



La asociatividad agropecuaria en Colombia: “Los mangos bajitos”, ¿cómo voy yo ahí? y las victorias tempranas.

Economía, 03/07/2020



La pobreza monetaria en los centros poblados y las zonas rurales dispersas se ubicó en el 36.1% para 2018 (DANE, 2019). Los estudios

al respecto indican que uno de los factores de peso detrás de esta realidad es la dificultad para generar ingresos suficientes de la agricultura a través del mercado.

Esta dificultad, entre tantas otras, puede derivarse de la poca asociatividad que se tiene en el campo colombiano. Según el último Censo Nacional Agropecuario, de los 2 millones de unidades de producción agropecuarias que existen en el país, alrededor del 9.8% pertenecen a alguna figura asociativa. Muy pocas para un país que pretende fortalecer el campo.

De ante mano sabemos que cuando un productor actúa de manera individual, asume los costos de transar, ya sea para la compra de insumos, la comercialización, o la logística. El modelo asociativo lo que permite es generar economías de escala dentro de la cadena de valor, nivelar el pulso en las negociaciones, y trabajar por objetivos específicos.

Sin embargo, la gran mayoría de las organizaciones asociativas existentes tienen graves problemas estructurales que no les permite ser competitivas. Y dentro de estos problemas se puede identificar lo que alguien llamó “los mangos bajitos”, queriendo decir con esto que estamos inclinados a aquello que no nos genere mucho esfuerzo y que los resultados los tengamos a la mano. Adicionalmente a lo anterior, el ¿cómo voy yo ahí?, no ha permitido un trabajo comunitario cohesionado con miras a objetivos comunes.

A esto se le suma que los proyectos que llegan a las regiones para el fortalecimiento del desarrollo agropecuario, dentro de las metas planteadas están resaltadas las victorias tempranas, lo que no permite tomarse el tiempo de entender los contextos, la

cultura, las personas.

En el trabajo que realizamos para fortalecer empresarial y financieramente las organizaciones asociativas agropecuarias hemos identificado que dependiendo del objeto por el cual se asociaron, así es su trabajo en equipo y por ende su sostenibilidad y competitividad dentro de la cadena de valor. Son muy conocidas las organizaciones asociativas que se crearon obligadas para recibir un recurso, o se crearon con un objetivo distinto al comercial. De igual manera se ha identificado que existe un craso error en la manera cómo se abordan las problemáticas y se cree que las soluciones son universales para todas, olvidando el enfoque territorial.

Dentro de las organizaciones se hace necesario formar en educación financiera, temas legales, de mercados, y demás temas de las áreas empresariales. Aunque, así como lo expresó Tagore, y lo retomó David Escobar Arango en unas de sus columnas, educar únicamente en las ciencias y las técnicas es como dedicarse al contenedor y dejar a un lado el alma. Por esta razón considero más que necesaria la formación a través de una educación de la conciencia, del pensamiento crítico que sea capaz de dirigir la toma de decisiones.

Para terminar, si el motivo del fortalecimiento asociativo es la comercialización, entonces se hace urgente integrar las organizaciones a las cadenas de valor, no solo vistos como proveedores, si no como actores estratégicos para el sostenimiento de la cadena y el desarrollo rural. Esta integración se puede nutrir si la formación a los integrantes de las organizaciones asociativas se expande al Ser y al pertenecer.