

## **LA CADENA DE HORTALIZAS: La estrategia de ascenso de los productores sinaloenses.**

Esta ponencia fue presentada en el Primer Congreso de Estudiantes de Posgrado de la Universidad Nacional Autónoma de México, Mayo, 2011, Ciudad Universitaria, Distrito Federal.

**La investigación que presento hoy, LA CADENA GLOBAL DE HORTALIZAS: la estrategia de ascenso de los productores sinaloenses, es una tesis de doctorado que tiene como objetivo principal analizar los retos y potencialidades de los productores de hortalizas orientados al mercado de Estados Unidos, y esbozar estrategias de corto, mediano y largo plazo que permitan revalorar a este grupo de empresarios en la cadena de valor.**

**La hipótesis que sostengo es que la evolución de esta clase agrícola empresarial está determinada por el proceso de maximización de beneficios de la o las empresas globales líderes de la red, me refiero a las grandes cadenas de supermercados como Wal-Mart y los proveedores de semilla como Monsanto. Wal-Mart es la empresa más grande del mundo por ingresos obtenidos, alrededor de 400 mil millones de dólares, y la tercera por rentabilidad después de Exxon y Microsoft, durante el 2010 reportó un beneficio bruto de 106 mil millones de dólares. Monsanto, corporación líder en la oferta de semilla es la principal corporación global semillera dueña del 23% del mercado de semilla patentada con ingresos alrededor de 10 mil millones de dólares y una rentabilidad bruta de 5 mil millones de dólares en 2010. Sólo con el fin de ilustrar los equilibrios económicos de poder señalaré que el ingreso total de las exportaciones de hortalizas sinaloenses en la temporada 2009-2010 fue de 1,200 millones de dólares, el 12% de los ingresos totales de Monsanto.**

**La coordinación de las corporaciones líderes se explica, en primer lugar, por el crecimiento exponencial de los grandes supermercados que se constituyen en estructuras oligopólicas, cerrando cada vez más los canales de distribución, esto contribuye, en segundo lugar, a que los productores sean controlados a través de requerimientos que se convierten en condición de competitividad, verbigracia las certificaciones de inocuidad, responsabilidad social y sostenibilidad ambiental, mismos que implican la adquisición de tecnología y modelos de negocios específicos provistos por las empresas globales antes mencionadas.**

**Lo anterior implica una dinámica de competencia desigual en los diversos segmentos de la cadena, definida por el liderazgo de la red, que maximiza los ingresos y beneficios de las corporaciones líderes y perjudica a los eslabones intensivos en trabajo.**

Los productores de alimentos crecen en los países en desarrollo mientras los canales de distribución se cierran como consecuencia de la reducción del número de supermercados y proveedores de tecnología, menos jugadores cada vez más grandes, dibujando una especie de pirámide que muestra el crecimiento de la competencia abajo así como la reducción los precios al productor, al mismo tiempo que los costos de producción se incrementan, ya que el agricultor, para que su producto cruce la frontera, tiene que ser inocuo, y si quiere competir en nicho, tiene que ser socialmente responsable y/o verde. La estructura oligopólica en la punta, contrario a la amplia estructura de la base productora, tiene la capacidad de fijar precios altos, encareciendo el nivel de vida tanto de productores como de consumidores

¿Por qué pasa lo anterior? Los productores sinaloenses dependen históricamente de financiamiento externo, transferencia tecnológica y canales de distribución. Los motores de crecimiento interno son débiles y el mercado interno no es capaz de absorber la oferta de calidad de exportación, así como de proveer tecnología, especialmente semilla, competitiva para los estándares de los mercados internacionales.

¿Cuáles son las opciones en este escenario?

1. Crecer vía diferenciación del producto, que es lo que se viene haciendo desde los noventa, tratando de que Sinaloa se convierta en un distintivo hortícola asociado a las tendencias internacionales de calidad, seguridad en los alimentos, conciencia social y de medio ambiente, colocándose en nichos de mercado de las principales ciudades de los Estados Unidos, sobre todo en la costa este. Este camino beneficia la posición de los empresarios del campo pero no rompe con la triple dependencia antes señalada.
2. En el mediano plazo la estrategia debe permitir que los productores se integren hacia adelante en labores de empaque y transporte, así como de negociación directa con los supermercados, por medio de créditos nacionales y eliminación de intermediarios que es una tendencia que cada vez cobra más fuerza y tiene aspectos riesgosos para los productores, que no tenemos tiempo de discutir aquí. Esta estrategia rompería parcialmente con la dependencia financiera y de distribución, un gran reto, dado que solo 3% de los productores de hortalizas en todo el país, tienen empaque y transporte propio.
3. En el largo plazo el camino es una reorientación radical de la política agrícola que apueste de manera decidida, en un marco de inversiones y asociaciones eficientes, a la biotecnología, al mismo tiempo que impulsa los procesos agrícolas alternativos que ya son nichos de mercado altamente rentables, me refiero a la agricultura orgánica, agroecología, tradicional, ecológica, etc. El financiamiento interno debe crecer con la finalidad de romper una trayectoria de dependencia que tiene más de un siglo de vigencia, y para ello se necesita

**hacer más eficiente la regulación bancaria, aprovechando que el tema se ha puesto de moda después de la crisis de 2008.**

**Para terminar quiero destacar que el uso de la metodología de las cadenas globales de valor, fue de gran utilidad en el desarrollo de esta investigación, en la medida en que:**

**Me permitió analizar un problema relativamente añejo con herramientas teóricas y metodológicas *ad hoc* a la etapa de globalización, caracterizada por la revolución informática y la desregulación económica, dando como resultado un nuevo diagnóstico que desmitifica en el marco del mercado internacional el supuesto éxito y fortaleza en la producción y exportación de hortalizas mexicanas, dejando en claro:**

**La triple dependencia de los agricultores,**

**La pérdida de competitividad en el mercado de los Estados Unidos, se han perdido veinte puntos en 30 años en las importaciones de tomate estadounidenses.**

**Y, finalmente, la posible crisis del patrón de especialización agrícola inaugurado en Sinaloa en 1907 con las exportaciones de tomate por tren.**

Fuente: <http://seykaeconomiaymas.blogspot.mx/2011/05/la-cadena-de-hortalizas-la-estrategia.html>