un factor a tener en cuenta en el análisis, por cuanto el control de la sigatoca negra demandaba mayor uso de plaguicidas y un mejor manejo de la plantación (por ej. usar más fertilizantes) lo que irremediamente se reflejaba en un aumento de los costos de producción. Por su parte, el IPRPplat. creció a una tasa media anual del 1,7 %, lo cual pudo haber contrarrestado, pero sólo parcialmente, los efectos negativos de la sigatoca negra y del aumento de los costos de producción, pues como ya se dijo el resultado final fue el de disminución de la producción de la musácea.
- **Período 1996-97/2001-02**. Este sub-período reflejó los efectos positivos del aprendizaje en el control de la sigatoca negra y el mejor manejo agronómico del

¹⁰ Las fuentes de crecimiento de la producción agrícola vegetal puede descomponerse y explicarse por tres efectos: superficie, rendimientos y el efecto interacción de ambas variables.

cultivo. La producción aumentó al ritmo promedio anual del 9,1%, a pesar de que en el 2001 hubo una caída de la producción del 9,5 %, debido a los embates de los vientos huracanados sobre las plantaciones, particularmente en la zona Sur del Lago de Maracaibo. El éxito obtenido en el control de la sigatoca negra y el mejor manejo de los cultivos se reflejó en una mejora de los rendimientos (desde 8.265 Kg. /ha. a 11.305 Kg. /ha.) y un aumento de la superficie cosechada (desde 61.304 has a 68.712 has.). En este sub-período el alza de la producción se puede explicar en un 71,9% por el incremento de los rendimientos y sólo en 24,2% y 2,9% respectivamente por el efecto de la superficie y la interacción de superficie y rendimientos. Este es un lapso donde hubo desmejoras en los precios reales recibidos por los productores de plátano (ver cuadro 7.1), aumentos en los costos reales de producción (específicamente abonos y plaguicidas) y los efectos de la política cambiaria, tendente a apreciar el tipo de cambio real se dejó sentir con efectos negativos sobre las exportaciones del rubro. A pesar de estos factores, la producción se incrementó a la par que se produjo un cambio tecnológico y de mentalidad de los productores sobre las formas como controlar las enfermedades, y organizarse para comercializar la producción. Durante ese lapso se inició el programa de extensión agrícola con presencia en Municipios importantes productores de plátano (Colón, Francisco Javier Pulgar en el Estado Zulia; Alberto Adriani en el estado Mérida y otros). Además, Universidades poco interesadas por el rubro en el pasado, caso de la Universidad de Los Andes (Mérida-Venezuela) iniciaron agendas de investigación (Agenda plátano) con la finalidad de contribuir al logro de un mejor desempeño y aumentar la competitividad del circuito plátano.

Un aspecto negativo, no suficientemente investigado, ha sido el de los efectos ambientales del cambio tecnológico a que obligó el control de la sigatoca negra. Es el caso del uso de mayores cantidades de plaguicidas, fumigación aérea y otros agroquímicos, cuyos impactos sobre el medio ambiente y la salud de los humanos está generando problemas según se deduce de la opinión de algunos agrotécnicos y productores.

C.- La localización de la producción y los Estados con mejores rendimientos

Como ya se ha dicho, la mayor parte de la producción tradicionalmente se ha localizado en la región Sur del Lago de Maracaibo (Estados: Zulia, Trujillo, Mérida y

Táchira) y el Estado Barinas. Más recientemente, debe destacarse la aparición del Estado Bolívar como un productor importante de plátano. En el cuadro 7.2 se muestra cómo ha evolucionado la importancia relativa de los principales estados productores. Obsérvese que para el lapso 2000-2001, el Estado Zulia, mantiene su condición de líder entre los principales productores con el 51,7% de la producción total, seguido por Trujillo (16,9%); Mérida (6,7%), Barinas (6,2%) y el estado Miranda (5,6%). En realidad son pocos los cambios importantes que se han dado desde el punto de vista de la localización de la producción. Apenas debe destacarse la mejora en el ranking de Estados como Mérida y Miranda, la pérdida de importancia relativa de Yaracuy, Barinas y Táchira y el surgimiento de Bolívar como un importante productor del rubro. La producción del Sur del Lago de Maracaibo concentrada en los Estados Zulia, Trujillo, Mérida y Táchira representaba para el período 2000-2001 el 77,5% de la producción, por lo que puede concluirse que esta es la región productora que marca la pauta, las tendencias de la producción y del mercado nacional del plátano.

Cuadro 7.2: Principales estados Productores de Plátano

1987 - 89			1990-92		
Estado	Producción	%	Estado	Producción	%
Zulia	266.040	56,5	Zulia	246.259	45,2
Miranda	30.331	6,4	Trujillo	64.560	11,9
Táchira	27.815	5,9	Barinas	60.442	11,1
Barinas	26.772	5,7	Mérida	42.630	7,8
Trujillo	25.811	5,5	Táchira	37.501	6,9
Mérida	20.068	4,3	Yaracuy	29.602	5,4
Resto de los Estados	74.269	15,8	Resto de los Estados	63.427	11,7
Total Producción	471.107	100,0	Total Producción	544.422	100,0

Continuación Cuadro 7.2

2000-2001		
Estado	Producción (t.)	%
Zulia	371.612	51,7
Trujillo	121.312	16,9
Mérida	48.185	6,7
Barinas	44.226	6,1
Miranda	40.408	5,6
Bolívar	33.859	4,7
Resto de los Estados	59.525	9,3
Total	719.127	100,00

Cuadro 7.3: Rendimientos de Plátano (kg. /ha.)

1991-92		2000-2001	
Estado	Rend. (Kg/ha.)	Estado	Rend. (Kg/ha.)
Amazonas	12.244	Trujillo	17.091
Trujillo	10.690	Táchira	13.157
Delta Amacuro	10.108	Mérida	12.342
Zulia	9.056	Bolívar	11.511
Táchira	8.610	Zulia	10.195
Mérida	8.592	Miranda	9.200
PROMEDIO NACIONAL	8.367	PROMEDIO NACIONAL	10.873

En cuanto a los rendimientos, se puede observar en el cuadro anterior que los mismos han mostrado un importante mejoramiento durante la última década. Todo ello a pesar de que las plantaciones han sido afectadas negativamente por los efectos de la sigatoca negra y otras enfermedades, los vientos huracanados y las inundaciones. Los esfuerzos que se han hecho por mejorar el manejo agronómico de las plantaciones para enfrentar los efectos de la sigatoca negra y algunos esfuerzos por introducir el riego se han traducido en mejores rendimientos de la superficie, con sus consecuentes efectos positivos sobre los ingresos de los productores. Para el período 2000-2001, los cinco estados que presentaban rendimientos más elevados eran en orden de importancia: Trujillo, Táchira, Mérida, Zulia (principal estado productor) y Bolívar.

VIII.- La comercialización interna del plátano

A.- Caracterización general del proceso de comercialización

La comercialización de productos agropecuarios se define como el proceso que permite llevar los productos desde la explotación agropecuaria hasta el consumidor final (Caldentey, 1991). Dicho proceso abarca un conjunto de funciones que agregan utilidades de espacio, tiempo, forma y posesión. Entre las funciones más relevantes pueden mencionarse la compra-venta, el acopio, el almacenamiento, el transporte, la clasificación, la normalización y tipificación, el empaque, el procesamiento, la distribución mayorista y al detal, la información de mercados y el financiamiento. Desde la perspectiva institucional la comercialización abarca un conjunto de agentes económicos (individuos, empresas y organismos públicos y privados) que hacen posible que el producto llegue hasta los consumidores finales. Entre estos agentes se encuentran los productores primarios, los

acopiadores, los transportistas, los transportistas comerciantes, los distribuidores mayoristas, los detallistas y los consumidores. El Estado a través de sus políticas de precios, normas de calidad y otras regulaciones o interviniendo directamente como agente comercializador puede jugar un papel muy importante para explicar la forma y la eficiencia con que funciona el proceso de comercialización de un rubro agroalimentario.

El plátano es un producto alimenticio, de consumo humano, principalmente en estado fresco con diferentes grados de maduración. En los últimos años, se ha expandido el consumo del producto con algún nivel de procesamiento artesanal o industrial en forma de chips u hojuelas, tostones, harinas, conservas y otras. Sin embargo, la forma como se comercializa el producto en la actualidad es fundamentalmente en estado fresco, con diferentes grados de maduración, prevaleciendo el gusto por el producto maduro para ser freído, horneado o sancochado. En algunas regiones del país también se acostumbra consumirlo en estado verde asado, en forma de tostones-patacones o sancochado. Durante la última década se popularizó el consumo del plátano procesado (industrial o artesanalmente) en forma de tostón (tostoncitos) como snack.

La puesta en marcha de la agroindustria PROINPLAT ha permitido ofrecer un nuevo producto para la alimentación animal (de bovinos) denominado MIELPLAT. Este producto es una melaza elaborada a partir del procesamiento del plátano maduro. El producto se vende no sólo en el Sur del Lago de Maracaibo sin también en otras regiones del país (principalmente la región del occidente y de los llanos occidentales).

De acuerdo con Ecarri (1982) a comienzos de la década de los setenta, a raíz de una huelga de productores, estibadores y transportistas en 1971, y hasta los inicios de la década de los ochenta el Estado participó activamente en la comercialización del plátano. Inicialmente estableció controles de precios (precios máximos) y algunos financiamientos a la comercialización del producto. A partir de 1974 participó, a través de la ya desaparecida Corporación de Mercadeo Agrícola (CMA) en la comercialización directa del producto, actuando como comprador, transportista, almacenador y distribuidor mayorista o al detal del producto. En su máximo nivel de participación en el mercado la CMA llegó a controlar el 12 % de la oferta total comercializada en el mercado nacional. Las compras se realizaban en centros de acopio establecidos por la CMA para tal fin y desde allí eran trasladados a los centros mayoristas de distribución. Se pagaba un precio mínimo establecido por el gobierno

(precio de sustentación). Mediante este sistema de comercialización el Estado trataba de garantizarle precios rentables a los productores y estables a los consumidores, por lo que finalmente absorbía costos de comercialización que en la práctica representaban un subsidio que, finalmente, al igual que en el caso de la comercialización de cereales, influyó para que la CMA se hiciera inviable desde el punto de vista financiero, lo que culminó con su desaparición en la década de los ochenta. Es por ello que debido a las implicaciones financieras que significaba para la CMA la absorción de costos de transporte y de pérdidas del producto, en 1981 su Junta Directiva decidió retirarse de la comercialización directa del plátano.

La retirada de la CMA como agente directo de comercialización, unido al poco avance en la industrialización del producto, de las formas de organización de los productores y de la modernización del comercio minorista, permitió la consolidación del sistema de comercialización de carácter centralizado, que todavía continúa siendo el dominante. Este es un sistema que se caracteriza según Pandes (1975) citado por Mendoza (1985) por:

- Las decisiones y funciones más importantes del proceso de mercadeo (acopio, almacenamiento, clasificación, empaque y otras) se realiza al nivel urbano donde se ubica el distribuidor mayorista. Es el sector mayorista quien termina por imponer sus condiciones en cuanto a la forma de acopio, transporte, normas y presentación del producto. En el caso del plátano la mayor parte de la oferta termina por ser centralizada en los principales mercados mayoristas del país (Barquisimeto-MERCABAR; Coche-Caracas y Maracaibo). No obstante, en un primer canal surge el camionero comerciante (transportista comerciante) quien hace las veces de un mayorista de origen. Este agente acopia, clasifica, empaca (cuando es requerido por el comprador), transporta y realiza operaciones de compra venta y financiamiento de la producción. El hecho de que sea al nivel urbano, o a través del mayorista de origen (camionero-comerciante) que se realicen las funciones más importantes de la comercialización, unido a los deficientes sistemas de información, clasificación y de transporte para un producto perecedero, cómo el plátano, generan pérdidas que finalmente tienden a reflejarse en mayores precios de venta al consumidor o en

menores transacciones que aquellas que se realizarían en mercados con mejor información y garantía plena de derechos de propiedad.

- El poder de mercado lo ejerce el distribuidor mayorista y el camionero comerciante que actúa como mayorista de origen. Es el mayorista ubicado en las grandes ciudades hacia el cual convergen, en el caso del plátano, los transportistas-comercializadores (mayoristas de origen) y los detallistas u otros distribuidores mayoristas de menor tamaño que abastecen a mercados más pequeños. Es así que el gran mayorista ubicado en los grandes centros urbanos de trasbordo (Barquisimeto, Caracas, Maracaibo y otras ciudades) quien maneja información sobre la oferta y la demanda. Los camioneros-comerciantes (acopiadores en el origen) también ejercen su poder de mercado, en tanto se enfrentan a muchos vendedores desorganizados y dispersos geográficamente, y tienden a imponer sus condiciones de precios y compra venta del producto. Así, salvo que los productores se organicen, o se avance hacia un sistema descentralizado de comercialización, son los mayoristas en el destino final y en el origen quienes ejercen el poder de mercado e influyen de manera determinante el proceso de formación de precios.
- En el caso específico del mercadeo del plátano ha surgido la figura del agente conocido como “revendón” quien trata de subsanar las fallas de mercado que surgen de la poca información que contribuya a hacer más transparente el mercado. El “revendón” es un intermediario que maneja la información sobre producción lista para ser cosechada y sobre compradores (mayoristas o camioneros-comerciantes) y sobre precios. Este agente o “broker” permite poner de acuerdo a compradores y productores y cobra una comisión por su gestión. Aunque su trabajo es poco apreciado por muchos compradores y productores, la figura del “revendón” subsana una falla de mercado que surge de la existencia de asimetrías de información.

El sistema prevaleciente de comercialización del plátano, de carácter centralizado, es considerado ineficiente debido a:

- a) El sector de los productores pierde fuerza de mercado e incide marginalmente en el proceso de formación de precios, por cuanto es muy poco el valor que le agrega al producto, ya que las funciones más importantes se realizan al nivel del mayorista (urbano o de origen (camionero-comerciante). Esta ineficiencia pudiera ser

contrarrestada con una mayor organización de los productores que les permita acopiar, clasificar, empacar y mejorar los sistemas de información de oferta, demanda y precios, y así compensar el poder de mercado del mayorista.

- b) La baja eficiencia de este sistema también pudiera ser explicada, desde el lado de la demanda, por la existencia de una porción importante de los consumidores sin capacidad de pago por los servicios y funciones que le agregan valor al producto y permite obtenerlo en mejores condiciones de calidad y presentación. Igualmente, la baja ineficiencia también se ve reforzada por un débil sistema de normalización y de pesos y medidas.

La alternativa a un sistema centralizado e ineficiente de comercialización es el denominado sistema descentralizado. Éste surge producto de la urbanización, de la modernización del comercio minorista, del avance de la industrialización y de la mejor organización de los productores. El sistema descentralizado, del cual ya existen algunos desarrollos incipientes en el proceso de comercialización del plátano se caracteriza, según Pandes (1975) citado por Mendoza (1985) por:

- Desplazamiento del poder del mayorista al detallista¹¹. Por ejemplo, la modernización del comercio detallista ha dado origen al surgimiento de los hipermercados y de las cadenas nacionales o locales de supermercados, las cuales requieren de un abastecimiento seguro, en condiciones de calidad y presentación para una clientela con cierto poder de compra y gustos bien definidos, dispuesta a pagar por servicios que no están al alcance de los consumidores de bajos ingresos. Entonces, los detallistas, pueden establecer contratos de suministro y/o establecer centros de compra, acopio, clasificación y procesamiento en las zonas productoras para poder asegurarse un abastecimiento confiable en condiciones adecuadas a las exigencias de sus clientes. Como experiencias de este tipo en la comercialización de plátano puede citarse la relación que estableció la cadena de hipermercados MAKRO con la organización de productores ASPALAGO en el Sur del Lago de Maracaibo.

¹¹ Pero, no debe olvidarse que si se da un desarrollo importante del componente industrial del circuito, o de nuevos agentes demandantes como las cadenas de comida rápida, este mayor poder podría recaer en este tipo de actores.

- Realización de mayor número de funciones (acopio, clasificación y normalización, empaque y mejora de la presentación, procesamiento) en las zonas productoras.

El sistema descentralizado de comercialización se considera que es más eficiente que el centralizado por las siguientes razones:

- Permite que los productores reciban de manera más directa las señales de los consumidores en cuanto a sus gustos y necesidades. Situación que es parcialmente bloqueada por los mayoristas en el sistema centralizado.
- Requiere que los transportistas se especialicen en su función y no la compartan con la de comerciante acopiador.
- Facilita la existencia de una oferta a precios más estables, de productos más homogéneos en calidad, tamaño y presentación.
- Promueve el desarrollo de la agricultura de contrato entre productores y agroindustria o entre productores y detallistas (hipermercados, cadenas de supermercados) para comercializar productos de ciertas características lo cual puede inducir a mejoras tecnológicas y en el manejo agronómico de la producción, en el sistema de financiamiento a los productores, disminución de la incertidumbre de precios, estabilización de los ingresos para los productores y otros efectos positivos. Es por ello que la comercialización del plátano en el futuro debería mejorarse aprovechando las oportunidades que brinda la modernización del comercio detallista y las posibilidades de desarrollar la industrialización del plátano.

B.- Análisis Funcional de la comercialización del plátano

Desde el punto de vista del análisis funcional, la comercialización del plátano presenta las siguientes características:

- **Compra-venta:** generalmente de contado y mediante acuerdo verbal. El precio inicial de referencia en los principales mercados (Plazas) del Sur del Lago (Cuatro Esquinas, el Chivo, El Vigía) se difunde por radio en las primeras horas del día. Este es un precio de referencia en torno al cual se fija el monto de la compra-venta, desviándose según la calidad del producto y las comisiones que se pagan al “revendón”. Es costumbre que tanto los intermediarios como los productores se otorguen financiamientos de corto plazo (con pago al vender el producto o con la

cosecha). No existen contratos formales, con la excepción de transacciones entre la Cooperativa ASPALAGO y la cadena de hipermercados MAKRO. En el pasado ha habido intentos de firmar contratos de compra-venta entre PALMAVEN (abastecedora de los comisariatos de PDVSA) y otros actores pero esto no se ha concretado. A pesar de que es uno de los productos que podría ser vendido a través de la Bolsa de productos agrícolas (BOLPRIAVEN) mediante descripción y cumpliendo algunas normas no se han registrado transacciones, según lo muestra la página web de BOLPRIAVEN (www.Bolpriaven.com).

- **Normalización y tipificación:** Existe la norma COVENIN 1835-81 para plátano, pero en la práctica dicha norma. Puede afirmarse que no se aplican normas oficiales de obligatorio cumplimiento por los actores, salvo en el caso del plátano que es exportado hacia el mercado de EE.UU., el cual debe cumplir con los requerimientos sanitarios, de empaque y tipificación que se exige para las importaciones hacia ese país. La tipificación se realiza bajo inspección visual del comprador en la finca, quien clasifica el producto como de primera o de segunda o de tercera (“pasilla”). Cuando el demandante del producto es una cadena de supermercados (de manera directa o mediante intermediarios) orientada hacia consumidores de ingresos medianos y altos, generalmente se imponen ciertas normas a los vendedores del rubro (productores, camioneros comerciantes, organizaciones de productores) en cuanto a tamaño y grado de madurez. Adicionalmente, el sistema de pesos y medidas es poco confiable debido a la discrecionalidad con la cual se define la pesada, originalmente 300 Kg., pero que en la práctica (por exigencias de los compradores-intermediarios) puede superar este volumen, sobre todo cuando la oferta del rubro es abundante¹². Esto hace que la información de precios esté distorsionada por cuanto no se sabe a ciencia cierta el precio que se paga, por cuál tipo de plátano (primera, segunda o tercera) y por qué cantidad. Esto hace que la información de precios tienda a distorsionarse por cuanto se crea confusión sobre el

¹² Las medidas de peso más utilizadas son: la pesada (300 Kg. de plátano desgranado y 320 Kg. de plátano en racimo). Los racimos son equivalentes a 30 Kg.; la contada, generalmente se utiliza para el plátano de inferior calidad (pasilla), corresponde a 400 plátanos. La mano son cinco plátanos, una contada contiene 80 manos. Al nivel de mayorista y minorista se utilizan medidas como la carga (120 Kg. de plátano); el saco (60 Kg. de plátano) y la arroba (12 Kg. de plátano). Para más detalles ver: Contreras M. y Muchacho F. (1997: 53-54).

precio que se paga, por cuál tipo de plátano (primera, segunda o tercera) y por qué cantidad. Por lo demás, la no aplicación de las normas COVENIN termina por generar problemas de información lo que interfiere la compra venta al no definir claramente los atributos del producto que se está transando. Esto hace que surjan problemas de selección adversa y de agencia¹³, lo que obstaculiza el buen funcionamiento del mercado y termina por elevar los costos de transacción.

- **Acopio y almacenamiento:** generalmente el acopio inicial lo realiza el camionero-comerciante directamente, quien puede necesitar comprar en varias fincas para completar la carga que luego es generalmente llevada a los mercados mayoristas urbanos o entregada a otros demandantes (cadenas de super e hipermercados). Las organizaciones de productores que comercializan, como es el caso de ASPALAGO, hacen acopio y almacenan el producto. Los mayoristas ubicados en los principales mercados (Barquisimeto, Maracaibo, Caracas (Coche), San Cristóbal y Valencia) son quienes continúan acopiando la mayor parte de la producción, la cual compran

¹³ Los problemas de selección adversa son típicos de mercados donde existe información asimétrica, lo que se considera una “falla de mercado” en tanto que viola el supuesto del mercado de competencia perfecta sobre la existencia de información completa y abundante para todos los agentes económicos sobre los atributos, precios, etc. del bien que se transa. Para Ayala (1999:143-144) “existe un problema de información asimétrica cuando un grupo de individuos involucrados en el intercambio de ciertos bienes tiene un acceso más fácil y barato a la información, y entonces ese grupo tendrá mayor poder de negociación de precios y cantidades porque está mejor informado que su contraparte, y usará sus ventajas para obtener mayores beneficios... Una situación aguda de información asimétrica dificulta el intercambio y obstaculiza el desarrollo del comercio”. La selección adversa en el mercado del plátano se da cuando no existe suficiente información sobre la calidad del producto que se transa, entre otras cosas debido a la inexistencia de normas de calidad aceptadas y de obligatorio cumplimiento por parte de los actores e instituciones que intervienen en el proceso de compra-venta. Si no existen las normas universalmente aceptadas para diferenciar el plátano de buena calidad del de mala calidad, el precio promedio del producto tiende a bajar porque los compradores y vendedores no pueden observar o no quieren reconocer las características o atributos del producto que transan. En consecuencia, es muy probable que no existan incentivos para producir plátano de buena calidad (cuyo precio debería ser mayor al del promedio y por supuesto al de mala calidad), por lo que el plátano de mala calidad terminará expulsando del mercado al de buena calidad. La consecuencia es que como dice Varian (1996: 662) “...este problema puede ser tan grave que puede destruir totalmente el mercado”. En la realidad el problema de selección adversa, en el caso específico del mercado del plátano nacional, trata de solventarse estableciendo relaciones de compra-venta basadas en la confianza y en la reputación de compradores y vendedores. Otra forma de enfrentar el problema de falta de información sobre normas es la aparición del denominado “revendón” intermediario (agente) que trabaja, cobrando una comisión, por mandato o delegación de productores y camioneros u otros compradores (Principal) y pone en contacto a compradores y vendedores (por ejemplo: Camioneros-comerciantes y productores) en tanto que maneja información sobre los volúmenes y la calidad del producto existente en la finca. También las relaciones de confianza y amistad que se construyen entre productores, “revendones” y camioneros-comerciantes permite llegar a acuerdos sobre precios, financiamiento y condiciones de pago del producto, disminuyendo el riesgo de fraude por no pago de la venta o fraude por no reconocer la calidad del producto (“riesgo moral”) lo que contribuye a solventar, aunque no totalmente, los problemas de información asimétrica que caracterizan al mercado nacional del plátano.

bien sea directamente o mediante la compra a camioneros transportistas u otro agente.

- **Transporte y empaçado-Embalado:** En la finca existen diferentes tipos de transporte interno del producto hasta el sitio de pesaje y venta. Entre estos, según Contreras M. y Muchacho F. (1997) se pueden mencionar: a) por cable guía con “carrucho” es transportado hasta el sitio de pesaje y selección, este es un sistema moderno que requiere de alta inversión, pero preserva el fruto de magulladuras y evita pérdidas; b) en carretas o zorras haladas con tractor hasta los sitios de pesado y selección. Este método puede generar magulladuras y pérdidas al colocar los racimos unos sobre otros; c) a hombros o en bestias. Este método también genera pérdidas y daños de significación al producto. Una vez pesada y tipificada la fruta, el transporte hacia los mercados se realiza, generalmente, en camiones de diferente capacidad. El producto puede o no ser empaçado en cajas de cartón (generalmente esto lo hacen los compradores comisionados por las cadenas de supermercados y los exportadores). El embalaje, de acuerdo con ciertas especificaciones previamente definidas se utiliza para el producto que se exporta (cajas corrugadas de cartón, con sistema de ventilación con capacidad de 50 libras o 25 Kg.). Usualmente, cuando el producto se dirige al mercado nacional, éste es colocado sin embalaje en el camión, desgranado o en racimos ordenados (arrumados) por los estibadores sobre la plataforma de carga del camión. Esta práctica y la sobrecarga a que se someten los camiones, además de la maduración durante el tiempo que dura el recorrido hasta donde se encuentra el comprador (mayorista, super-hipermercados, otros), son una fuente de pérdidas post cosecha que finalmente encarece el producto para el consumidor final. Dichas pérdidas se reducen cuando se utiliza embalaje apropiado y se utilizan camiones de carga acondicionados con refrigerador (Thermoking).
- **Información de precios:** La fuente fundamental de información de precios (de la pesada de plátano) para los productores es el denominado precio radio, que se difunde diariamente por las emisoras de la zona Sur del Lago entre las 4:00 a.m. y las 5:00 a.m. Dicho precio sirve de referencia a todas las transacciones de compra-venta en la zona y está bajo la responsabilidad de la Asociación de Productores del Sur del Lago (APASLAGO). Como lo reseña Llambí (2002) en una entrevista

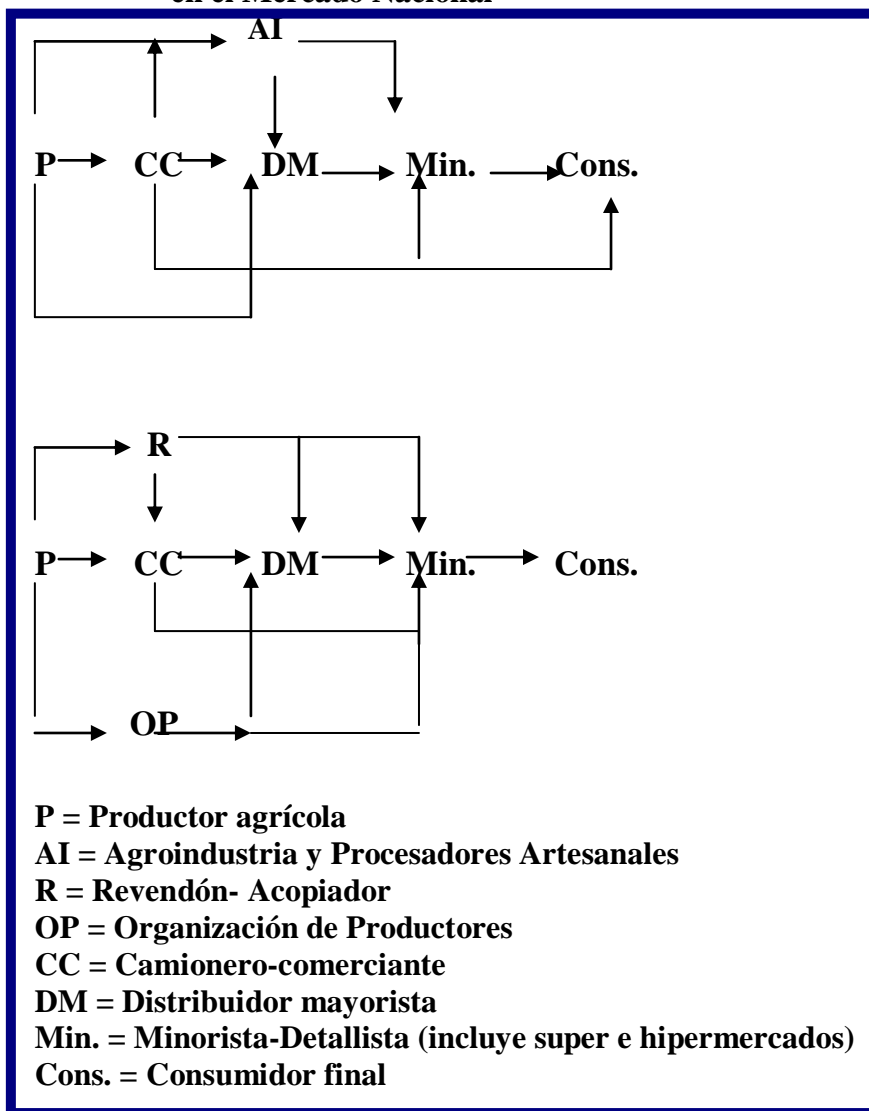
realizada al Presidente de APASLAGO, el precio radio es un precio de referencia, que trata de ser un precio piso a recibir por el productor (menos la comisión que se le paga al “revendón”). Para el plátano que se define como de primera calidad por APASLAGO (25 cm. de longitud y 4,5 cm. de diámetro, peso entre 300-360 gr.) se puede recibir por pesada hasta 4 puntos (4.000 Bs.) por encima del precio radio. Con base en el precio del plátano de primera se fijan los precios del plátano de inferior calidad. Al final, el precio del mercado depende de las condiciones de las fuerzas del mercado en cada plaza. APASLAGO reconoce que cuando la demanda excede la oferta, el precio de venta lo impone el intermediario “revendón” y el productor puede recibir un precio más elevado. Sin embargo, cuando la situación se revierte (oferta mayor que demanda) son los camioneros-comerciantes y los compradores en la plaza los que puján por precios hacia la baja. El precio radio que sugiere APASLAGO también fija un precio techo, para evitar pérdida de competitividad y aumento de importaciones procedentes de Colombia (pocos frecuentes, pero que pudieran darse si el precio nacional se eleva demasiado). Es importante destacar que los problemas de asimetría de información también surgen en el proceso de formación de precios, por cuanto el intermediario “revendón” posee toda la información sobre las cotizaciones de la plaza, información de la cual no dispone el productor. En estas condiciones surge la posibilidad del fraude o “riesgo moral”, en tanto que los intermediarios pueden vender a un precio y declarar otro más bajo como precio de venta para el productor. Es por ello que las relaciones de confianza y amistad que se establecen entre intermediarios, productores y camioneros constituyen un aspecto fundamental que permite superar, aunque no del todo, los problemas de asimetría de información.

C.- Análisis institucional de la comercialización de plátano

En el tránsito entre el productor primario y el demandante final intervienen un conjunto de actores, normas- leyes (formales e informales) y organizaciones que conforman el entramado institucional de la comercialización de un producto en particular. Entre el productor agrícola y el demandante final existen intermediarios que desempeñan diferentes funciones y generan utilidad.

Según Mendoza (1985: 167), la intermediación se define como la institucionalización de la actividad de los intermediarios en el mercadeo. La creciente urbanización separa cada vez más a los productores y a los consumidores, por lo que los intermediarios se han institucionalizado para permitir que los bienes fluyan entre los productores y los demandantes. A pesar del cuestionamiento que se hace a los intermediarios, debe aceptarse que ellos son necesarios y muchas veces conveniente, debido a las fallas de los mercados, para que efectivamente pueda fluir la producción hacia los demandantes. En consecuencia, en el proceso de comercialización de un producto se establecen los denominados **Canales de Comercialización**, definidos como **“El conjunto de los agentes por los que pasa el producto desde que sale de la explotación agraria hasta que llega al consumidor final”** (Caldentey, 1991: 73). El análisis de los canales de comercialización permite, según Mendoza (1985: 169) **“...señalar la importancia y el papel que desempeña cada participante en el movimiento de los bienes y servicios. Cada etapa del canal señala, ya sea un cambio de propiedad del producto o un tipo de servicio que se presta dentro del proceso de comercialización”**. Seguidamente se analizarán los agentes canales de comercialización más frecuentes en la comercialización nacional del plátano (Ver gráfico 8.1).

Gráfico 8.1: Canales de Comercialización del Plátano en el Mercado Nacional



Con base en la opinión de informantes calificados de las zonas productoras, y aún teniendo en cuenta que se está perfilando una expansión de los procesadores y la modernización del comercio minorista (cadenas de super e hipermercados) se puede concluir que los canales de mayor importancia para la comercialización del producto son:

- **Productor (P)-→Camionero-comerciante (CC)-→Gran Distribuidor Mayorista (DM)-→Minorista (Min.)-→ Consumidor final (Cons).**
- **Productor (P)-→ Revendón-Comisionista (R) --→ Camionero comerciante- Acopiador Rural (CC)-→Gran Distribuidor Mayorista (DM)-→Minorista (Min.)-→ Consumidor final (Cons).**

Canales de comercialización alternativos que podrían mejorar la participación de los productores agrícolas en el precio final que paga el consumidor en el futuro, pero que actualmente no están totalmente desarrollados son:

- **Productor (P)-→Organización de Productores (OP)-→ Minorista-Supermercados (Min.)-→ Consumidor final (Cons). Alternativamente:**
- **Productor (P)-→Organización de Productores (OP)-→ Distribuidor Mayorista (DM) -→ Minorist-Supermercados (Min.)-→ Consumidor final (Cons).**

Adicionalmente debe destacarse que los canales que incluyen a la agroindustria, también están adquiriendo mayor importancia , dado el cambio en los gustos de los consumidores hacia productos más procesados (hojuelas-tostoncitos, patacones, conservas de plátano, harinas y otros) lo que ha inducido un crecimiento de la producción industrial y artesanal. Es de esperar entonces que en el futuro la comercialización del plátano previamente procesado por la agroindustria (AI) será un canal que continuará aumentando su importancia. Igualmente está sucediendo con las cadenas nacionales de super e hipermercados (MAKRO, Central Madeirense, CATIVEN-CADA, otros). Esta es la tendencia que se ha dado en América Latina, en cuanto a la comercialización de frutas y verduras frescas (Reardon y Berdegú, 2003).

Una política tendiente a mejorar la eficiencia de la comercialización del plátano en el mercado interno deberá promover la utilización más frecuente de los canales alternativos arriba señalados. Esto requerirá, en primer lugar apoyo a las organizaciones de los productores para que comercialicen el rubro. En segundo lugar, una política de fomento a la pequeña y mediana industria procesadora de plátano. Esto permitirá que los productores le agreguen mayor valor al producto, mejoren su participación en el precio final y que

disminuyan la incertidumbre sobre la colocación del plátano en el mercado. De otro lado, el desarrollo de la agroindustria permitirá disminuir las pérdidas que se producen a lo largo de la cadena¹⁴, responder a los cambios en los gustos de los consumidores, diversificar la línea de productos derivados del plátano y promover un mayor consumo de dichos productos en el mercado nacional e internacional.

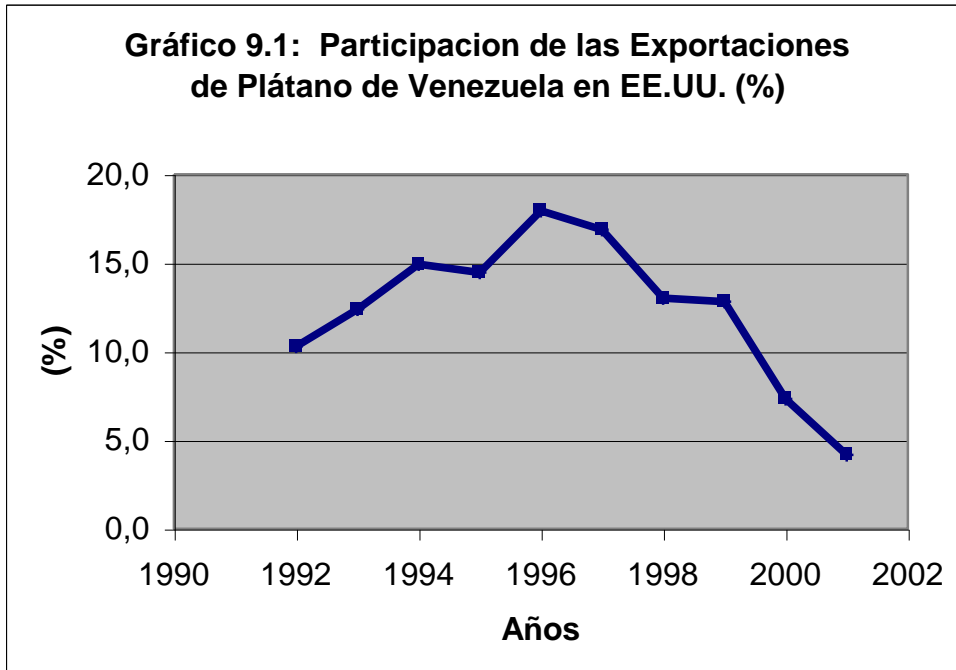
IX.- El comercio exterior

Venezuela es un exportador de plátano. Sólo en contadas ocasiones se han realizado importaciones, explicadas por la volatilidad cambiaria que le otorga temporalmente ventajas competitivas al plátano proveniente de Colombia. El plátano se exporta principalmente hacia el mercado de EE.UU., las Islas del Caribe y Colombia. Venezuela, a diferencia de otros países latinoamericanos (como Colombia y Ecuador) no se ha interesado por el mercado de la Unión Europea. El producto se exporta en su casi totalidad como producto fresco, aunque en los últimos años se han exportado productos con mayor valor agregado (hojuelas, plátano congelado). No obstante, las exportaciones de plátano y su participación en el mercado de EE.UU. han venido declinando tanto en tonelaje como en el valor de las importaciones que realiza ese país de plátano fresco. Este resultado significa que Venezuela ha perdido competitividad en ese importante mercado, que además muestra tendencia a crecer en la medida que lo hace la población de origen latinoamericano.

Las cifras de exportaciones de plátano publicadas por la OCEI, ahora Instituto Nacional de Estadísticas (INE) no son de buena calidad, y aparecen subestimadas¹⁵. Por lo tanto, se presentará seguidamente un cuadro basado en las exportaciones de plátano hacia el mercado de EE.UU. Del mismo se puede concluir que la tendencia de Venezuela ha sido la de disminuir las exportaciones hacia ese mercado, lo que se ha traducido en una pérdida de posicionamiento (en la cuota de mercado), lo que evidencia disminución de su competitividad (ver gráfico 9.1).

¹⁴ Estas pérdidas han sido estimadas por los expertos en un 10% de la producción agrícola inicial. Ver ULA-Instituto Nacional de Nutrición. Hojas de Balance de alimentos (www.saber.ula.ve/ciaal/estadísticas) .

¹⁵ En la nomenclatura no es posible diferenciar entre las exportaciones de plátano y de cambur (banana).



Cuadro 9.1: Valor de las Exportaciones De plátano hacia EE.UU.

Años	Valor de Exp. (miles de US\$)	Exp. (t)
1992	6.540	16.382
1993	6.248	19.434
1994	8.920	24.684
1995	8.036	24.627
1996	12.275	33.538
1997	15.022	30.339
1998	16.235	25.722
1999	17.825	27.241
2000	8.056	15.699
2001	4.757	9.025

Fuente: Department of Commerce;
U.S Census Bureau- Foreign Trade Statistics
Cálculos Propios.

Un factor a tener en consideración para explicar la pérdida de importancia absoluta y relativa de Venezuela en el mercado norteamericano ha sido la fuerte tendencia a apreciar el tipo de cambio real que tuvo el país durante el lapso 1997-2001. Es decir, la política cambiaria tuvo un sesgo anti-exportador, en tanto que países como Colombia y Ecuador (fuertes competidores en ese mercado) han instrumentado una política cambiaria destinada a mejorar la competitividad de sus exportaciones y promover su crecimiento. Además, los

países andinos, entre ellos Colombia y Ecuador exportadores de plátano, se benefician del sistema de preferencias arancelarias que les otorga EE.UU. para cooperar en la lucha contra el tráfico de drogas. Venezuela, como ya se ha dicho está excluida de este tratamiento favorable para sus exportaciones. Para el caso de la cadena plátano, la participación de Venezuela en el Acuerdo de Libre Comercio de las Américas (ALCA) significaría una oportunidad. Ello le permitiría acceso seguro y permanente, libre de aranceles, a su principal mercado de exportación.

Obviamente la política cambiaria es apenas uno de los factores determinantes de la competitividad. Porter (1990) ha planteado que la competitividad depende de varios factores, los cuales conforman un diamante y actúan interdependientemente para lograr una mayor competitividad de las empresas nacionales y/o regionales. Estos factores, que serán analizados de manera más detallada en el siguiente capítulo son: las condiciones de los factores (básicos y avanzados; generales y especializados); las estrategias de las empresas y el ambiente favorable a la competencia; las condiciones de la demanda y la existencia de aglomeraciones empresariales (*clusters*) que se apoyan mutuamente y generan sinergias y externalidades positivas que estimulan una mayor competitividad. Para Porter son factores secundarios, determinantes de competitividad, los eventos fortuitos (factores climáticos, enfermedades y plagas que atacan a las plantaciones) y el papel del gobierno a través de las políticas públicas. Una estrategia para impulsar y mejorar la competitividad de la cadena agroproductiva plátano deberá diagnosticar y proponer intervenciones públicas y privadas sobre los factores determinantes de la competitividad según Porter. Sin embargo, una revisión crítica de dicho enfoque obligará a asignarle un papel más importante a las políticas públicas y a las intervenciones estatales como generadoras de competitividad para la cadena agro-productiva plátano.

X.- El comportamiento del consumo

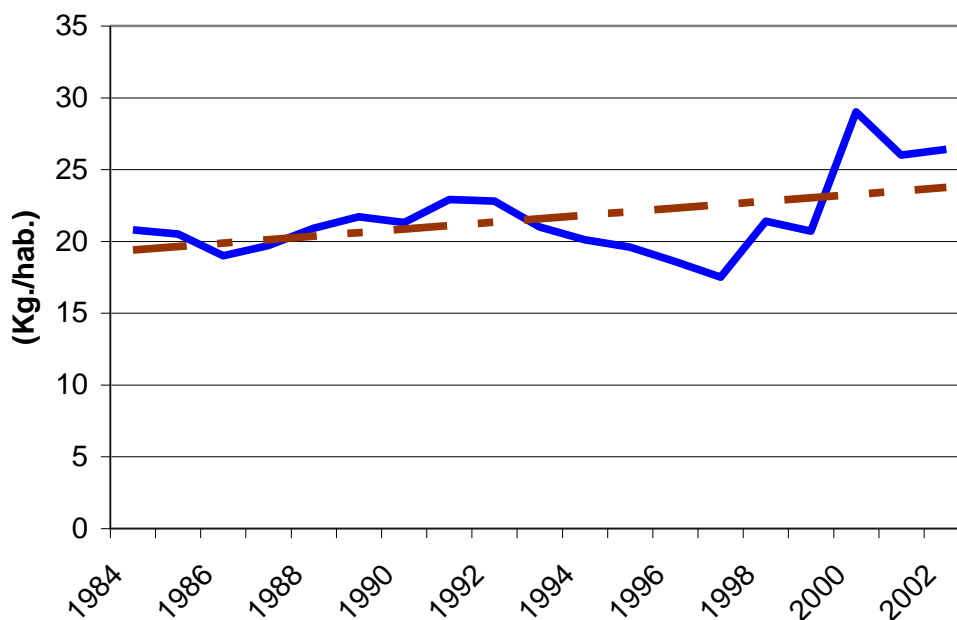
Aunque el consumo per cápita promedio de Venezuela es superior al promedio mundial, no es un gran consumidor de plátano, lo que también contrasta con su potencial para producir este rubro. Para 2001-2002 el consumo per cápita promedio de Venezuela estaba alrededor de 26,2 Kg. /hab. (Ver cuadro 7.1 y gráfico 10.1). En contraste, para el año 2001 los cinco primeros países en consumo por habitante (Kg. /hab.) presentaban las siguientes cifras: Uganda (183,5); Rwanda (156,2); Gabón (128,6); Ghana (100,2) y Cote

d'Ivoire (69,4). Para el año 2002, en América Latina y el Caribe los principales países consumidores (en Kg. /hab.) eran: Colombia (51,5); Cuba (36,7); Perú (33,7); Ecuador (32,5) y Honduras (30,8). Ver www.fao.org/faostat

El consumo aparente del plátano (producción + importaciones – exportaciones + variación de existencias) ha crecido desde 412.289 t en 1984 hasta 661.858 t en 2002, esto es a un ritmo promedio anual del 2,7%. Por su parte, el consumo per cápita creció desde los 20,8 Kg. /hab. en 1984 hasta los 26,4 Kg. /hab. en 2002. Es de destacar la tendencia creciente del consumo per cápita en los últimos años (ver gráfico 10.1 y cuadro 7.1). Así, en el período 1996-97/2001-02 la tasa media anual de crecimiento de dicha variable fue del 7,7 %, en contraste con la tasa media anual de crecimiento negativo de -4,6% para el período 1991-92/1996-97. Ese dinamismo del consumo se encuentra explicado más por los cambios en los patrones de consumo y en la caída de los precios reales pagados a los productores durante ese lapso¹⁶, que por mejoras en el poder adquisitivo de los consumidores. En el período 1996-97-2001-02 el PIBPC disminuyó en a un ritmo promedio anual de 2,3%. Entre los cambios más notables en el patrón de consumo se encuentra el auge en la demanda de productos procesados en forma de hojuelas-tostoncitos verdes y maduros), patacones y conservas de plátano. Es de esperar que en la medida que se desarrolle la agroindustria y se diversifique la oferta de productos procesados derivados del plátano, en combinación con la recuperación del crecimiento económico, la demanda doméstica y el consumo por habitante puede continuar mejorando.

¹⁶ Durante el período en referencia los precios reales recibidos por los productores de plátano disminuyeron al ritmo promedio anual del 3,2%.

Gráfico 10.1: Plátano Consumo Per cápita 1984-2002



XI.- Análisis de los Factores determinantes de competitividad (Diamante de Porter)

A. Condiciones de los factores

Con base en la clasificación sugerida por Porter (1990) puede afirmarse que la cadena agro-productiva plátano tiene condiciones favorables desde el punto de vista de los factores básicos, es decir aquellos heredados por la naturaleza. El país dispone de condiciones agro-ecológicas apropiadas para el cultivo del plátano. La localización de la mayor parte de la producción en el Sur del Lago de Maracaibo refleja la existencia de tales condiciones apropiadas al disponerse de abundantes suelos y condiciones climáticas apropiadas. Desde el punto de vista de los factores avanzados el circuito dispone de Centros de Investigación que desarrollan proyectos vinculados con el plátano (INIA, Centro Internacional del Plátano (CIPLAT), Universidad del Zulia (LUZ); Universidad de Los Andes (ULA), Universidad Experimental del Sur del Lago de Maracaibo (UNESUR), por sólo nombrar las más importantes. Lamentablemente el programa de extensión agrícola del CIARA (Ministerio de Agricultura y Tierras), cuyo segmento de cobertura eran los pequeños productores, se encuentra actualmente paralizado. El estado de la vialidad de la Carretera Panamericana, por donde transita la mayor parte de la producción hacia los grandes centros urbanos del país es aceptable. No se puede decir lo mismo de la vialidad

que enlaza a las unidades de producción con los centros poblados de las áreas productoras, la cual se encuentra en mal estado, sobre todo en épocas de lluvias. Esto encarece los costos de transporte y entraba el proceso de comercialización.

Un aspecto que vale la pena mencionar como positivo es la alta calidad del recurso humano lo que se evidencia en la experiencia de los productores quienes han mejorado el manejo agronómico de sus plantaciones para hacerle frente a las enfermedades, principalmente la sigatoca negra. De otro lado existen suficientes agro-técnicos en la zona, especializados en el cultivo del plátano.

Un factor avanzado que debe ser mejorado es la inversión en sistemas de riego adaptados a las condiciones del cultivo y a la disponibilidad de abundante aguas subterráneas en las principales zonas de producción. La adopción del riego es importante para evitar los efectos negativos de la temporada de sequía (verano) sobre la producción.

Los mecanismos de financiamiento deben ser mejorados, por cuanto los pequeños productores tienen poco acceso al crédito del mercado formal. Esto debido entre otras cosas a los problemas de precariedad jurídica de la tenencia y los problemas de selección adversa y riesgo moral derivados de las asimetrías de información que existen en los mercados financieros rurales, lo cual impide que el sector de pequeños productores sean un segmento de interés para que las instituciones financieras formales concedan créditos.

También debe destacarse la inexistencia del seguro agrícola, muy necesario, sobre todo por los efectos negativos que tiene sobre la producción las enfermedades, la sequía, las inundaciones y los vientos huracanados (“chubascos”).

B.- Las condiciones de la demanda

En los últimos años ha habido una tendencia creciente de la demanda doméstica de los principales productos generados por la cadena (plátano fresco, tostones (hojuelas y otros) como lo evidencia el aumento del consumo per cápita (ver gráfico 10.1). En la medida que el país reactive su economía y se enrumbe por la senda del crecimiento económico sostenido, dicha demanda deberá aumentar. El aún pequeño sector industrial del plátano deberá ser fomentado para que aumente la producción de aquellos productos derivados del plátano que exigen los consumidores mayormente ubicados en las ciudades (plátano congelado y empacado listo para freír, hojuelas-tostoncitos, patacones, conservas, harinas y otros).

Desde el punto de vista de las condiciones de la demanda es importante destacar que debido a la modernización del comercio minorista (los súper e hipermercados), el problema derivado de la inexistencia de normas para la comercialización, comienza a subsanarse. Los Supermercados y sus comisionistas dedicados a compra el producto en las zonas productoras realizan una labor de clasificación del producto, otorgándole preferencia al plátano con características de tamaño y condiciones que exigen los consumidores (clientes de los súper e hipermercados). Esta señal más directa de los consumidores a los productores deberá incidir en mejoras del producto a ofrecer por los agricultores¹⁷.

No ha sucedido lo mismo con la demanda externa (exportaciones de plátano fresco) la cual ha mermado, sobre todo en el principal mercado de destino: EE.UU. Ello refleja la pérdida de competitividad del circuito en ese mercado (ver cuadro 9.1 y gráfico 9.1). En la medida que se estabilicen las variables macroeconómicas y el mercado cambiario (ahora controlado) se libere se podrán reanudar estas exportaciones. Una adecuada estrategia para fomentar las exportaciones debería considerar no solamente al mercado de EE.UU. como importante. En el pasado se han hecho y se continúan haciendo exportaciones de plátano hacia Colombia (principal socio comercial en la Comunidad Andina de Naciones) y las Islas del Caribe. Fomentar las exportaciones obligará a competir con otros países que también desean apoderarse de los mercados, con sus consecuentes estímulos para realizar inversiones e innovaciones que pueden mejorar la competitividad del circuito.

C.- Existencia de industrias relacionadas y de apoyo (conglomerados de empresas- “clusters”)

A pesar de que existe un conjunto de empresas e instituciones que apoyan las actividades de producción y distribución de los productos que genera el circuito, no existe un “ cluster” debidamente estructurado. Esto es una aglomeración de empresas e instituciones localizadas geográficamente y actuando en sinergia, generando externalidades positivas través de sus interacciones. Pudiera decirse que existe una buena relación e interacción entre las empresas proveedoras de insumos y de servicios de fumigación aérea y los productores agrícolas. No obstante, el escaso desarrollo de la agroindustria del plátano, sobre todo en las zonas de producción, es un factor limitante a la competitividad de la cadena. Hay otros problemas en el cluster derivados del mal funcionamiento de los

¹⁷ Como bien lo ha señalado Porter (1991: 147): “ Los atributos más importantes de la demanda doméstica son aquellos que producen un estímulo inicial y sostenido para la inversión e innovación así como para

mercados financieros, lo limitado de los servicios de asistencia técnica y de transferencia de tecnología. Ayudar a la estructuración y mejor interacción del “*cluster*” del plátano en las principales zonas de producción luce conveniente para las estrategias de largo plazo destinadas a mejorar la competitividad de la cadena.

D.- Estructura del mercado, estrategias de los actores y rivalidad de las empresas

La estructura del mercado al nivel de la producción primaria es bastante competitiva (homogeneidad del producto, muchos productores con nula incidencia sobre el precio). No obstante, la existencia de problemas de asimetría de la información (información de precios y condiciones del mercado no es igual para todos los actores), los problemas derivados de la mala infraestructura vial hacia las fincas y la poca organización de los productores hace que existan actores privilegiados, los cuales ejercen su poder de mercado en detrimento de los precios que reciben los productores agrícolas. Al nivel de la agroindustria pareciera estarse fomentando algún nivel de rivalidad, sobre todo en la producción de hojuelas-tostoncitos, lo que se evidencia en la existencia de diferentes marcas.

La prácticamente inexistencia de competencia de las importaciones ha incidido en las estrategias de los actores, sobre todo de los productores, cuyo nivel de organización es muy bajo. Apenas recientemente (años 2002-2004) pareciera haber un crecimiento interesante del número de cooperativas de productores agrícolas, estimuladas por la necesidad de obtener financiamiento subsidiado y con pocas exigencias por parte de organismos gubernamentales. Los efectos de esta política sobre la competitividad sólo podrán ser evaluados en el mediano y largo plazo. El surgimiento de cooperativas de productores y el financiamiento gubernamental al desarrollo del proyecto industrial más importante de la cadena (PROINPLAT) ha permitido la incorporación de las cooperativas como accionista en dicho proyecto.

Las organizaciones de productores más exitosas (ASPALAGO) han instrumentado una estrategia destinada a la venta de insumos financiados a los productores y a mejorar la comercialización de la producción, generando mayor valor agregado al realizar algunas funciones de la comercialización (clasificación, empaçado, compra-venta), pero fundamentalmente orientados hacia el mercado doméstico. En épocas de escasez del

competir cada vez que vaya pasando el tiempo en segmentos cada vez más perfeccionados”

plátano, cuando los precios tienden a subir, las organizaciones han generado opinión y acciones para evitar que el precio suba y estimule importaciones desde el vecino país Colombia.

E.- El rol del gobierno

En la actualidad (2004) el gobierno está incidiendo fuertemente sobre los resultados de la cadena a través de:

- La política macroeconómica, sobre todo a través de los denominados macroprecios: tasa real de cambio; tasa de interés real y salario real. En primer lugar existe un control de cambios con el surgimiento de dos mercados: uno oficial (1.920 Bs./US dólar) y uno paralelo- no legal (2.600-2.700 Bs./US dólar) . Esto genera desestímulos para las exportaciones legales, pues las divisas obtenidas deben ser cambiadas al tipo de cambio oficial, problemas para conseguir divisas para la importación de insumos al tipo de cambio oficial lo que encarece los costos de producción. De otro lado se fomentan las exportaciones ilegales (contrabando) hacia Colombia, donde la venta del producto se realiza al tipo de cambio que establece el mercado paralelo (mayor que el oficial). El control de cambios y el aumento del gasto público ha permitido aumentar la oferta monetaria por lo que las tasas de interés han tendido a bajar, alcanzando valores negativos en términos reales. Además, el gobierno mantiene la política de obligar a la banca comercial a dedicar un porcentaje de su cartera crediticia (12%-15%) para créditos agrícolas, a tasas de interés activas por debajo de las del mercado. También se han instrumentado programas de financiamiento especiales para las cooperativas agrícolas a través de organismos públicos regionales y nacionales. Es decir, desde el punto de vista de financiamiento y de tasas de interés ha habido, sobre todo en 2004, una política activa para estimular la producción agrícola y agroindustrial. Lamentablemente, la disminución del ingreso per cápita y de los salarios reales desde 2002 ha actuado como un freno a la expansión de la demanda interna, la cual pudo haber sido más elevada en un contexto de salarios y PIB per cápita real creciendo.
- La política de tierras, expresada en el cambio en el marco legal (Ley de Tierras y Desarrollo Agrario) también ha incidido sobre el sector productor, por cuanto se han dado invasiones de fincas y se ha dotado de parcelas a pequeños productores.

No se dispone de una evaluación de los resultados de esta política, pero la misma pudiera estar limitando las inversiones de los medianos y grandes productores, ante la inseguridad existente para ejercer sus derechos de propiedad.

- A pesar de existir control de precios sobre muchos alimentos, este no es el caso del plátano y de sus productos derivados. Por lo tanto, este factor no ejerce los efectos negativos que tiene sobre otras cadenas agro-productivas, cuyos productos tienen precios regulados (precios máximos de venta al público).
- La política comercial se ha manifestado en la permanencia de Venezuela como miembro de la Comunidad Andina de Naciones (CAN- Unión Aduanera) lo que permite exportar sin restricciones arancelarias el plátano y sus derivados hacia los países socios del acuerdo, principalmente Colombia. Sin embargo, en el caso del principal mercado de exportación (EE.UU.) Venezuela no logró obtener las preferencias arancelarias adicionales al sistema generalizado de preferencias que otorga EE.UU., a los otros países miembros de la CAN (Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia). Esto le permite a Colombia y a Ecuador exportar plátano hacia EE.UU. con mayores ventajas que Venezuela.
- Una acción importante que realiza el gobierno en las zonas productoras de plátano del Sur del Lago se refiere al CIPLAT, organismo adscrito a CORPOZULIA que realiza básicamente labores de asistencia técnica y de financiamiento a las cooperativas de productores de plátano. El INIA también realiza investigación sobre plátano en la Estación Experimental Chama, ubicada en el estado Zulia, Municipio Colón).

F.- Factores fortuitos

Las principales amenazas que tiene la cadena están derivadas de factores como : las plagas y enfermedades del cultivo, principalmente la sigatoca negra; las inundaciones que sufren algunas zona en épocas de lluvias y por desbordamientos de los ríos. Se debe destacar, como factor fortuito muy importante, con consecuencias negativas sobre las plantaciones el efecto de los vientos huracanados (“chubascos”).

XII.- Lineamientos básicos de una estrategia para mejorar el desempeño del circuito plátano en Venezuela

A.- Diagnóstico estratégico (FODA) del circuito plátano (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

1.- Fortalezas (F). Las fortalezas más importantes del circuito son las siguientes:

- Las condiciones agroecológicas favorables para el cultivo, especialmente en la región del Sur del Lago de Maracaibo.
- La experiencia acumulada por los productores en el cultivo. Esta experiencia ha mejorado notablemente y se evidencia con la mejora de los rendimientos y del manejo agronómico de las plantaciones.
- La experiencia exportadora del país, especialmente hacia los mercados de EE.UU. y de Colombia. A ello se une la existencia de empresas exportadoras con conocimientos del mercado internacional.
- La valoración positiva del plátano venezolano en el mercado de EE.UU., lo que se evidencia por los mejores precios que se pagan por el plátano originario de Venezuela.
- La importancia del plátano como alimento básico de la dieta de los venezolanos (décimo alimento aportador de calorías).

2.- Oportunidades (O)

- La depreciación del tipo de cambio real, que permite mejorar la competitividad del producto en los mercados internacionales.
- El apoyo en transferencia de tecnología y extensión agrícola que puede brindar el Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas (INIA), el Centro Internacional del Plátano (CIPLAT-adscribo a CORPOZULIA) y la Universidad de Los Andes a través de la Agenda Plátano.
- La disponibilidad en el mercado de variedades resistentes a la “sigatoca negra”.
- La existencia de agro-técnicos altamente calificados y conocedores de la problemática del cultivo.
- La existencia de empresas proveedoras de insumos y servicios (asistencia técnica, fumigación aérea, transporte, otros) que además financian a los productores.
- La continuidad y el fortalecimiento de la integración económica con Colombia lo que permite exportar hacia ese mercado.
- El crecimiento de la demanda de plátano y derivados en los mercados internacionales (EE.UU.) y la Unión Europea.
- La concreción del Acuerdo de Libre Comercio de las Américas (ALCA) podría mejorar las condiciones de acceso al mercado de EE.UU. y obtener un tratamiento similar en preferencias arancelarias, igual al que reciben el resto de los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones. Esto permitiría mejorar la competitividad del plátano venezolano en su principal mercado de exportación.
- Los programas de crédito gubernamental para apoyar el cultivo y el desarrollo de la agroindustria.
- La puesta en marcha del complejo Agroindustrial PROINPLAT en el Municipio Colón- Estado Zulia, a partir de enero de 2004, brinda una excelente oportunidad

para fortalecer el componente industrial del circuito y diversificar la oferta de productos derivados del plátano.

- La modernización del comercio minorista (Cadenas de supermercados e hipermercados) brinda oportunidad para promover cambios en el sistema de comercialización, evolucionando desde un sistema altamente centralizado a uno más descentralizado, en el cual los productores puedan agregarle mayor valor al producto y disminuir la incertidumbre de precios a recibir. De otro lado, los consumidores podrán adquirir productos más homogéneos y de mejor calidad.
- Los cambios en los patrones de consumo y el crecimiento de los negocios de comida rápida, quienes están demandando productos procesados de mayor valor agregado (hojuelas-tostoncitos, plátano congelado y empacado, patacones congelados, conservas y otros productos).
- Los programas gubernamentales de apoyo a la creación de cooperativas, y de financiamiento para los pequeños productores.
- La nueva legislación en materia de financiamiento agrícola, microfinanzas, cooperativas y desarrollo de Zonas especiales (Ley Zona Especiales de Desarrollo-ZEDES). Esta última ley ha definido el Sur del Lago de Maracaibo como ZEDE.

3.- Debilidades (D)

- Problemas en el sistema de comercialización, derivados de la inexistencia de normas, sistemas de peso y medidas poco confiable, poca información sobre oferta y demanda en los mercados de origen, sistemas de transporte inadecuados, sistema centralizado que le otorga mayor poder de mercado a los mayoristas de destino y de origen (camioneros-comerciantes) y a los intermediarios (“el revendón”).
- Poca organización de los productores, lo que dificulta la comercialización del producto y encarece la compra de insumos y servicios (fumigación, asistencia técnica).
- Poca uso del riego para compensar la falta de agua (lluvias) durante el verano.
- Baja capacidad gerencial de los productores.
- Bajo desarrollo del componente agroindustrial.
- La inseguridad jurídica de la tenencia de la tierra, que limita el acceso al financiamiento en los mercados formales.

4.- Amenazas (A)

- Los vientos huracanados y las inundaciones que causan daños a las plantaciones.
- Las plagas y enfermedades (la sigatoca negra y otras) cuyo control eleva los costos de producción.
- Los efectos del verano que disminuyen los rendimientos.
- La inexistencia de mercados de seguros agrícolas que permitan minimizar el riesgo derivado de los factores climáticos, las inundaciones, las plagas y enfermedades que atacan al cultivo.
- La paralización del programa de extensión agrícola del CIARA, que afecta fundamentalmente a los pequeños productores.
- Las deficiencias de la infraestructura vial, con efectos negativos sobre la comercialización y los costos de transporte.

- La inestabilidad de precios al nivel del productor agrícola.
- El excesivo poder de mercado de los mayoristas (de destino y de origen) y de los intermediarios.
- Las mejoras de competitividad y el desarrollo de estrategias exportadoras de países que compiten en el principal mercado de exportación del rubro.
- La inestabilidad política y macroeconómica.
- El control del tipo de cambio, con una paridad oficial que obliga a los exportadores a cambiar las divisas a un precio inferior al del mercado paralelo. De otro lado, la dificultad para obtener divisas al tipo de cambio oficial encarece los insumos necesarios para producir con efectos negativos para la cadena productiva y de comercialización.

B.- Estrategias y políticas para mejorar la competitividad del circuito plátano

1.- Los grandes objetivos y la visión del circuito (de la cadena) plátano en un horizonte de diez años

Con base en los análisis realizados en los capítulos anteriores, se proponen los siguientes objetivos a alcanzar con carácter prioritario en los próximos diez años (visión al 2015):

- Fomentar el componente agroindustrial y la producción de derivados procesados del plátano.
- Aumentar los rendimientos del cultivo, especialmente en las áreas de mayor producción
- Desarrollar un programa de estímulo a las exportaciones de plátano fresco y de sus derivados (procesados agroindustrialmente).
- Mejorar la capacidad gerencial y la organización de los productores agrícolas primarios.
- Estimular mejoras en los procesos de comercialización interna promoviendo el desarrollo de esquemas de comercialización descentralizados.
- Disminuir los riesgos a que está sometida la producción agrícola mediante la implantación de un programa de seguro agrícola, parcialmente subsidiado por el gobierno nacional.

Se trata en definitiva de mejorar la competitividad, esto es, el posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales de los productos generados por el circuito, obteniendo beneficios positivos para los actores de la cadena, mediante la mejora de los esquemas de comercialización, el aumento significativo de la producción de derivados industriales del plátano y de las exportaciones del producto fresco y procesado hacia los mercados de EE.UU. , Colombia, Las Islas del Caribe y la Unión Europea.

VISIÓN DEL CIRCUITO PLÁTANO PARA EL AÑO 2015

“Un circuito competitivo en el mercado nacional e internacional, generador de productos con elevado nivel de valor agregado y de excelente calidad, posicionados en los mercados nacionales e internacionales, con una mejor organización de los productores, predominancia de esquemas de comercialización descentralizados y con una amplia cobertura de los riesgos de la actividad agrícola primaria “

2.- Las estrategias para el logro de la visión

2.1.- Estrategias FO: Utilizar fortalezas para aprovechar oportunidades

- Incrementar la producción del plátano.
- Fomentar las exportaciones del plátano, con énfasis inicial en los mercados tradicionales.
- Realizar inteligencia de mercados con la finalidad de exportar productos procesados y no procesados hacia los mercados tradicionales (EE.UU., Colombia e Islas del Caribe) y para la Unión Europea.

2.2.- Estrategias DO: Superar debilidades aprovechando oportunidades

- Reactivar el programa de extensión agrícola con cobertura para los pequeños productores mediante participación activa del CIPLAT y de empresas privadas de extensión agrícola.
- Promover la organización de los productores.
- Fomentar el desarrollo de la agroindustria pequeña y mediana de procesados de plátano mediante programas de financiamiento con apoyo de instituciones financieras públicas, nacionales y regionales.
- Fomentar esquemas de comercialización descentralizados, intensificando las relaciones entre las cadenas nacionales de súper e hipermercados y las organizaciones de los productores.
- Estimular la compra-venta del producto y derivados procesados a través de la Bolsa Agrícola.
- Desarrollar un programa de inversiones en sistemas de riego para las principales áreas productoras con apoyo de instituciones financieras públicas, nacionales y regionales.
- Promover esquemas de financiamiento alternativos mediante la organización de los productores (microfinanzas, cajas rurales, otros) con apoyo de instituciones financieras públicas, nacionales y regionales.

2.3.- Estrategias FA: Aprovechar fortalezas para evitar (enfrentar con éxito) amenazas

- Aprovechar la dotación de factores (condiciones agroecológicas, experiencia de los productores y otras), la valoración positiva de la calidad del plátano venezolano en EE.UU., para desarrollar un programa de promoción de exportaciones, de manera tal que se mejore la competitividad en los mercados internacionales.

2.4.- Estrategias DA: Superar debilidades para evadir Amenazas

- Fortalecer la organización de los productores para desarrollar acciones colectivas destinadas a lograr mejoras de la viabilidad agrícola.
- Instrumentar un programa especial de seguro agrícola, subsidiado parcialmente por el gobierno nacional.
- Promover esquemas de comercialización descentralizados y la firma de contratos de suministro.
- Intensificar el uso del riego en las plantaciones.
- Explorar la introducción de variedades resistentes a la sigatoca negra.

REFERENCIAS

Abreu Olivo, Edgar; Gutiérrez, Alejandro y Fontana, Humberto, et al. (1993). La agricultura componente básico del sistema alimentario Venezolano. Fundación Polar, Caracas.

Ayala, José. (1999). Instituciones y economía: Una introducción al neoinstitucionalismo económico. Fondo de Cultura Económica, México D.F.

Boehlje, Michael. (1999). Structural changes in the agricultural industries: how do we measure, analyze and understand them? American Journal of Agricultural Economics, Vol. 81, No 5, pp. 1.028-1.041.

Caldentey, Pedro (1991). Comercialización de productos agrarios. Editorial Agrícola Española, S.A., Madrid.

Cartay, Rafael. (1992). Historia de la alimentación del nuevo mundo. Fundación Polar, Caracas.

Contreras M, Javier y Muchacho E, José (1997). Rentabilidad de los agentes de comercialización del plátano en la Parroquia Simón Rodríguez del Municipio Francisco Javier Pulgar Estado Zulia. Universidad Sur del Lago Jesús María Semprúm, Trabajo de grado para obtener el título de Ingeniero de la producción agropecuaria, Santa Bárbara Estado Zulia, Venezuela.

Corporación Colombia Internacional. (2000). Perfil de producto: plátano. Boletín CCI: SIM Perfil de producto No 7, enero-marzo, Bogotá

David, Fred R. (1997). Conceptos de administración estratégica. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A., México.

Ecarri, Carmelo. (1982). Los procesos agroeconómicos. Musáceas. Sistemas ambientales venezolanos. Proyecto VEN/79/001. Ministerio del Ambiente y de los Recursos Naturales, Caracas.

Francés, Antonio. (2001). Estrategia para la empresa en América Latina. Ediciones IESA, Caracas.

Fundación Polar. (1988). Diccionario de Historia de Venezuela. Segunda Edición, Caracas.

Gutiérrez, Alejandro (2004). Tendencias recientes del mercado mundial del plátano: implicaciones para Venezuela. Mimeografiado, Universidad de Los Andes, Centro de Investigaciones Agroalimentarias, Agenda Plátano-Proyecto CDCHT-CVI-PICAGM 07-00 Mérida.

Instituto Nacional de Nutrición-Universidad de Los Andes. Hojas de Balance de Alimentos (Varios años).

Llambí, Luis (2002). El plátano en el Sur del lago de Maracaibo. Documento inédito, mimeografiado, Instituto de Investigaciones Científicas (IVIC), Laboratorio de Estudios Rurales, Altos de Pipe, Venezuela.

Malassis, L. (1979). *Économie agro-alimentaire: économie de la consommation et de la production agroalimentaires*, Tome I, Cujas, París.

Malassis, L. (1986). *Économie agroalimentaire: L'economie mondiale*, Tome III, Cujas, París.

Martin, Frédéric; La Rivière, Sylvain; Gutiérrez, Alejandro y Reyes, Alejandro. (1999). *Pautas para el análisis de circuitos agroalimentarios*. Fundación Polar, Caracas.

Mendoza, Gilberto. (1985). *Compendio de mercadeo de productos agropecuarios*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), San José de Costa Rica.

Nava, Carlos. (1997). *El plátano su cultivo en Venezuela*. Ediciones Astro Data s.A., Maracaibo.

Ordosgoitt, F. A. (1999). *Enfermedades del banano y el plátano en Venezuela. Medidas de control en Venezuela*. Fondo Nacional de Investigaciones Agropecuarias, serie B, No 37, Maracay, Venezuela.

Pando, J. L. (1975). *La comercialización como sistema*. FAO, Santiago de Chile.

Porter, Michael. 1990. *The competitive advantage of nations*. The Free Press, New York.

Reardon, Thomas y Berdegué, Julio (2003). *La rápida expansión de los supermercados en América Latina: desafíos y oportunidades para el desarrollo*. Banco Interamericano de Desarrollo, No RUR-03-101, Washington D.C.

Quiroz, Jorge (1999). *Políticas de precios agrícolas en Venezuela: el balance de los noventa*. Serie Documentos: Convenio MAC-IICA, Caracas.

Shaffer, James D. (1968). *Changing orientations of marketing research*. *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 55, No 2, pp. 1437-1453.

Schejtman, Alexander. (1994). *Economía política de los sistemas alimentarios en América Latina*. Oficina regional de la FAO para América Latina y el Caribe-División Agrícola Conjunta CEPAL/FAO. Santiago de Chile.

Staatz, John M. (1997). *Notes on the use of subsector analysis as a diagnostic tool for linking industry and agriculture*. Department of agricultural economics-Staff Paper 97-4, Michigan State University-East Lansing.

Timmer, Peter; Falcon, Walter and Pearson, R Scott. (1985). Food Policy Analysis. The John's Hopkins University Press.

Varian, Hal R. (1998). Microeconomía intermedia. Antoni Bosch Editor S.A., cuarta Edición, Barcelona, España.