



**CENTRO DE ESTUDIOS
PARA EL DESARROLLO REGIONAL**

INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN

**“EL PAPEL DE LAS REDES SOCIALES EN LA
REPRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE LA
MICROEMPRESA RURAL NO AGRÍCOLA: LA
EXPERIENCIA DE AREQUIPA Y MOQUEGUA”**

**ALIPIO MONTES URDAY
JUAN CATAORA BRUNA**

AREQUIPA, JULIO 2005

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	01
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	02
1.1. Planteamiento del Problema.....	02
1.2. Objetivos.....	04
1.3. Hipótesis de Investigación.....	05
1.4. Metodología.....	05
II. MARCO TEÓRICO: REDES SOCIALES Y CAPITAL SOCIAL.....	06
III. RESULTADOS.....	10
3.1. Características de los negocios rurales no agrícolas: el caso de la agroindustria rural láctea en las regiones de Arequipa y Moquegua.....	10
3.1.1. Surgimiento y desarrollo.....	10
3.1.2. Tamaño.....	13
3.1.3. Nivel tecnológico.....	14
3.1.4. Tipología de las microempresas.....	17
3.1.5. Rentabilidad de las microempresas.....	19
3.2. Características de las redes sociales de los negocios rurales no agrícolas.....	20
3.2.1. Características de los integrantes de la red.....	20
3.2.2. Proceso de configuración de las redes.....	25
3.2.3. Tipos de red.....	31
3.3. El rol de las redes sociales en la reproducción y desarrollo de los negocios rurales no agrícolas.....	38
3.3.1. Abastecimiento de leche fresca.....	38
3.3.2. Comercialización.....	40
3.3.3. Financiamiento.....	42
3.3.4. Abastecimiento de otros servicios.....	42
IV. CONCLUSIONES.....	44
BIBLIOGRAFÍA.....	47
ANEXO 1: TIPOLOGÍA DE LAS MICROEMPRESAS LÁCTEAS.....	51
ANEXO 2: INSTRUMENTOS.....	53
ANEXO 3: DIAGRAMAS.....	66

INTRODUCCIÓN

Una de las características de la nueva ruralidad en el Perú lo constituye la diversificación creciente de las actividades no agrícolas. Durante los últimos años se asiste a la proliferación de un buen número de micro negocios dedicados a diversas actividades tales como: transformación de diferentes productos, pequeño comercio, servicios turísticos, transporte, etc., que están permitiendo enfrentar el problema de la pobreza, derivada de los bajos ingresos que afectan a la mayor parte de la población rural.

Los departamentos de Arequipa y Moquegua no son ajenos a éstos procesos. Durante los últimos 15 años en varias zonas rurales ha venido surgiendo una serie de micro y pequeñas plantas procesadoras de leche, para la producción de queso, mantequilla y yogurt. Dentro de éstas zonas destacan las provincias de Condesuyos, Castilla, General Sánchez Cerro, la Irrigación Majes y el Valle del Colca.

En muy poco tiempo ésta nueva alternativa de desarrollo rural se ha convertido en el pilar fundamental de la economía microregional de muchos distritos, en tanto aportan la mayor parte de los ingresos familiares, además de que son el núcleo en torno al cual se organizan las demás actividades económicas.

Una de las estrategias de los microempresarios para llevar adelante sus negocios es la conformación de redes sociales, que les permiten enfrentar las principales restricciones derivadas del escaso desarrollo de los mercados y de los servicios públicos en el ámbito rural.

No obstante, la importancia que reviste éste fenómeno en el mejoramiento del ingreso y la superación de la pobreza en el espacio rural, realmente es muy poco lo que se conoce sobre él.

Con la intención de aportar al conocimiento de la naturaleza y lógica de funcionamiento de tales redes; así como sus alcances y limitaciones sobre el desarrollo de la microempresa rural, se ha elaborado el presente estudio.

El trabajo está dividido en tres acápites y las conclusiones correspondientes. En el primer acápite se desarrolla el planteamiento del problema y otros aspectos metodológicos; en el segundo, se presenta un marco teórico breve sobre redes y capital social; y en el tercero, se detallan los resultados de la investigación, relevando las características de la agroindustria rural láctea, las características y lógica de funcionamiento de las redes sociales; y las funciones que éstas desempeñan en relación a la microempresa rural láctea.

Arequipa, Julio 2005

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y ASPECTOS METODOLÓGICOS.

1.1. Planteamiento del Problema.

El establecimiento de redes con familiares y amigos residentes tanto en el ámbito rural como fuera de él, así como la creación de micro negocios no agrícolas, constituyen las estrategias más importantes a las que recurren un número cada vez mayor de campesinos, para el mejoramiento de sus ingresos y calidad de vida.

Tradicionalmente, el rol que desempeñaron algunos de los migrantes en la reproducción de las familias campesinas, ha sido la transferencia de recursos económicos para los familiares residentes en su lugar de origen, especialmente en las épocas de fiesta. Además de servir de soporte para un nuevo migrante de la familia. Son numerosos los trabajos que dan cuenta de ello, especialmente los realizados por Altamirano para la ciudad de Lima.

Sin embargo, y como señalan Javier Iguíñiz y Roxana Barrantes¹, no obstante, siendo la migración un fenómeno muy antiguo, son muy pocos los trabajos que dan cuenta de las relaciones económicas entre los migrantes y sus familiares residentes en las zonas rurales.

Trabajos como los de Erdmute A.² y Zoomers A.³ señalan que cada día es más difundida entre los campesinos la práctica de establecer relaciones económicas con sus familiares y/o amigos residentes en las ciudades, como un mecanismo que permite la reproducción de la familia campesina y la lucha contra la pobreza. Narayan Deepa, en su trabajo “La Voz de los Pobres”⁴ establece que uno de los principales activos de éstos es su capital social, constituido principalmente por las redes de familiares y amigos, desarrolladas tanto dentro como fuera de la comunidad.

Para muchas familias rurales, ésta estrategia constituye uno de los principales factores de mejoramiento de sus activos, incremento de sus ingresos y de generación de oportunidades de desarrollo. Para las familias rurales más pobres, las redes sociales les permiten obtener la información adecuada y el soporte necesario para que un nuevo miembro se decida migrar hacia algún centro urbano; en otros casos, cuando los migrantes son exitosos, éstos se convierten en proveedores de cierta cantidad de recursos económicos, de igual manera, puede hacerse cargo de la educación de algunos de los hijos de sus familiares.

En el caso de las familias rurales menos pobres, éstas redes estarían desempeñando los roles de: proveedores de parte del capital para la ampliación de las actividades agrícolas

¹ Informe Final sobre Balance y Agenda de Investigación. CIES, 2004.

² Erdmute, Albert. “¿Migración o movilidad en Huayopampa?: Nuevos temas y tendencias en la discusión sobre la comunidad campesina en los andes”. IEP – Lima, 1999.

³ Zoomers, Annelies. “Buscando estrategias campesinas al desarrollo rural apropiadas: Sumario y conclusiones”. Dfid/Plural - La Paz, 2002.

⁴ Narayan, Deepa. “La Voz de los Pobres: ¿Hay alguien que nos escuche?”. Banco Mundial - Washington, 2000.

o la instalación de una microempresa no agrícola; abastecedores de insumos para las actividades agropecuarias, agroindustriales o comerciales; proveedores de información sobre demandas, precios y otros relacionados con el funcionamiento de los mercados; y, comercializadores de los productos agrícolas y/o agroindustriales, en los diferentes centros urbanos.

Simultáneamente a la expansión de las redes sociales de la población rural, las actividades económicas no agrícolas, en el país, al igual que en América Latina y otras partes del mundo, durante las últimas décadas han venido cobrando mayor importancia. Según Javier Escobal⁵, las actividades extraprediales generan aproximadamente el 35% de los empleos rurales y alrededor del 50% del ingreso campesino. De acuerdo al estudio realizado por los autores de este trabajo⁶, para la provincia General Sánchez Cerro, el ingreso procedente de las actividades no agrícolas representan alrededor del 35% del total del ingreso de las familias campesinas.

Autores como Reardon y otros (1998)⁷, destacan la importancia creciente de la actividad rural no agrícola, que representa aproximadamente 25% del empleo y hasta 40% del ingreso generado en América Latina rural. Los datos de otras regiones del mundo muestran también participaciones importantes en el ingreso del sector rural no agrícola, 32% en Asia y 42% en África.

De igual manera, los trabajos de Anmelies Zoomers⁸, realizados para Bolivia, demuestran que las actividades no agrícolas en el espacio rural son más importantes de lo que generalmente se suele suponer. Cada día el desarrollo de actividades no agrícolas cobra mayor importancia en los campesinos del altiplano. Entre las actividades no agrícolas más importantes se encuentran la pequeña industria rural, el pequeño comercio, los servicios turísticos, el transporte, etc.

De todas estas actividades, las de mayor significación para el desarrollo rural y la superación de la pobreza en el campo parecieran ser las actividades agroindustriales. En términos de Silvia Vidal⁹, la agroindustria rural es una realidad que cobra cada vez más importancia, y constituye una herramienta valiosa para la superación de la pobreza y para el mejoramiento del bienestar de las poblaciones involucradas y de las economías locales, a la vez que posibilitan la vinculación a mercados nacionales y globales.

Este pareciera ser el caso de la agroindustria rural láctea en las zonas altoandinas de los departamentos de Arequipa y Moquegua. Según informaciones del CEDER, (2004) en la zona existen alrededor de 80 microempresas productoras de queso y en menor medida de yogurt y otros derivados lácteos, surgidas durante los últimos años y cuyas

⁵ Escobal, Javier. “Los determinantes de la diversificación del ingreso no agrícola en el Perú”. 2002.

⁶ Montes, A. y J. Catacora. “Proyecto Desarrollo de las Cadenas Productivas de la agroindustria láctea y la Fruticultura en los distritos de Omate y Puquina”. CEDER – Marzo 2004.

⁷ Citado por Javier Escobal. 2002.

⁸ Zoomers, Anmelies. “Buscando estrategias campesinas al desarrollo rural apropiadas: Sumario y conclusiones”. Dfid/Plural - La Paz, 2002.

⁹ Vidal, Silvia. “Algunos aportes de la cultura y de las ciencias sociales al desarrollo productivo”. CEPLAES.

capacidades oscilan entre 200 y 2000 litros de leche procesada al día (con dos y tres trabajadores cada una). En casi todos los distritos, donde existen, éstas unidades económicas se han convertido en el núcleo principal organizador de la economía distrital.

Según la misma fuente y observaciones de campo de los autores, el funcionamiento de casi todas éstas unidades económicas está relacionado con la existencia de redes familiares y de amigos en las ciudades de Arequipa, Lima y otras ciudades de la región sur, principalmente para la comercialización de los derivados lácteos, y el abastecimiento de insumos industriales y de información de mercado. Asimismo, el abastecimiento de la leche, en gran parte es responsabilidad de éstas redes.

No obstante, la gran importancia económica y social que revisten ambos procesos, para el desarrollo rural en general, y para la superación de la pobreza en particular, realmente es poco lo que se conoce sobre ellos.

En la perspectiva de contribuir con la superación de éste vacío, y con ello, con el diseño de políticas públicas orientadas a lograr el desarrollo de este sector, como uno de los medios de superación de la pobreza, tomando el caso de la agroindustria láctea, el presente trabajo se propone abordar las siguientes interrogantes:

- ¿Qué características presenta la micro y pequeña empresa rural láctea?: ¿Cuál es su tamaño?, ¿Con qué niveles tecnológicos operan?, ¿Cuáles son sus niveles de rentabilidad?.
- ¿Qué características tienen las redes sociales de los microempresarios lácteos y cuáles son sus lógicas de funcionamiento?: ¿Cómo se originan?, ¿Qué tipo de redes existen?, ¿Cuáles son las características de sus integrantes?.
- ¿Qué rol desempeñan tales redes en la reproducción y desarrollo de este negocio?: ¿Cuáles son sus funciones respecto a la microempresa?, ¿Cuáles son sus alcances y limitaciones?.

1.2. Objetivos.

A) Objetivo General:

Identificar el rol y las potencialidades de las redes sociales, en la reproducción y desarrollo de la microempresa rural láctea, y en la superación de la pobreza rural.

B) Objetivos Específicos:

1. Caracterizar la microempresa rural no agrícola.
2. Caracterizar e identificar las lógicas de funcionamiento de las redes sociales de los microempresarios lácteos.
3. Identificar las principales funciones de las redes sociales, con relación a la microempresa rural no agrícola.

1.3. Hipótesis de Investigación.

La hipótesis con la que se ha trabajado, señala lo siguiente:

El escaso desarrollo de los mercados de servicios de soporte, en las zonas rurales, tales como servicios financieros, abastecimiento de insumos, comercialización, asistencia técnica, capacitación, información, etc.; la limitada capacidad del Estado para brindar éstos servicios; y el alto grado de desconfianza generalizada que existe en la sociedad, que se traduce en altos riesgos en las transacciones comerciales, han determinado que el microempresario rural lácteo desarrolle una estrategia de conformación de redes sociales de apoyo que le permitan dotarse de tales servicios a costos relativamente bajos y con menores riesgos. Éstas redes son construidas progresivamente teniendo como base la confianza personal y las relaciones de solidaridad entre sus integrantes; en ellas participan generalmente miembros familiares, paisanos, amigos y otras personas conocidas que poco a poco han ido ganando la confianza del microempresario. Las funciones básicas que desempeñan éstas redes son el abastecimiento de insumos, la provisión de mano de obra en la etapa de transformación, la comercialización de la producción, la dotación de servicios de crédito y el aprovisionamiento de otros servicios. De ésta manera, el éxito de la microempresa está condicionado a la existencia y funcionamiento adecuado de la red.

1.4. Metodología.

El estudio se realizó a partir del análisis del sector de la micro y pequeña empresa rural láctea de las regiones de Arequipa y Moquegua. Las unidades de análisis están constituidas por los proveedores de leche, las microempresas lácteas, las familias propietarias de las mismas, los familiares y/o amigos dedicados a la comercialización y abastecimiento de insumos, información o abastecimiento de capital.

La caracterización de las microempresas rurales no agrícolas se realizó a partir del análisis de la información disponible en CEDER¹⁰ y en la aplicación de una encuesta (a 80 microempresas) orientada a complementar ésta información. La determinación de las características, lógica de funcionamiento y los roles de las redes sociales se basó en la información recogida mediante entrevistas en profundidad a miembros de la red ubicados en las diferentes etapas de la cadena productiva: proveedores de leche, microempresarios lácteos y comercializadores de derivados lácteos.

Para ello, previamente se estableció una tipología de las microempresas lácteas, teniendo en cuenta su tamaño, definida por el volumen de leche procesada al día, y el nivel tecnológico con que trabajan, a las cuales se les hizo seguimiento para reconstruir sus redes sociales y determinar los roles de éstas, con relación a la microempresa, en las tres etapas que conforman la cadena productiva. En total se determinaron seis tipos de microempresas (mayores detalles al respecto se presentan en el Anexo 1).

¹⁰ Por razones de su trabajo, el **CEDER** cuenta con información sobre las Características de casi todas las Micro y Pequeñas Empresas Lácteas de las Regiones de Arequipa y Moquegua.

Una vez establecida la tipología de las microempresas, se definió estudiar 2 casos como mínimo, por cada tipo de microempresa. De igual manera de las cinco zonas donde se ubican las microempresas, se seleccionaron 3 consideradas representativas para todo el ámbito, una por cada tipo de espacio: Condesuyos, General Sánchez Cerro e Irrigación Majes.

A fin de lograr un mejor performance se estableció que por cada zona se estudien 5 casos. De ésta suerte, en total se seleccionaron 15 casos.

Por cada caso seleccionado se estableció entrevistar, como mínimo, a un microempresario, a un proveedor de leche y a un comercializador. En total se entrevistaron a 15 microempresarios, 20 proveedores y 19 comercializadores.

II. MARCO TEÓRICO: REDES SOCIALES Y CAPITAL SOCIAL.

El concepto de redes sociales alude al conjunto de personas unidas por lazos de parentesco, sin que ello implique necesariamente una unidad de convivencia en cuyo seno se establece un sistema de relaciones e intercambios de intensidades diferenciadas en los distintos segmentos del conjunto.

Como señalan Tobio Soler, Constanza y otros¹¹, las familias funcionan con una estructura reticular en la que circulan servicios, bienes materiales y simbólicos; y recursos económicos, cuya importancia para la reproducción social de sus integrantes es cada vez más evidente.

No se trata de un concepto residuo del pasado, como sostiene la teoría funcionalista, frente a las transformaciones de la familia que implicaba su creciente nuclearización como respuesta a la modernidad capitalista, a inicios de la segunda mitad del siglo pasado.

Por el contrario se trata de un concepto “*herramienta*” de gran actualidad y utilidad para el análisis de los nuevos roles y estructuras familiares, tanto en sociedades ricas como en aquellas con alto grado de pobreza, derivados de las transformaciones sociales que se dieron en las últimas décadas, tales como: creciente dispersión espacial por los miembros familiares que quiebra la unidad de convivencia; incorporación sostenida de la mujer al mercado laboral; incremento de la movilidad espacial de la población; cambios en los patrones reproductivos, entre otros; así como frente a las limitaciones de las políticas públicas que no han sido capaz de superar los niveles de pobreza en los países en vías de desarrollo o de asegurar la seguridad social universal sostenible en los países desarrollados.

Se trata, pues, de una forma de capital social, presente en todos los estratos y grupos sociales.

¹¹ Tobio Soler, Constanza y otros. “El estudio de las redes sociales en Andalucía, en Jornadas de estadística comunidades autónomas”. Toledo, 2004.

El recurrir a las redes sociales y de amigos constituye una práctica generalizada en los distintos segmentos de la sociedad, para defender y preservar sus intereses. Los grupos y clases sociales dominantes, lo hacen para mantenerse en el poder político y económico en diversos países del mundo¹²; los grupos más pobres de la sociedad recurren a esta estrategia para asegurar su sobrevivencia; y buena parte de las empresas modernas tienen su origen en grupos o redes sociales.

Diversos trabajos han demostrado con abundante evidencia empírica, que una de las principales fuentes generadoras de empresas, tanto en América Latina como en los países desarrollados lo constituye la familia y las redes sociales que se generan en torno a ella.

La Revista Dinero (revista de economía y negocios de Colombia), señala que las empresas familiares son la base de la economía de cualquier país. En Colombia, el 68% de las compañías son negocios familiares, mientras que en Estados Unidos este porcentaje se incrementa al 90% (2004). Empero, el nivel de sobrevivencia de las empresas familiares es muy bajo.

Diversas Investigaciones hechas en Estados Unidos indican que sólo 3 de cada 10 empresas familiares sobreviven a la muerte o retiro del fundador, mientras que sólo el 13% de los negocios se mantienen activos en la tercera generación.

Tal contradicción tiene que ver con la calidad de capital social que se genera en las redes sociales. Como veremos luego, el capital social en éstos grupos además de ofrecer importantes ventajas para sus integrantes, presenta ciertas restricciones y riesgos.

Pues, bien, ¿qué se entiende por capital social?. Como señala Francis Fukuyama¹³, desde que el término “*capital social*” fuera reincorporado al léxico de las ciencias sociales por James Coleman en los años ochenta, la cantidad de trabajos realizados sobre el tema es abundante. No obstante ello, éste concepto sigue denotando un carácter policémico. Cada investigador, analista o implementador de políticas, tiende a definir el concepto en función de sus necesidades teóricas o aplicativas. Esta característica es bastante reconocida por quienes trabajan en este campo, ya sean intelectuales de la universidad o centros privados de investigación y, en general, de entidades públicas y privadas relacionadas con el tema de la pobreza.

A partir de ésta evidencia, varios autores argumentan que el concepto de capital social no alude a una forma específica de capital, como sucede con los conceptos de capital físico o capital humano, debido a sus múltiples significados que se le atribuyen y a la “*imposibilidad*” de ser medido.

¹² Los casos más ilustrativos se dan en los países centroamericanos, al respecto véase el trabajo de María Elena Casaús sobre el caso de la familia Díaz Durán.

¹³ Fukuyama, Francis. “Capital Social y Desarrollo. La Agenda Venidera”. Santiago de Chile, 2003.

No obstante éstos cuestionamientos, muchos trabajos han demostrado con evidencias empíricas, la relación que existe entre pobreza y capital social, o entre éste y democracia, como se verá luego.

Dentro de las definiciones más difundidas podemos mencionar las siguientes:

- Para el Banco Mundial (2002), *“el capital social se refiere a las instituciones, relaciones y normas que conforman la calidad y cantidad de las interacciones sociales de una sociedad. El capital social no es sólo la suma de las instituciones que configuran una sociedad, sino que es asimismo la materia que las mantiene juntas”*.
- Para la CEPAL (2003),¹⁴ *“capital social es el conjunto de relaciones sociales caracterizadas por actitudes de confianza y comportamientos de cooperación y reciprocidad. Se trata, pues, de un recurso de las personas, los grupos y las colectividades en sus relaciones sociales, con énfasis, a diferencia de otras acepciones del término, en las redes de asociatividad de las personas y los grupos”*.
- Francis Fukuyama, por su parte, define el capital social como *“el conjunto de normas o valores compartidos que promueven la cooperación social”*. Para este autor, el capital social es decisivo no sólo en la vida económica de los pueblos sino también en la viabilidad de la democracia liberal.

En América Latina, señala Fukuyama, gran parte de la vida empresarial se basa en redes sociales: los lazos de confianza más firmes y fidedignos se dan entre familiares, o entre círculos relativamente reducidos de amigos íntimos. Es decir, el capital social radica sobre todo en redes de parentesco, y en muchos sentidos, tales redes constituyen un activo social importante. Esta característica es aún más marcada en el ámbito rural, donde casi todas las unidades económicas son de propiedad familiar.

No obstante la diversidad en las formas de abordar la definición del concepto, éstas pueden alinearse en torno a dos grandes dimensiones. La primera dimensión se refiere al capital social entendido como una capacidad específica de movilización de determinados recursos por parte de un grupo; la segunda, se remite a la disponibilidad de redes de relaciones sociales. En torno de la capacidad de movilización convergen dos nociones especialmente importantes, como son el liderazgo y su contrapartida, el empoderamiento. En la dimensión de los recursos, aparecen implicados la noción de asociatividad y el carácter de horizontalidad o verticalidad de las redes.

En este sentido, los recursos asociativos más importantes, para dimensionar el capital social de un grupo o comunidad, son las relaciones de confianza, reciprocidad y cooperación, al interior, entre sus diferentes miembros, y hacia fuera con otros grupos y/o comunidades.

¹⁴ Atria, Raúl (CEPAL), Siles Marcelo (MSO), y otros. “Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: En busca de un nuevo paradigma”. CEPAL - Santiago de Chile, 2003.

Al igual que el ingreso y la riqueza, el capital social es un recurso desigualmente distribuido entre los diferentes miembros de la sociedad. Durante los últimos años se han desarrollado numerosos trabajos que demuestran con evidencias empíricas la relación entre pobreza y capital social; es decir, quien posee una mayor cantidad de capital social, puede acceder a más recursos y obtener mayores ingresos.

Dentro de los elementos que evidencian las relaciones entre la distribución del capital social y la distribución del ingreso y acceso a otros recursos, se señalan los siguientes (Lindon J., Robinson; Siles, Marcelo y Allan Schmid, 2003)¹⁵:

- Quienes proporcionan capital social, internalizan los cambios que se producen en el bienestar de las personas que reciben su solidaridad. En consecuencia, quienes poseen capital social tienen la posibilidad de recibir un trato preferencial, incluida la oportunidad de hacer intercambios en condiciones favorables, “*recibir obsequios*”, reducir el costo de sus transacciones y reducir riesgos de ser víctimas de fraudes.
- Está demostrado que la productividad de las formas física, financiera, humana y natural del capital, depende del grado de desarrollo del capital social.
- El aumento del capital social fomenta la cooperación, altera los términos y niveles del intercambio, fomenta los intercambios, internaliza los factores externos y produce un aumento de las inversiones en bienes públicos.
- El capital social conduce a la creación y el apoyo de instituciones formales y no formales, así como a la creación de redes entre esas instituciones y el capital social.
- El capital social basada en la confianza generalizada contribuye al desarrollo de la democracia y la transparencia en la gestión de las instituciones públicas.

Empero, el capital social concentrado en grupos pequeños, compuesto especialmente por redes sociales, puede generar algunos efectos nocivos para el desarrollo y bienestar de la comunidad, tales como: la discriminación y exclusión de las personas o grupos que no formen parte de él; y, el ejercicio de prácticas poco transparentes que limitan el desarrollo de las inversiones y aumentan más bien la desconfianza de la población. De igual manera, aquel puede conducir a determinadas personas o grupos, a actuar en detrimento de las instituciones y normas sociales, condicionando la acción del Estado en favor de sus propios intereses y en perjuicio del resto de la población.

En este sentido es conveniente distinguir dos tipos de capital social: capital social restringido y capital social ampliado. El primero de ellos se sustenta en la confianza particularizada, es decir cuando ella se da al interior de un grupo pequeño de familiares y amigos, cuando depositamos nuestra fe en personas que conocemos o son similares a

¹⁵ Lindon J., Robinson; Siles, Marcelo y Allan Schmid. “El capital social y la reducción de la pobreza: hacia un paradigma maduro”. 2003.

nosotros; y capital social ampliado cuando la confianza es “*generalizada*” es decir si creemos que podemos confiar en “*la mayoría de la gente*”.

De las relaciones con las personas más próximas a nosotros nace una confianza “*densa*”, que brinda al individuo apoyo social y psicológico en su vida diaria. Pero este “*superadhesivo social*”, como lo llama Robert Putnam, puede tener un lado negativo. Cuando es demasiado intenso, los grupos se vuelven cerrados. Sus miembros se fían unos de otros, pero desconfían del resto. El mundo queda dividido entre “*nosotros*” y “*ellos*”. En casos extremos, no sólo falta la cooperación, sino que surge la hostilidad. (José Eduardo, Jorge 2004)¹⁶

Para superar las distorsiones y riesgos del capital social restringido de las redes de familiares y amigos, es necesario desarrollar relaciones de confianza entre la mayoría de los miembros de la sociedad, de éstos a las instituciones y entre las diferentes redes sociales.

Las relaciones de confianza generalizadas, cumplen la función fundamental de traspasar las fronteras sociales, establecidas por los diferentes estamentos; ampliar el sentido de comunidad y dar a los individuos oportunidades más amplias de progreso.

III. RESULTADOS.

3.1. Características de los negocios rurales no agrícolas: el caso de la agroindustria rural láctea en las regiones de Arequipa y Moquegua.

3.1.1. Surgimiento y desarrollo.

La mayor parte de las microempresas rurales dedicadas al procesamiento de leche, se encuentran distribuidas en las provincias de Condesuyos, Caylloma, Castilla, la Irrigación Majes y la provincia General Sánchez Cerro, las cuatro primeras ubicadas en la región de Arequipa y la última, en la región Moquegua.

Según el inventario realizado por el Centro de Estudios para el Desarrollo Regional, y complementado mediante trabajo de campo de los autores, en dichas zonas existen alrededor de 80 microplantas dedicadas a tal actividad: de las cuales 22 se encuentran en la provincia de Condesuyos, 12 en la provincia de Caylloma, 18 en la provincia de Castilla, 18 en la Irrigación Majes y 10 en la provincia General Sánchez Cerro.

Del total de plantas, el 5% son de propiedad asociativa que agrupan aproximadamente a 50 familias campesinas, y el 95%, es propiedad de familias individuales.

La agroindustria rural láctea en las regiones de Arequipa y Moquegua es un fenómeno relativamente reciente, pues el surgimiento de las primeras plantas productoras de

¹⁶ Jorge, José Eduardo. “Capital social en Argentina: Los efectos de la baja confianza sobre el desarrollo y la vida social”. 2004.

queso comercial se da a fines de la década del 80 y comienzos de la década del 90 y la mayoría no tiene más de 10 años de funcionamiento.

Dos factores hicieron posible el surgimiento de ésta nueva actividad económica: el crecimiento sostenido del mercado de productos lácteos en el país y la intervención de organismos privados de desarrollo.

Como se sabe, el país no sólo es deficitario en la producción de leche y sus derivados (para el año 2003 el 25% de los productos lácteos consumidos en el país fueron importados), sino también el consumo per cápita es uno de los más bajos en América Latina (aproximadamente 58 litros/habitante/año). Ello ha posibilitado el crecimiento sostenido de la demanda y la diversificación de los patrones de consumo de productos lácteos, en favor del queso, del yogurt y de otros derivados; lo cual se ha traducido en el rápido crecimiento de las grandes empresas agroindustriales y el surgimiento de un buen número de pequeñas y medianas empresas tanto en la región sur como en otras zonas del país. La tasa de crecimiento anual registrada por ésta actividad durante los últimos 5 años ha sido superior al 7%.¹⁷

Junto al crecimiento sostenido del mercado de lácteos se encuentra la intervención de algunos organismos no gubernamentales de desarrollo que desde hace algunos años vienen impulsando el desarrollo de la agroindustria láctea en pequeña escala.

Particularmente destaca la intervención del Centro de Estudios para el Desarrollo Regional (CEDER). Ésta institución a fines de la década del 80, implementó un proyecto de desarrollo rural en la provincia de Condesuyos; precisamente, uno de los objetivos de éste proyecto, fue el desarrollo de la agroindustria láctea en pequeña escala.

Para ello, en 1989 apoyó la implementación de una planta piloto productora de queso y de otros derivados lácteos en el distrito de Chuquibamba; con una capacidad de procesamiento de 500 litros/día, siendo ésta una de las primeras plantas rurales de la región; y un programa de formación de recursos humanos. A los pocos meses de instalarse ésta planta, logró posicionarse en el mercado arequipeño con la venta de queso maduro de la variedad Tilsit. Ello motivo a que algunos campesinos ligados a la empresa o formados por el proyecto replicaran la experiencia instalando pequeñas plantas de propiedad individual, contando con el apoyo técnico del CEDER. Para 1995 en la zona ya existían 18 pequeñas plantas dedicadas a ésta actividad.

En el año de 1992, ésta experiencia se traslada a la provincia General Sánchez Cerro donde se instala una segunda planta piloto con la misma filosofía de trabajo implementada en la provincia de Condesuyos lo cual posibilitó el surgimiento de otras 7 plantas más.

¹⁷ Montes, A. y J. Catacora. “Desarrollo Agropecuario mediante la Gestión Local Concertada”. Centro de Estudios para el Desarrollo Regional – CEDER - Arequipa, 2004.

En 1995 la experiencia se extiende a la provincia de Castilla gracias a la intervención de dos técnicos queseros que se formaron en la primera planta y a la implementación de un nuevo programa en ésta zona por parte de la misma institución. Cinco años después éstas se multiplicaron hasta 12.¹⁸

En el caso de Caylloma las primeras plantas aparecen a partir de 1995 con el apoyo del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) y por iniciativa de algunos microempresarios. En el caso de la Irrigación Majes las microempresas se crean más bien por iniciativa de cada uno de los dueños que ven en la agroindustria láctea un negocio interesante y en la presencia de la carretera panamericana una oportunidad para llevar adelante éste negocio.

No obstante los problemas y dificultades que enfrenta la agroindustria rural láctea, ella constituye una de las principales alternativas de desarrollo para el mejoramiento de los ingresos y superación de la pobreza en el campo. Actualmente; en muchos distritos de la región, (Chuquibamba, Iray, Pampacolca, Puquina, Huanca, etc.) ésta actividad se ha convertido en el principal núcleo dinamizador de la economía local, en tanto articula a la mayor parte de la población económicamente activa.

Según un informe del Centro de Estudios para el Desarrollo Regional¹⁹ para el año 2004, la agroindustria rural láctea ha generado los siguientes efectos sobre el desarrollo económico local:

- a) Mejoramiento de los niveles de empleo e ingreso de la población rural y de muchos migrantes residentes en otras zonas, a través de: incremento del ingreso de 1795 familias campesinas, en S/.983 adicionales al año (US\$ 303), por diferencia de precios en la leche; creación de 225 puestos de trabajo en la etapa de transformación con un salario anual aproximado de S/.7,200 (US\$ 2,215); mejoramiento del ingreso de 592 familias dedicadas a la comercialización de los derivados lácteos, en aproximadamente S/.5,331 al año (US\$ 1,640); y el mejoramiento del ingreso de 80 familias dedicadas a la transformación de leche en S/.26,250 al año (US\$ 8,077).
- b) Dinamización del aparato productivo local, a través del incremento sostenido de la producción y productividad de la ganadería lechera; la diversificación del comercio local, con la venta de derivados lácteos; y el surgimiento de la ganadería de porcinos con carácter comercial (gracias al aprovechamiento del suero como alimento).
- c) Mejoramiento de la dieta alimenticia de la población rural gracias a la rápida difusión del consumo de yogurt, particularmente en la población de niños.

¹⁸ Centro de Estudios para el Desarrollo Regional – CEDER. “Proyecto Fortalecimiento de la Productividad y del Empleo Agrícola en zonas alto andinas de Arequipa y Moquegua. Sistematización de la Experiencia”. Documento de Trabajo - Arequipa, 2004.

¹⁹ Centro de Estudios para el Desarrollo Regional – CEDER. “Proyecto Fortalecimiento de la Productividad y del Empleo Agrícola en zonas alto andinas de Arequipa y Moquegua. Sistematización de la Experiencia”. Documento de Trabajo - Arequipa, 2004.

3.1.2. Tamaño.

En general los negocios rurales dedicados a la producción de queso y otros derivados lácteos son de tamaño pequeño cuyas capacidades de procesamiento diario oscilan entre 50 y 3000 litros de leche/día.

Según la encuesta aplicada a los microempresarios lácteos, del total de unidades económicas, el 43.8% procesan entre 50 y menos de 300 litros de leche diariamente; el 31.3%, entre 300 y menos de 1000 litros; y el 25%, de 1000 a más litros. En términos promedios, cada planta procesa alrededor de 604 litros de leche al día, lo cual representa un total de 48,355 litros de leche procesada al día, en todo el ámbito de estudio, es decir por año las plantas procesan 17,650 toneladas de leche.

La producción total de derivados lácteos alcanza a 3,235,773 kilos al año, de los cuales el 55.1% es queso de diferentes variedades; el 44.7%, yogurt; y el 0.2%, otros derivados.

Asimismo el valor bruto de la producción anual es de S/.18,956,122 siendo generado por el queso el 80.5% y la diferencia por los otros derivados.

En términos promedios cada planta genera un valor bruto de producción de S/.239,951 al año (US\$ 73,831).

CUADRO N°1: VOLUMEN Y VALOR BRUTO DE PRODUCCIÓN ANUAL DE LA AGROINDUSTRIA RURAL LÁCTEA, REGIONES AREQUIPA Y MOQUEGUA

PRODUCTOS	VOLUMEN ANUAL DE LA PRODUCCIÓN		VALOR BRUTO DE PRODUCCIÓN	
	KILOS	%	NUEVOS SOLES	%
FRESCO MEJORADO	177.406	5,5%	1.241.842	6,6%
FRESCO CON VERDURAS	0	0,0%	0	0,0%
FRESCO LIGHT	0	0,0%	0	0,0%
PARIA	1.258.857	38,9%	10.148.276	53,5%
TILSIT	201.334	6,2%	2.164.341	11,4%
ANDINO	91.750	2,8%	1.032.188	5,4%
MOZZARELLA	27.480	0,8%	336.630	1,8%
DAMBO	5.107	0,2%	66.391	0,4%
GRUYERE	5.314	0,2%	69.082	0,4%
EDAM	3.261	0,1%	40.763	0,2%
GOUDA	13.285	0,4%	166.063	0,9%
PARMESANO	0	0,0%	0	0,0%
YOGURT	1.445.600	44,7%	3.614.000	19,1%
OTROS PRODUCTOS	6.379	0,2%	76.548	0,4%
TOTALES	3.235.773	100,0%	18.956.122	100,0%

Fuente: Estimaciones hechas en base al Inventario de Microempresas Lácteas-Centro de Estudios para el Desarrollo Regional - Enero 2005 y Encuesta Socioeconómica aplicada para éste estudio - Marzo 2005

En cuanto al tamaño de las microempresas según el número de trabajadores se encontró que, éstas oscilan entre 1 y 8 trabajadores; observándose que el 40% tienen entre 1 y 2 trabajadores; el 53.8%, 3 y 4 trabajadores; y únicamente el 6.3%, entre 5 y más trabajadores. En términos promedios cada planta posee 2.81 trabajadores.

En total todas las plantas generan directamente en la etapa de producción 225 puestos de trabajo permanentes, siendo ocupados el 67.3% por varones y el 32.7% por mujeres.

Cabe indicar que, más de la mitad de los trabajadores (54%) son miembros de la familia que no reciben remuneración por su trabajo, generalmente cónyuge, hijos, hermanos y padres; y alrededor del 46% está constituido por otros trabajadores que trabajan por un salario.

En el cuadro siguiente se presenta la distribución de las empresas según el volumen de leche procesada al día y el número de trabajadores. En él se puede observar que la mayor parte de las unidades que procesan entre 50 y menos de 300 litros al día son las que presentan la mayor proporción de las unidades que tienen entre 1 y 2 trabajadores. Situación similar se da con los otros dos estratos en el sentido de que la mayor parte de éstas unidades tienen entre 3 y 4 trabajadores en el estrato intermedio o más de 5 trabajadores en el estrato superior. Es decir, como era de esperar se observa un nivel de correlación relativamente alto entre las magnitudes de volumen de leche procesada al día y número total de trabajadores (Coeficiente de Correlación Pearson 0.642).

CUADRO N°2: TAMAÑO DE LAS MICROEMPRESAS LÁCTEAS POR NÚMERO DE TRABAJADORES SEGÚN VOLUMEN DE LECHE PROCESADA AL DÍA

TOTAL DE TRABAJADORES	VOLUMEN DE LECHE PROCESADA AL DÍA			TOTAL
	MENOS DE 300 LTS.	DE 300 A 999 LTS.	DE 1000 LTS. A MÁS	
DE 1 A 2 TRABAJADORES	75%	20%	0,0%	40,0%
DE 3 A 4 TRABAJADORES	25%	80%	73,7%	53,8%
DE 5 A MÁS TRABAJADORES	0%	0%	26,3%	6,3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%
TOTAL ABSOLUTO	36	25	19	80
PROMEDIO DE TRABAJADORES	2.11	2.80	4.11	2.81

Fuente: Inventario de Microempresas Lácteas - Centro de Estudios para el Desarrollo Regional - Enero 2005 y Encuesta Socioeconómica aplicada para éste estudio - Marzo 2005

3.1.3. Nivel tecnológico.

En términos generales todas las plantas queseras tienen un carácter artesanal en el sentido de que casi todos los procesos no son mecanizados. Sin embargo, los niveles tecnológicos con que operan son bastante heterogéneos.

Para su evaluación se ha considerado las variables de: la calidad de la infraestructura, el tipo de equipamiento, el manejo de los procedimientos utilizados y el grado de diversificación de la producción.

En el primer caso, se ha tenido en cuenta si la infraestructura fue construida expresamente para tal finalidad, o si ésta más bien, constituye una parte de la vivienda acondicionada para ello. La información recogida en campo nos señala que la mayoría de las plantas queseras (67.5%) trabaja en infraestructuras construidas para éste fin; en cambio, únicamente el 32.5% trabaja en espacios de la vivienda que han sido acondicionados. Empero, si bien es cierto la mayoría cuenta con los locales construidos para tal fin, sólo una proporción pequeña cuenta con los requerimientos técnicos necesarios para la producción de queso y otros derivados: sala de recepción, sala de procesamiento, sala de maduración y oficinas, construidas con materiales apropiados.

En el caso de tipo de equipamiento, se encontró que el 16.7% de las plantas operan con utensilios de cocina no adecuados para el procesamiento de derivados lácteos (ollas, baldes, cocinas); el 37.2% cuenta con los equipos fabricados de acuerdo a requerimientos técnicos (tina, mesa de moldeo, chaqueta a vapor, equipo básico de laboratorio, etc.); y el 46.2% de las mismas combinan ambos tipos de equipamiento.

En relación al manejo de los procesos productivos: manejo de la leche, el manejo de paila, el corte de la cuajada, el manejo de fermentos, el manejo de la sala de maduración, los controles de calidad y la asepsia en el trabajo, se encontró que aproximadamente una tercera parte de las plantas presentan serias deficiencias en el manejo de éstos y sobre todo en el cuidado de la asepsia y control de calidad, lo cual ocasiona un bajo rendimiento en la leche, mala calidad del producto y en muchas oportunidades deterioro del mismo; en cambio, el 30% de las mismas ya han alcanzado importantes niveles tecnológicos en cuanto, por lo general, manejan adecuadamente los distintos procesos productivos, lo cual se traduce, evidentemente en mayores rendimientos y productos de mejor calidad. Alrededor del 40% de las unidades productivas se encuentra en una situación intermedia entre ambos grupos.

En relación al grado de diversificación de la producción también se encontraron tres grupos de plantas: aquellas que producen únicamente un solo producto, generalmente el queso fresco (paria y “casero” mejorado), representan el 56.4% de las plantas; aquellas que producen entre 2 y 3 productos, generalmente el queso fresco y una variedad de quesos maduros (andino o tilsit) y/o yogurt, representan el 18.8% de las mismas; y aquellas plantas que han alcanzado mayor grado de diversificación produciendo 4 o más productos, generalmente quesos maduros (andino, tilsit, mozzarella, gouda, edam, dambo, gruyere, etc.), yogurt, mantequilla y otros, representan alrededor de una cuarta parte del total de las plantas.

En resumen se puede hablar de tres tipos de plantas según su nivel tecnológico:

- a) Plantas queseras con niveles tecnológicos bajos, que representan alrededor de 32.1% del total de las plantas; se caracterizan por trabajar en infraestructuras no

apropiadas, generalmente espacios acondicionados en la vivienda o construidos sin los requerimientos técnicos necesarios, con equipamientos de cocina no apropiados, sin el manejo adecuado de los procesos productivos y de la asepsia; produce generalmente un solo tipo de producto: queso fresco; mayormente están ubicadas en la provincia de Caylloma, Castilla y General Sánchez Cerro y en los estratos que procesan menos de 1000 litros al día.

- b) Plantas queseras con niveles tecnológicos medios, que representan el 47.4% de las mismas; generalmente trabajan en infraestructuras construidas para tal fin pero sin todos los requerimientos técnicos necesarios, con equipamientos que combinan utensilios de cocina (ollas, baldes), con algunos equipos fabricados para tal fin (tina de procesamiento), y con uso parcialmente adecuado de los procedimientos tecnológicos; producen generalmente 2 o 3 productos: quesos frescos y alguna variedad de queso maduro; se hayan distribuidas por todas las zonas de estudio y en los tres estratos mencionados.
- c) Plantas queseras con mayores niveles tecnológicos, que representan alrededor del 20.5% del total de las unidades productivas; trabajan con infraestructuras y equipamientos construidos de acuerdo a requerimientos técnicos, y los procesos tecnológicos que utilizan son más o menos adecuados; producen 4 o más productos, generalmente diversas variedades de quesos maduros, yogurt y otros productos; mayormente se ubican en la provincia de Condesuyos y en la Irrigación Majes, y de igual manera en todos los estratos.

En el cuadro siguiente se presenta la distribución de las plantas queseras según el nivel tecnológico y volumen de leche procesada al día. En él se puede observar que no existe un nivel significativo de correlación entre el tamaño de la planta y el nivel tecnológico alcanzado, como se suele esperar; pues, el Coeficiente de Correlación Pearson estimado es de 0.37. Ello debido a que los distintos factores tecnológicos usados por las plantas pueden utilizarse con la misma eficiencia en los distintos estratos establecidos.

CUADRO N°3: MICROEMPRESAS LÁCTEAS POR NIVEL TECNOLÓGICO SEGÚN TAMAÑO DE LA PLANTA

NIVEL TECNOLÓGICO	VOLUMEN DE LECHE PROCESADA AL DÍA			TOTAL
	MENOS DE 300 LTS.	DE 300 A 999 LTS.	DE 1000 LTS. A MÁS	
BAJO	42,9%	34,8%	10,0%	32,1%
MEDIO	48,6%	39,1%	55,0%	47,4%
ALTO	8,6%	26,1%	35,0%	20,5%
TOTAL	100%	100%	100%	100%
TOTAL ABSOLUTO	35	23	20	78

Fuente: Inventario de Microempresas Lácteas - Centro de Estudios para el Desarrollo Regional - Enero 2005 y Encuesta Socioeconómica aplicada para éste estudio - Marzo 2005

Las diferencias en los niveles tecnológicos más que por el tamaño de la planta, han de explicarse por otros factores relacionados con la capacidad de innovación del

microempresario, tales como: calidad del capital humano con que disponen (nivel de instrucción, experiencias con los mercados, experiencia en la actividad, etc.), cantidad del capital físico y financiero y cantidad y calidad del capital social (redes sociales, contacto con empresas, instituciones de desarrollo, etc.).

Precisamente quienes han alcanzado los mayores niveles tecnológicos son los que cuentan con mayores niveles de instrucción, una amplia experiencia urbana, una buena experiencia previa en la actividad de la agroindustria láctea, contacto con empresas y organismos no gubernamentales, con empresas comercializadoras del producto, distribuidoras de insumos y una mayor cantidad de capital físico y financiero. De todos ellos, los más importantes parecieran ser los contactos con instituciones de desarrollo y mayor disponibilidad de capital financiero.

3.1.4. Tipología de las microempresas.

Intentando una síntesis de las diferentes características de las microempresas rurales lácteas, se puede establecer tres tipos de microempresas:

A. Economías de Sobrevivencia.

Son aquellas que tienen entre 1 y 2 trabajadores y cuya capacidad de procesamiento mayormente oscila entre 50 y menos de 300 litros de leche al día. La absoluta mayoría de éstas unidades trabajan con mano de obra familiar no asalariada y en condiciones tecnológicas bastante precarias: infraestructura inadecuada, utilizan equipos y utensilios de cocina, sus procesos tecnológicos son bastante deficientes, no realizan controles de calidad, etc. Se trata de unidades de sobrevivencia que tienen como finalidad la reproducción de la fuerza de trabajo familiar, mediante el autoempleo y el aprovechamiento de otros recursos familiares.

Como se verá luego éstas unidades no obtienen ganancias propiamente dichas sino que sus beneficios se derivan de los ingresos provenientes de los salarios no remunerados. Por éstas condiciones la absoluta mayoría no desarrolla procesos de acumulación de capital. Es decir, son unidades económicas que operan bajo la lógica de la economía campesina.

B. Economías Estacionarias.

Éste grupo está constituido por la mayor parte de las microempresas que procesan entre 300 y 1000 litros de leche al día y que generalmente cuentan entre 3 y 4 trabajadores; y por un sector pequeño de aquellas empresas que procesan menos de 300 litros de leche al día pero que han alcanzado importantes niveles tecnológicos. En su mayor parte operan con condiciones tecnológicas relativamente adecuadas: cuentan con infraestructura y equipamientos construidos para tal fin aunque no siempre respetando los requerimientos básicos; sus procesos tecnológicos son relativamente apropiados; producen más de 2

productos; realizan los controles básicos de calidad de la leche, insumos y de la producción; y cuentan con algunos registros de control básicos (producción y ventas).

Se trata de unidades que combinan la finalidad de reproducción de la familia con la de acumulación de capital; generalmente los ingresos que obtienen les permiten cubrir casi todos sus costos de producción incluyendo la fuerza de trabajo familiar utilizada y obtener moderadas tasas de ganancia; ello les permite a la mayoría un lento, pero sostenido proceso de acumulación de capital en la propia unidad económica, que se traduce en la reinversión del mejoramiento de la infraestructura, equipamiento, tecnología, etc.

C. Economías Excedentarias.

Están constituidas por todas las unidades productivas que procesan más de 1000 litros de leche al día, y que generalmente tienen 4 o más trabajadores; además en este grupo se incorporan unas cuantas unidades que procesan entre 300 y 1000 litros de leche al día. Se tratan de unidades, cierto pequeñas, típicamente capitalistas cuya finalidad primordial es la acumulación de ganancias en base al trabajo asalariado, aún cuando todas ellas siguen utilizando mano de obra de trabajo familiar. Operan con niveles tecnológicos relativamente altos: infraestructura y equipamientos construidos de acuerdo a especificaciones técnicas para su nivel (quesería rural); utilizan procesos tecnológicos más o menos adecuados; realizan la mayor parte de controles de calidad; producen 3 o más productos (generalmente quesos maduros, yogurt, etc.) y cuentan con los principales registros de control.

Todas ellas vienen desarrollando importantes niveles de acumulación de capital, tanto en la misma unidad económica a través de ampliación y mejoramiento de la infraestructura, incrementos en su capacidad de procesamiento, mejoramiento de sus procesos tecnológicos, apertura de puntos de venta en la misma localidad o en los principales mercados donde venden su producción, como en otras actividades económicas: transporte, agricultura, entre otras.

Es importante indicar que ésta tipología responde a un momento dado sin que ello signifique que no exista movilidad entre un tipo y otro. En general, la mayoría de las empresas tienden a crecer aunque en diferente grado y ritmo; es en las Economías de Sobrevivencia donde se observa un mayor estancamiento pues la mayoría (80%) permanece en esa situación desde que se crearon, o algunas de ellas desaparecieron; en cambio, una proporción pequeña ha tendido a crecer pasando al siguiente tipo.

Según el documento del CEDER anteriormente mencionado, en las provincias de Castilla, Condesuyos y General Sánchez Cerro, se da una significativa mortandad de microempresas como en cualquier otro sector económico. Éste estudio estima que entre 1990 y el año 2004 se crearon alrededor de 63 microempresas y cerraron por quiebra 15 de ellas, en su mayoría microempresas que procesaban menos de 300 litros al día, y descendieron de categoría por lo menos 6. El descenso o cierre de las

microempresas puede darse debido a circunstancias extraordinarias tales como: quiebra de la unidad familiar, altos índices de créditos incobrables, una mala gestión empresarial o el acceso del microempresario a mejores oportunidades de empleo, etc. También éste estudio nos señala el crecimiento de más del 60% de las mismas expresado en la ampliación de la capacidad de procesamiento, mejoramiento tecnológico, mejoramiento de la infraestructura y del equipamiento.

3.1.5. Rentabilidad de las microempresas.

Según un estudio de costos realizado por el CEDER²⁰ para 48 microempresas, la rentabilidad es muy heterogénea, dependiendo del tamaño de la planta, el tipo de queso, el nivel tecnológico y el acceso a los mercados. Tomando como base la información que se presenta en dicho estudio para cada una de las microempresas, hemos calculado los costos medios para cada tipo de planta, según la clasificación hecha anteriormente de manera que se pueda tener una visión más clara sobre la rentabilidad que tienen éstas. Los resultados se presentan en el Cuadro N°4.

En él se puede observar que las Microempresas de Economías de Supervivencia, que procesan menos de 300 litros de leche al día, si se consideran todos los costos de producción, su rentabilidad es de sólo 3.82% sobre el valor bruto de las ventas (S/.0.29 por kilo de queso). Sin embargo éstas plantas continúan en el mercado debido a que casi toda la fuerza de trabajo que utilizan es familiar, que no recibe el pago de un salario. Como en la economía campesina, éstas unidades tienen por finalidad el autoempleo de la fuerza familiar. Si consideramos el ingreso correspondiente al valor de la fuerza de trabajo familiar no remunerado, el ingreso neto promedio que perciben éstas unidades (utilidad + salario atribuido), alcanza a S/.6,310 al año (US\$ 1,942), de ello cerca del 70% corresponde al valor de la fuerza de trabajo familiar.

Aún cuando se trata de Economías de Supervivencia, en la medida en que aprovecha mano de obra con un bajo costo de oportunidad y otros recursos subutilizados, éstas unidades se convierten en una alternativa ventajosa para incrementar los ingresos y la calidad de vida de las familias rurales pobres. Pues, el ingreso que generan es bastante superior al ingreso obtenido por los jornaleros agrícolas²¹ y por la mayor parte de los campesinos pobres.

En el caso de las Microempresas de Economías Estacionarias, que procesan entre 300 y 1000 litros de leche al día, que operan con niveles tecnológicos relativamente adecuados y que producen 2 o más productos, la utilidad es de S/.0.62 por kilo de queso fresco considerando todos los costos de producción, es decir 8.15% sobre el valor de las ventas; y de S/.0.94 por kilo de queso maduro, es decir 12.4% sobre el valor de las ventas. El ingreso neto por concepto de ganancias es de S/.15,780 al año.

²⁰ Centro de Estudios para el Desarrollo Regional – CEDER. “Estudio de Costos y de Rentabilidad de la agroindustria láctea en Arequipa y Moquegua”. Documento de trabajo - Arequipa, 2004.

²¹ Considerando que un jornalero agrícola trabaje un promedio de 5 días a la semana en condiciones óptimas y con un jornal diario de S/. 15.00 vigente en la región, el ingreso anual que percibirían es de S/. 3,960.00.

Si se considera el valor del salario autoatribuido a la fuerza de trabajo familiar no remunerada utilizada por las plantas, a un costo equivalente al de los trabajadores asalariados, el ingreso neto promedio de éstas se incrementa hasta S/.24,282 al año, de los cuales el 35% corresponde al valor de la fuerza de trabajo familiar no remunerada. Como se indicó más arriba éste ingreso les permite reproducir su fuerza de trabajo en condiciones adecuadas, y desarrollar moderados procesos de capitalización generalmente en la misma actividad económica.

CUADRO N°4: COSTOS DE PRODUCCIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS PLANTAS QUESERAS POR TIPO DE PRODUCTO

TIPO DE MICROEMPRESA/ PRODUCTO	COSTO UNITARIO (S/.)		PRECIO DE VENTA (S/.)	UTILIDAD POR UNIDAD (S/.)		INGRESO PROMEDIO ANUAL (S/.)		
	COSTO UNITARIO 1	COSTO UNITARIO 2		UTILIDAD POR UNIDAD 1	UTILIDAD POR UNIDAD 2	INGRESO 1	INGRESO 2	
TIPO A	QUESO FRESCO	7,31	6,67	7,60	0,29	0,93		
	INGRESO PROMEDIO ANUAL (S/.)						1.968	6.310
TIPO B	QUESO FRESCO	6,98	6,56	7,60	0,62	1,04		
	QUESO MADURO	8,76	8,38	10,00	1,24	1,62		
	INGRESO PROMEDIO ANUAL (S/.)						15.780	24.282
TIPO C	QUESO FRESCO	6,79	6,65	7,60	0,81	0,95		
	QUESO MADURO	8,75	8,56	10,00	1,25	1,44		
	INGRESO PROMEDIO ANUAL (S/.)						59.845	69.795

1/ INCLUYE EL VALOR DE LA FUERZA DE TRABAJO FAMILIAR NO REMUNERADA

2/ NO INCLUYE EL VALOR DE LA FUERZA DE TRABAJO FAMILIAR NO REMUNERADA

Fuente: Elaboración Propia en base al Estudio de costos de Producción y Rentabilidad de la Agroindustria Rural Láctea - Centro de Estudios para el Desarrollo Regional - Arequipa, Junio 2003

Finalmente las Microempresas de Economías Excedentarias, que procesan más de 1000 litros de leche al día y que operan en condiciones tecnológicas más o menos adecuadas con un buen grado de diversificación de la producción, obtienen una utilidad neta por kilo de queso de S/.0.81 en el caso del queso fresco y S/.0.95 en el caso de los quesos maduros, obteniendo un ingreso neto por concepto de ganancias de S/.59,845 al año. Si a éste se agrega el valor del salario autoatribuido a la fuerza de trabajo familiar no remunerada, el ingreso neto promedio se eleva hasta S/.69,795 al año correspondiendo el 14.3% a la fuerza de trabajo familiar no remunerada. En todos los casos, éste ingreso le está permitiendo desarrollar importantes tasa de acumulación de capital tanto en la misma actividad como fuera de ella.

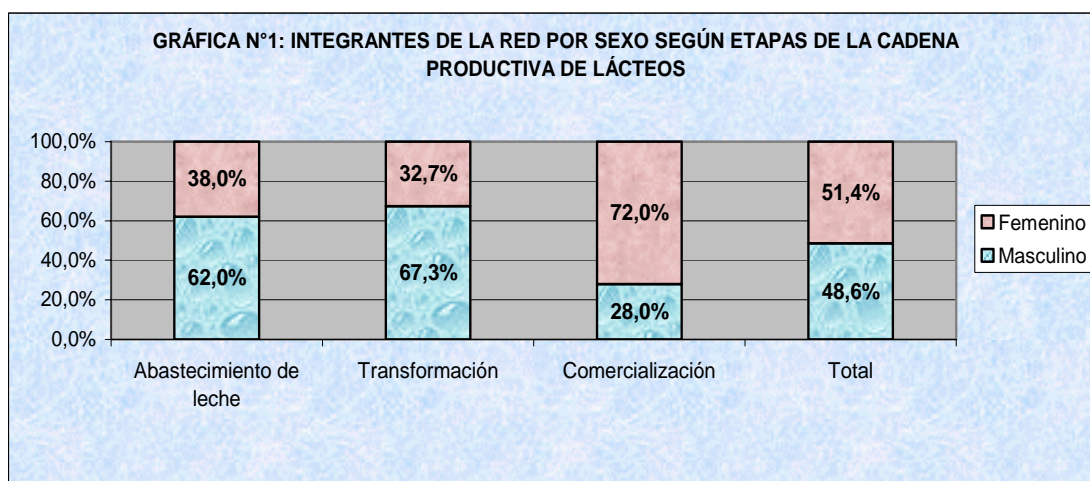
3.2. Características de las redes sociales de los negocios rurales no agrícolas.

3.2.1. Características de los integrantes de la red.

A partir de la información recogida con las entrevistas en profundidad, se ha estimado que en las 80 microempresas lácteas participan aproximadamente 3296 personas, de

las cuales el 66% se ubican en la etapa de abastecimiento de leche; el 8% en la etapa de transformación; y el 26% en la etapa de comercialización.

En la gráfica que se presenta a continuación, se puede observar que a nivel de toda la cadena, la participación de hombres y mujeres tiende a ser equilibrada con un ligero predominio de las mujeres (51.4%).



Fuente: Entrevistas en profundidad a integrantes de las redes

Empero, al comparar la composición por sexo entre las diferentes etapas de la cadena, se va a encontrar marcadas diferencias, en el sentido de que en las etapas de abastecimiento de leche y transformación, la presencia de los varones es marcadamente superior al de las mujeres (62% y 67.3% respectivamente); en cambio, en la etapa de comercialización la situación es inversa pues las mujeres representan alrededor del 72% del total.

Discriminando a los dueños de las microempresas de los trabajadores, en la etapa de transformación, se encontró que de cada 4 microempresarios, 3 son varones y 1, mujer. Sin embargo al observar la composición a nivel de los diferentes ámbitos de estudio vamos a encontrar que, en el caso de la provincia de Condesuyos más de la mitad son mujeres, a diferencia de lo que sucede en las otras zonas donde la presencia de ésta es marginal.

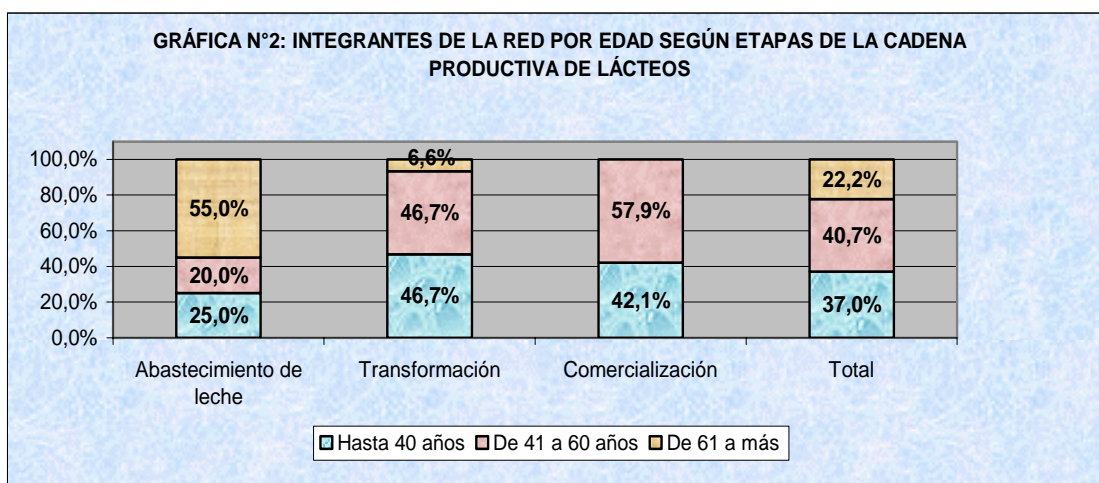
La presencia mayoritaria de las mujeres en la etapa de comercialización y una menor presencia en las otras etapas se explica por la división social de trabajo que impera en nuestro medio, la cual tiende a excluir a las mujeres de las tareas productivas y del acceso a patrimonios de mayor valor, en este caso producción de leche y producción de derivados lácteos, y facilitar su inclusión en las tareas de distribución.

Con relación a la edad de los integrantes de las redes se encontró que en términos promedios cada integrante de las redes tiene 46.76 años de edad observándose una

desviación estándar de 14.23, es decir poco más del 68% se ubican en el rango que va de 32.53 a 60.99 años. Empero, la edad promedio es diferente en cada uno de los subgrupos de la cadena productiva, observándose que los comercializadores son quienes presentan una menor edad (40.68 años), y los proveedores de leche la edad más alta (52.85 años), ubicándose en una situación intermedia los microempresarios (43.67 años).

Cabe indicar que la presencia de jóvenes menores de 30 años es prácticamente marginal reduciéndose su participación al trabajo en calidad de técnicos o auxiliares en la etapa de transformación y en menor medida en las tareas de comercialización especialmente al menudeo.

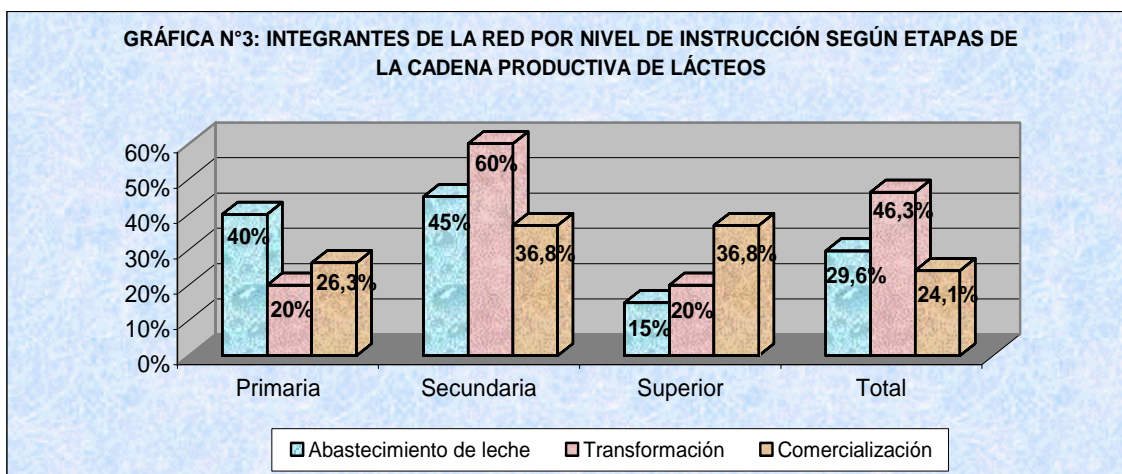
La baja presencia de los jóvenes se explica básicamente por dos razones: de un lado, la absoluta mayoría de ellos tiende a migrar, apenas concluido el quinto año de secundaria, en busca de mejores oportunidades; y del otro, el iniciar una microempresa láctea requiere contar con un stock de capital mínimo (recursos económicos, niveles de calificación, experiencias, contactos, etc.), cosa que sólo se puede obtener después de algunos años de trabajo y/o estudios superiores. Esto evidentemente impide que el joven pueda iniciar una microempresa a temprana edad.



Fuente: Entrevistas en profundidad a integrantes de las redes

En cuanto al grado de instrucción los resultados nos indican que, en términos generales los integrantes de las redes presentan niveles medios de instrucción. Aproximadamente el 53.7% de los entrevistados declararon tener 5to año de secundaria o algún nivel superior y casi un quinto de los mismos (18%) declaró el haber culminado sus estudios superiores. Empero, los niveles educativos difieren de un grupo a otro, observándose los niveles más bajos en los proveedores de leche pues alrededor del 60% de éstos, declara tener niveles educativos inferiores al quinto año de secundaria. En contraste, son los comercializadores quienes presentan la

proporción más alta de quienes han cursado algún nivel superior de educación (36.8%), siguiéndole los microempresarios con 20%.



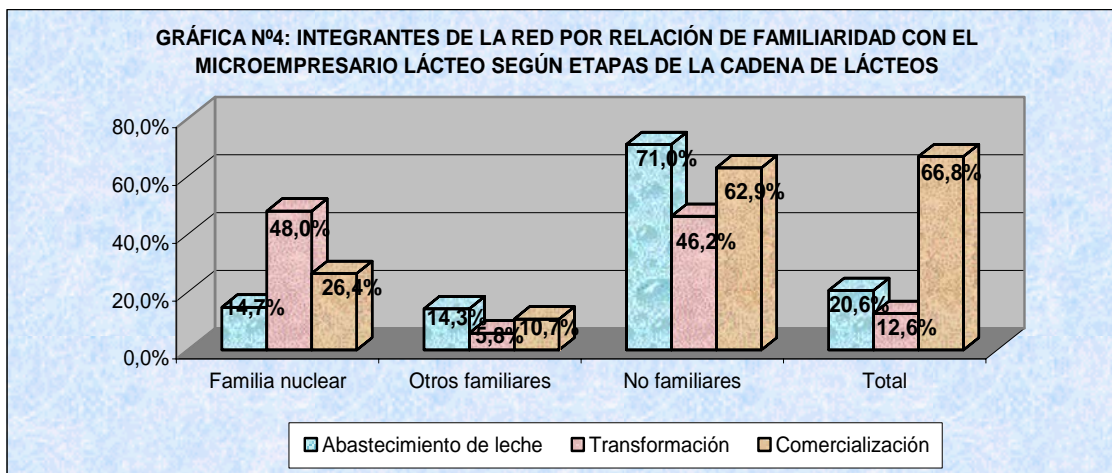
Fuente: Entrevistas en profundidad a integrantes de las redes

En cuanto a la ocupación de los integrantes de la red los datos nos señalan que aproximadamente el 66% de los casos realiza una sola actividad sea como productor de leche, microempresario lácteo o comercializador; en cambio, poco más de una tercera parte (34%) realiza dos o más actividades económicas observándose mayores niveles de diversificación en los proveedores de leche. En éste caso las actividades más difundidas son principalmente el pequeño comercio rural y el trabajo asalariado; en el caso de los microempresarios lácteos las actividades complementarias más importantes son las actividades agropecuarias y el pequeño comercio rural; y para los comercializadores éstas están dadas por el pequeño comercio de otros productos y diversas ocupaciones profesionales, además muchos de ellos combinan el pequeño comercio con actividades no económicas como la de estudios o labores domésticas.

Finalmente, en cuanto a la composición de las redes, según la relación de familiaridad de los integrantes con el microempresario lácteo, se encontró que aproximadamente el 20.6% pertenece a la familia nuclear del microempresario (padres, hermanos, hijos, cónyuge), el 12.6% son otros familiares (cuñados, tíos, primos, parientes, etc.) y el 66.8% está constituido por personas no familiares.

Si bien es cierto los familiares no constituyen la mayoría de los integrantes de la red, éstos ocupan posiciones claves para el funcionamiento de ella tales como: gestión de la microempresa, distribuidor principal del producto, cobranzas de los créditos, etc.; en cambio, los no familiares ocupan espacios menos importantes, salvo un sector pequeño, como la de distribuidores minoristas o trabajadores de la planta.

Cabe indicar que la mayoría de los integrantes no familiares está constituida por paisanos, amigos, vecinos o personas “*muy conocidas*” que poco a poco han ido ganando la confianza del microempresario. Solamente algunos microempresarios, recientemente han comenzado a trabajar con algunas empresas especializadas en la comercialización de derivados lácteos o el abastecimiento de insumos. Como se verá luego, la selección de los integrantes de la red se da a través de un largo proceso de decantación cuyo principal criterio es la confianza personal la misma que se va construyendo progresivamente a través del tiempo.



Fuente: Entrevistas en profundidad a integrantes de las redes

Comparando por grupos según la etapa de la cadena productiva, la presencia de familiares es bastante significativa en la etapa de transformación, pues el 54% de los trabajadores pertenecen a la familia nuclear y/o ampliada; con menor significancia se da en la etapa de comercialización (37%) y abastecimiento de leche (29%). El predominio de trabajadores familiares en la etapa de transformación se explica por el hecho de que el uso de la fuerza de trabajo familiar es un mecanismo que permite reducir los costos de producción, más todavía en las unidades de sobrevivencia que tienen en la agroindustria láctea una oportunidad para el empleo de la fuerza familiar, además de que la cantidad de trabajadores que se requiere en el proceso productivo es menor a la cantidad de proveedores y comercializadores.

En cuanto al tamaño de las unidades económicas que forman parte de la cadena productiva dedicadas al abastecimiento de leche, en su absoluta mayoría se trata de unidades campesinas que poseen menos de 5 hectáreas de tierra de cultivo y entre 5 y 10 cabezas de ganado vacuno; producen 34 litros de leche al día.²² Buena parte de ellos, especialmente los de mayor tamaño, venden la leche a más de un comprador

²² Centro de Estudios para el Desarrollo Regional – CEDER. “Proyecto Fortalecimiento de la Productividad y del Empleo Agrícola en zonas alto andinas de Arequipa y Moquegua. Sistematización de la Experiencia”. Documento de Trabajo - Arequipa, 2004.

que puede ser la empresa Gloria S.A. y una quesería, o a dos queserías distintas, como una estrategia de diversificación de riesgos.

En el caso de las unidades dedicadas a la comercialización, según la información recogida en las entrevistas, aproximadamente el 7.1% está constituido por distribuidores integrantes de la familia que se encargan de llevar los productos desde la planta hacia los lugares de venta, realizando viajes semanales; el 32.1% son comerciantes mayoristas; y el 60.7%, comerciantes minoristas, sean vendedores ambulantes o vendedores en puesto fijo. En términos promedios los comerciantes mayoristas venden 40.359 toneladas de productos lácteos, lo cual le representa un ingreso neto de aproximadamente S/.41,166 al año; en cambio, los comerciantes minoristas sólo venden 3.865 toneladas, lo cual les genera un ingreso de S/.5,798 al año.

3.2.2. Proceso de configuración de las redes.

La configuración de las redes en todos los casos es un proceso espontáneo que sigue el ciclo de vida de la microempresa, donde el método de prueba y error aparece como el principal instrumento de decantación de sus integrantes; y en el que la confianza personal es el principal elemento articulador de la red.

Tres tipos de procesos claramente diferenciados pueden distinguirse en el proceso de configuración de las redes, dependiendo de la disponibilidad por los microempresarios de capital físico, capital financiero, capital humano y capital social, al inicio de las operaciones de la microempresa y durante su desarrollo. Es decir, las características y la lógica de funcionamiento de la red dependerán de la cantidad de recursos económicos y financieros, de sus niveles de instrucción, contactos urbanos, experiencia con la actividad, apoyo familiar y relaciones de confianza con otros agentes, que dispone el microempresario en las distintas etapas de desarrollo de la microempresa. En otras palabras, las redes no se construyen en un sólo evento sino que éstas van configurándose a través del tiempo según los cambios del stock de capital del microempresario y los cambios en las condiciones del entorno.

De ésta suerte la red construida resulta funcional a los intereses, necesidades y capacidades de cada microempresario. A continuación se presentan los tres tipos de procesos desarrollados por las diferentes microempresas:

1. Redes promovidas por Microempresarios Pobres.

Un primer proceso es desarrollado por los microempresarios lácteos procedentes de familias campesinas relativamente pobres, que vieron en la agroindustria láctea una oportunidad para obtener un medio de vida, que por lo general, no contaban con recursos económicos financieros sino en una cantidad muy pequeña, lo cual los condicionó a instalar una planta con infraestructura y equipos no adecuados, generalmente ocupando un espacio de la vivienda y aprovechando los utensilios de la casa, con una capacidad de procesamiento inferior a 300 litros diarios. De

igual manera, el capital humano con que cuentan se caracteriza por tener niveles de instrucción medios (secundaria), con alguna experiencia urbana por migraciones ocasionales a otras zonas de la región en busca de trabajo temporal y una importante experiencia en la actividad de la agroindustria láctea, sea por haber trabajado como técnico quesero en alguna otra planta, como comerciante minorista de queso o por haber recibido algún curso de capacitación sobre la actividad.

Empero, el activo más importante de éste grupo de microempresarios fue la red de relaciones familiares, caracterizadas por fuertes lazos de solidaridad, reciprocidad y confianza. Aproximadamente el 40% de las microplantas se encuentran en ésta situación.

En un primer momento cuando la microempresa empieza a operar, el microempresario recurre principalmente a personas de su entorno muy cercano, sea familiares y/o amigos de mucha confianza. Especialmente se recurre a integrantes del núcleo familiar (cónyuge, hijos, padres, hermanos) para el abastecimiento de la mano de obra en la construcción de la planta y en el proceso de producción. Cuando no se dispone de la mano de obra calificada se retrasa la etapa de instalación de la planta, a fin de que algún miembro del núcleo familiar pueda capacitarse como técnico quesero, de ésta suerte, toda la responsabilidad de producción y gestión de la planta queda en manos de los integrantes de la familia.

En ésta primera etapa también la responsabilidad del abastecimiento de leche recae sobre miembros familiares o personas conocidas “*de mucha confianza*”; pues la microempresa no ha hecho todavía “*los méritos suficientes*” para ganarse la confianza de otras personas más allá de su entorno, pues resulta muy difícil que un “*extraño*” pueda darle crédito a un microempresario pobre; sin embargo, ésta situación va siendo superada progresivamente en la medida en que el empresario cumpla con sus compromisos y se gane la confianza de una gama más amplia de proveedores.

De igual manera la mayor parte de las funciones de comercialización suelen recaer bajo la responsabilidad del propio dueño(a) de la microempresa, apoyado por algunos de los hijos(as) u otro miembro familiar muy cercano.

De ésta forma, el microempresario logra instalar una planta en condiciones relativamente precarias (infraestructura y equipamientos inadecuados, bajos niveles tecnológicos, etc.) para la producción generalmente de un solo producto, el mismo que es vendido en un mercado restringido por una red compuesta generalmente por el entorno de familiares y amigos de los integrantes de la red. Todas ellas, a través del tiempo han ido consolidando sus redes mediante la afirmación de la confianza en el trabajo; pues en muy pocos casos se han presentado problemas de fraude que deterioren las relaciones de confianza. En los pocos casos que se han dado, el microempresario ha prescindido de dicho miembro buscando la incorporación de otro de “*confianza probada*”. Ello no ha cambiado la estructura de la red sino que la ha hecho más eficiente.

La consolidación de las redes, en la mayor parte de casos, está permitiendo superar lentamente las condiciones de precariedad con que empezaron; especialmente en un sector de ellas (20%), que ha logrado pasar a una siguiente fase, ampliando sus redes a un número mayor de integrantes provenientes de la familia ampliada como paisanos o vecinos residentes en los centros de venta del producto, o productores de leche de lugares cercanos a la planta quesera, y otros comercializadores; pero manteniendo la estructura básica en torno a los integrantes de la familia y personas cercanas a ella, de mayor confianza. Ello les está permitiendo ampliar sus mercados y por ende mejorar sus utilidades, logrando capitalizar parte de sus excedentes en el mejoramiento de su infraestructura, adquisición de nuevos equipos o mejoramiento de sus procesos tecnológicos.

El crecimiento de éste grupo de empresas está asociado a una mayor disponibilidad de capital humano y de contactos con instituciones de desarrollo, (mayores niveles educativos, experiencias y habilidades y destrezas personales) del microempresario.

Éste tipo de proceso ha dado lugar a la formación de las redes que más adelante denominamos como “*Redes de familiares con acceso a mercados restringidos*”.

2. Redes promovidas por Microempresarios Relativamente Pobres.

Un segundo proceso es el desarrollado por microempresarios procedentes generalmente de estratos rurales menos pobres que vieron, en la agroindustria láctea un medio para incrementar sus ingresos económicos. Generalmente éstos microempresarios para poner en funcionamiento la microempresa contaron con los recursos mínimos necesarios para financiar la construcción de la planta, la adquisición del equipamiento y el capital de trabajo. De igual manera la mayoría cuenta con estudios superiores o iguales a quinto año de media, con una amplia experiencia urbana, pues casi todos vivieron fuera de su localidad por más de 5 años, y con un buen nivel de experiencia en la actividad de la agroindustria láctea sea porque se dedicaran a la venta de queso en mercados abiertos o porque participaron en calidad de socios en la cooperativa productora de derivados lácteos “La Campiña” de la localidad de Chuquibamba y otras empresas asociativas de la región (PUSA PUSA, AGROLACSA). Asimismo, el apoyo de la familia nuclear (padres, hijos, cónyuge) fue fundamental para el desarrollo de éstas microempresas.

En un primer momento, en la etapa de instalación y en los primeros meses de funcionamiento, al igual que en el caso anterior, la red está conformada por miembros de la familia y amigos de mucha confianza del entorno más cercano. Los miembros de la familia se encargan de proporcionar parte de los recursos financieros requeridos para la instalación de la planta así como la mano de obra necesaria para la producción. Cuando en el seno de la familia se cuenta con un técnico quesero toda la responsabilidad de producción y gestión de la planta queda

en manos de los integrantes de la familia, pero cuando se carece de éste, el microempresario recurre a la contratación de un técnico quesero (conocido y de confianza), aún cuando no tenga el suficiente nivel de calificación; por temor al fraude, no se recurre a la búsqueda de técnicos en otros ámbitos.

Asimismo, en ésta etapa la responsabilidad del abastecimiento de leche recae sobre amigos, vecinos o miembros de la familia. A diferencia del caso anterior en ésta oportunidad el microempresario cuenta con más crédito de parte de los proveedores de leche sea por el respaldo económico con que cuenta él y su familia o por la confianza ganada en otras oportunidades.

En la etapa de comercialización ésta responsabilidad es compartida entre el dueño(a) o un familiar cercano de mucha confianza y 2 o 3 comerciantes conocidos.

En la medida que la empresa se va posicionando en el mercado, ésta irá ampliando su volumen de producción, lo cual a su vez le demandará una mayor cantidad de leche y un mercado más grande. Para cubrir las necesidades de leche el microempresario recurrirá a productores de mayor tamaño aún cuando sean más distantes y “*menos conocidos*”, para lo cual utiliza como incentivo precios relativamente mejores (incentivo por volumen). Asimismo, para ampliar su mercado recurre a otros comercializadores no siempre conocidos por él.

Al ampliar rápidamente su cartera de proveedores y de comercializadores, casi todas las microempresas tuvieron que enfrentar serias dificultades derivadas de los problemas de fraude.

Una mayor demanda de leche y con mejores precios, paradójicamente significó que algunos de los productores adulterasen el producto agregándole agua o leche de mala calidad, lo cual evidentemente genera un bajo rendimiento de la leche y un producto de baja calidad, sino el deterioro del mismo.

En el caso de los comercializadores el problema se presentó por el lado de una alta tasa de morosidad y el no pago de los créditos contraídos.

Éstos dos problemas pusieron en riesgo de quiebra a varias de éstas microempresas y algunas de ellas incluso quebraron.

Frente a éstos problemas en una tercera fase los microempresarios recurrieron a la reestructuración de sus redes evaluando la honestidad y la confianza de cada uno de sus integrantes, lo cual se tradujo en la exclusión de aquellos que habían actuado con deshonestidad y faltado a la confianza, y la inclusión progresiva de otros luego de tener un buen nivel de conocimiento sobre su grado de honestidad. De ésta forma la ampliación del volumen de la producción está en función del incremento de la demanda por parte de los comercializadores de la red que se han ganado la confianza suficiente de los microempresarios o de la incorporación de un nuevo comercializador de “*confianza comprobada*”. En cierta forma el

crecimiento de la empresa encuentra sus límites en el comportamiento de éstos agentes, en la mayor parte de casos.

Sin embargo, unos cuantos microempresarios, generalmente aquellos que han desarrollado un mayor capital humano, están comenzando a superar éste límite incorporando mecanismos de comercialización más formales a través de la alianza con empresas comercializadoras o grandes cadenas de tiendas en la ciudad de Lima.

Éstos procesos han terminado dando lugar a las redes denominadas como “*Redes mixtas con acceso a mercados informales*” y “*Redes mixtas con acceso a mercados informales y formales*”.

3. Redes promovidas por Microempresarios No Pobres.

Un tercer caso lo constituye el proceso desarrollado por los microempresarios procedentes de los estratos rurales no pobres que vieron en la agroindustria láctea una oportunidad para incrementar sus recursos económicos y a la vez generar empleos estables para algunos integrantes de la familia. Se trata de microempresarios cuya familia posee los recursos financieros necesarios para implementar una pequeña planta quesera y además cuentan con 2 o más miembros de la familia con estudios superiores y una amplia experiencia urbana; y en cuyo seno familiar existen fuertes lazos de solidaridad y confianza entre ellos.

Además, éste grupo aprovecha las ventajas de localización que le implica estar cerca de la carretera panamericana o en zonas con alto flujo turístico como el Valle del Colca, para vender su producción sin recurrir a una red de comercializadores.

El abastecimiento de leche en parte es responsabilidad de la familia (padres) y en parte de otra empresa (centro de acopio de leche); todo el proceso productivo y la gestión de la planta enteramente es asumida por integrantes de la familia, los hermanos, quienes han establecido una adecuada división social del trabajo de acuerdo a sus calificaciones: uno tiene a cargo la gestión de la planta, dos o tres el proceso productivo y otro la función de comercialización.

Como se ha dicho, éstas microempresas aprovechan las ventajas de localización cerca de la carretera panamericana en donde han instalado una tienda de venta de derivados lácteos (queso, yogurt, mantequilla, helados, pizzas, etc.). Generalmente, éste centro de venta es atendido por un integrante del núcleo familiar con el apoyo de algún pariente.

A diferencia de lo que sucede con los otros dos tipos de procesos, en éste caso, la red no ha sufrido transformaciones significativas desde su creación. En la medida en que han tenido resuelto el abastecimiento de la leche, y el mercado para su producción, no tuvieron la necesidad de ampliar los integrantes de su red.

Éste proceso ha desembocado en la configuración de las redes de tipo “*Redes sociales con mercados localizados*”.

No obstante las transformaciones que a lo largo del tiempo sufren las distintas redes, en todas ellas la estructura básica tiende a permanecer constante compuesta básicamente por los familiares más cercanos que ocupan los cargos estratégicos para el desarrollo de la empresa: gestión y administración, distribución mayorista del producto y cobranza del crédito.

En todos los casos, el principal criterio de selección de los integrantes de la red es la confianza personal que tiene el microempresario sobre los demás miembros y viceversa, confianza que se va ganando a través de un largo proceso de conocimientos mutuos, de afirmación y negación en la convivencia cotidiana, donde el cumplimiento de los acuerdos y normas, es el principal criterio de evaluación de los integrantes. Es decir, la confianza personal es un proceso que implica la construcción de relaciones recíprocas a través del tiempo; en cambio, ella puede ser destruida en un sólo evento, fraude por ejemplo. Respuestas como las siguientes, relacionadas con la forma de selección de los proveedores de leche y comercializadores, de los microempresarios, dan cuenta de ello:

“Para seleccionar a mis proveedores hemos sido pacientes, y ya nos conocen; hemos generado confianza y respeto más que todo, base fundamental del trabajo. Hay que tratarlos con cariño, si nos piden queso les damos”.

“Los selecciono por confianza mutua, la puntualidad en el pago es importante; exigimos que se respete la calidad de la leche, a los que no cumplen con esto los excluimos”.

Las respuestas con relación a la selección de los comercializadores son similares:

“Dejo de lado a los incumplidos en el pago; establezco reglas claras con los clientes actuales, yo les doy producto de calidad y ellos me pagan puntual. Me quedé con los clientes más antiguos y puntuales, con ellos tengo una relación de confianza”.

“Antes distribuía a extraños pero no me cumplieron con el pago y tuve que prescindir de ellos; ahora sólo trabajo con personas muy conocidas”.

Las respuestas de los proveedores de leche con relación a los microempresarios lácteos tienen el mismo sentido. Como se señala más adelante, la mayoría prioriza como principal motivo de venta la confianza y la puntualidad en el pago.

Es decir, la base del buen funcionamiento de las redes es la confianza interpersonal que conlleva el respeto de las normas y acuerdos del grupo, defraudar ésta confianza significa la exclusión de él. Al parecer ella es el principal activo de las redes sociales de los microempresarios.

Al lado de la confianza aparecen los sentimientos de reciprocidad y ayuda mutua que se va a dar entre los diferentes miembros de la red. Los diversos actos comerciales como la compra-venta de leche, de queso o de la mano de obra, no son actos puramente mercantiles, éstos están recubiertos de emociones y sentimientos hacia los otros que se traduce en relaciones de reciprocidad.

Por ejemplo, cuando el campesino vende la leche al quesero no solamente lo hace por el beneficio económico que ello le genera sino también porque quiere “ayudar” a su familia o vecino a prosperar; o cuando el microempresario le vende el queso al distribuidor, no sólo lo hace porque ello le permite llegar al mercado sino porque, además de confiar tiene interés en ayudar a éste en conseguir un empleo o un ingreso adicional. La adquisición de fuerza de trabajo también está presidida por ésta lógica: se contrata a “fulano de tal” no sólo porque sepa hacer queso, pueda administrar la planta o realizar otra función, sino porque es un familiar, amigo o conocido a quien se quiere “ayudar”. *“Participamos todos los de mi familia porque nuestro interés es que todos juntos prosperemos; en lugar de dar empleo a otros, prefiero que mi familia se gane algo, y así estoy más seguro de que no me engañan”*, señala uno de los entrevistados.

La contraprestación de servicios no mercantiles tales como: préstamos de dinero sin intereses, transferencia sobre información de precios y mercados, servicios de alojamiento, etc., son otra expresión de la vigencia de relaciones de reciprocidad al interior de las redes.

Cabe indicar que las relaciones de confianza y de reciprocidad se dan fundamentalmente entre los integrantes de la red. En contraste son muy pobres las relaciones de cooperación que se dan entre las diferentes redes y muchas veces incluso existe hasta cierto nivel de conflicto por la competencia que la actividad implica. Este factor ha determinado que hasta hoy los microempresarios lácteos no puedan constituir una asociación que los integre y que pueda desarrollar acciones a favor de la actividad agroindustrial. En lo mejor de los casos, se dan algunos vínculos de cooperación entre microempresarios que son familiares, especialmente para resolver algunos problemas de tipo tecnológico o de comercialización del producto.

De igual manera la desconfianza hacia otros sectores de la sociedad más allá de las redes es un problema que caracteriza a los integrantes de ésta: *“no se confía en quien no se conoce”*. En términos de Raúl Atria estamos ante un capital social restringido.²³

3.2.3. Tipos de red.

Como corolario de los tres tipos de procesos arriba descritos, actualmente podemos encontrar cuatro tipos de red según la composición de sus integrantes y el tipo de mercado al que acceden. Tipos que finalmente son determinados por la disposición y formas específicas de combinación en el uso de las distintas clases de capital que dispone el microempresario y las condiciones del entorno donde se desenvuelven.

²³ Atria, Raúl (CEPAL), Marcelo Siles (MSO), y otros. “Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: En busca de un nuevo paradigma” – CEPAL - Santiago de Chile, 2003.

a) Redes de familiares con acceso a mercados restringidos.

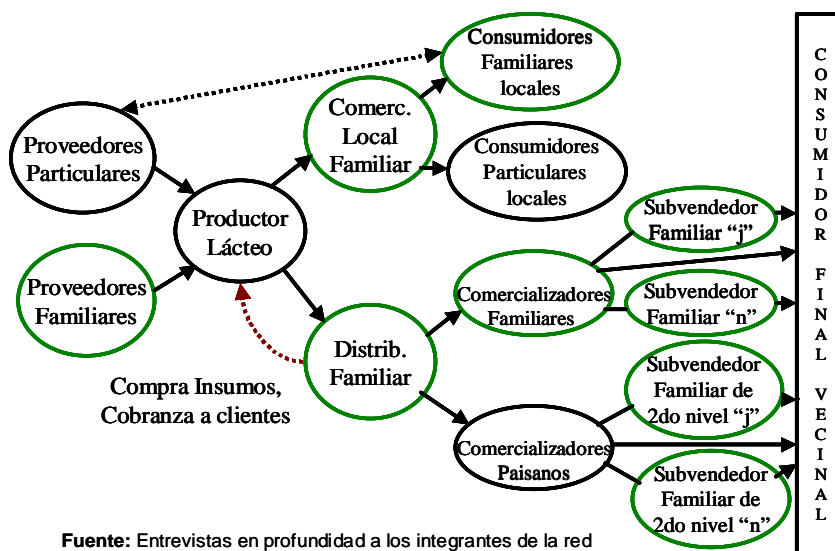
Éstas redes son el resultado básicamente del primer proceso descrito más arriba (Redes promovidas por Microempresarios Pobres). Están compuestas mayormente por familiares en distintos grados, ubicados en las diferentes fases de la cadena productiva: abastecimiento de leche, transformación y comercialización.

Generalmente acceden a mercados informales restringidos compuestos por hogares, instituciones, centros de trabajo, etc., a través de una subred de comercializadores minoristas que van ofreciendo el producto de puerta en puerta. Bajo éste tipo de red se encuentra la mayoría de las microempresas de tipo A (Economías de Sobrevivencia) y algunas de tipo B (Economías Estacionarias).

En éste tipo de red se dan tres clases de intercambios: mercantiles, semimercantiles y no mercantiles. Los intercambios que se dan en la venta de leche son básicamente comerciales, pues éste producto siempre se entrega a cambio del pago de un precio previamente determinado; los que se dan en la distribución del producto son de carácter semimercantil en la medida que en algunos casos la distribución del producto se da a cambio de una comisión y en otros como la contraprestación de algún otro servicio, o combinando ambos; y los otros intercambios, como la adquisición de mano de obra para el proceso productivo, servicios de crédito, información, etc., tienen un carácter no mercantil, responden más bien a la lógica de reciprocidad.

En términos de Cecilia Montero y Pablo Morris²⁴, éstas redes tienen la forma de árbol donde la microempresa láctea se constituye en el tronco principal; los proveedores de leche, las raíces y los comercializadores en las demás ramas, tal como se presenta en el siguiente diagrama:

Diagrama N°1: Red Familiar con acceso a Mercados Restringidos



Fuente: Entrevistas en profundidad a los integrantes de la red

²⁴ Montero, Cecilia y Pablo Morris. "Territorio, competitividad sistémica y desarrollo endógeno. Metodología para el estudio de los Sistemas Regionales de Innovación" - Concepción, 1999.

Las ventajas que presenta este tipo de red son:

- Permite reducir los costos de transacción tanto en el abastecimiento de insumos y servicios (leche, información, insumos lácteos, créditos) como en la transformación y en la comercialización gracias a que utiliza fuerza de trabajo no remunerada o en todo caso con pequeños pagos (comisiones o pequeños márgenes de ganancia comercial).
- Los riesgos de fraude son mínimos y la tasa de morosidad prácticamente es cero.
- Por su rápida rotación de capital, la microempresa requiere una menor inversión en capital de trabajo.

En contraste presenta las siguientes desventajas:

- El límite de crecimiento de la empresa lo establecen los comercializadores detallistas al puerteo, limitando su crecimiento.
- No hay exigencias ni incentivos por mejorar la calidad de la producción.

En términos de Robert Putman²⁵, el capital social inserto en éste tipo de redes, básicamente es de tipo Bonding pues todos los integrantes de la red constituyen una sola comunidad aún cuando geográficamente se hallan dispersos.

b) Redes mixtas con acceso a mercados informales.

Éste tipo de red se deriva de los procesos promovidos por “*Microempresarios Relativamente Pobres*” descrito en el acápite anterior. Están constituidas tanto por familiares como por no familiares, ubicados en todas las fases de la cadena productiva.

Generalmente, éste tipo de red opera en mercados informales abiertos de las principales ciudades de la región y la ciudad de Lima: mercados, ferias, venta ambulatoria, mediante una red de comercializadores tanto mayoristas como detallistas. Además, de manera complementaria utiliza el sistema de venta al puerteo (mercado restringido). Bajo éste sistema se encuentran mayormente microempresas de Economías Estacionarias y de Economías Excedentarias, y algunas cuantas de Economías de Sobrevivencia.

Al igual que en el caso anterior, los intercambios que se dan al interior de la red son de carácter mercantil, semimercantil y no mercantil, aún cuando la proporción de los intercambios mercantiles tiende a ser más alta que los otros. Los intercambios en las etapas de abastecimiento de leche y comercialización del producto son predominantemente mercantiles con una débil presencia de intercambios semimercantiles. Los intercambios en la etapa de transformación son

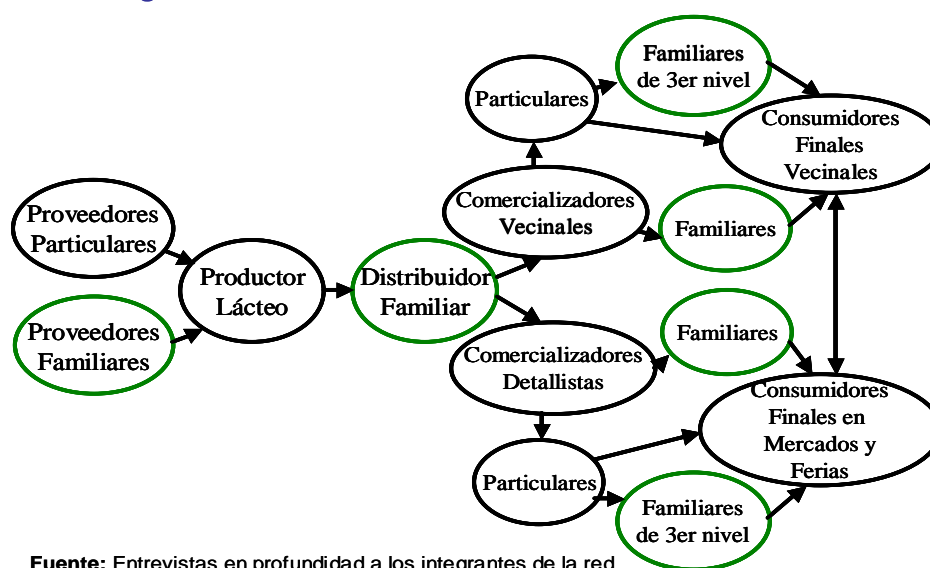
²⁵ Putman, Robert. “Bowling Alone: Chapter I Thinking about Social Change in America”. New York, 2000.

de carácter mercantil en el caso de la fuerza de trabajo asalariada y no mercantil en el caso del trabajo familiar. En los demás servicios, al igual que en el caso anterior, ellos son básicamente de carácter no mercantil que responden a la lógica de reciprocidad. En ningún caso las relaciones comerciales están exentas de fuertes dosis de relaciones personales, sentimientos y emociones.

El tipo de capital social que tienen las microempresas insertas en éstas redes mayormente es el de Bonding y en menor medida el de Bridging, pues las relaciones empiezan a extenderse hacia otros sectores ajenos a la red.

Al igual que en el caso anterior la forma que toman éstas redes son la de un árbol.

Diagrama N°2: Red Mixta con acceso a Mercados Informales



Fuente: Entrevistas en profundidad a los integrantes de la red

Las ventajas que presenta son:

- Permite una fácil distribución del producto y menores costos de transacción.
- Rotación rápida del producto lo cual condiciona un menor requerimiento de capital de trabajo.
- Exigencias de calidad del producto se adaptan a las condiciones de producción de las microempresas.

Dentro de las desventajas que presenta se mencionan las siguientes:

- Limitadas motivaciones e incentivos para mejorar la calidad del producto.
- Relativa dependencia de los microempresarios a algunos comerciantes mayoristas que condicionan el pago del crédito anterior a una nueva entrega del producto.
- Niveles de morosidad e incobrables tienden a incrementarse.

c) **Redes mixtas con acceso a mercados informales y formales.**

Éstas redes presentan características similares al anterior tipo de redes, con la única diferencia de que además accesan a mercados formales para la venta de sus productos o la adquisición de algunos insumos y servicios. En ellas participan mayormente microempresas del tipo B (Economías Estacionarias) y tipo C (Economías Excedentarias) cuyos propietarios han desarrollado una mayor calidad de capital humano y capital social: mayores conocimientos de mercados, contactos y relaciones con otras empresas, mejor capacidad de negociación, etc.

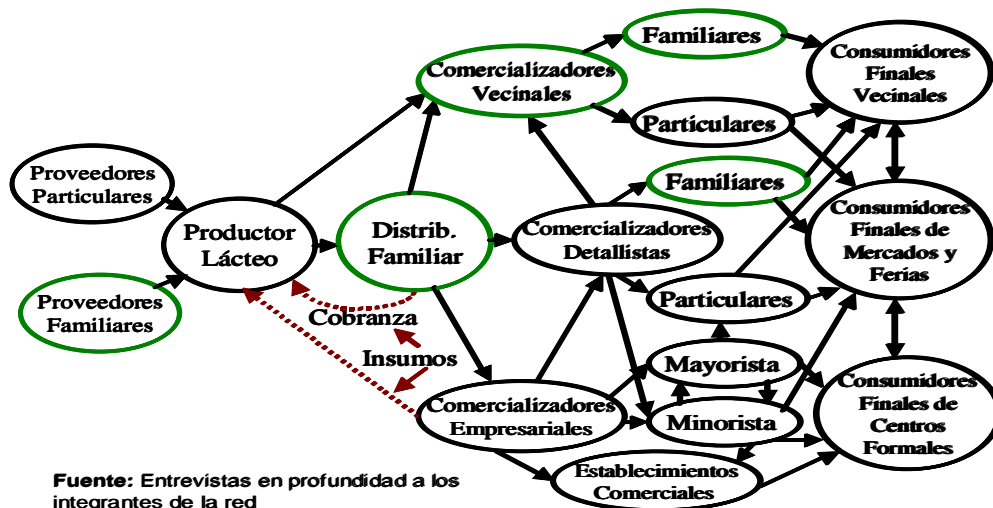
Ello les está permitiendo lentamente ingresar a mercados formales a través de la contratación con empresas comercializadoras de productos lácteos, cadenas de supermercados y empresas distribuidoras de insumos lácteos. Sin embargo todavía la proporción de venta de su producción mediante éste sistema es pequeño, pues el sistema de venta a través de comerciantes “*de confianza*” mayoristas y detallistas sigue siendo el principal.

De igual manera los intercambios que se dan al interior de la red presentan características similares a la descrita anteriormente, con la diferencia de que en éste caso comienza a aparecer relaciones de mercado propiamente dichas a través de las transacciones con las empresas indicadas.

El capital social que disponen las empresas que utilizan éstas redes, es de dos tipos: Bonding y Bridging; pues las relaciones no sólo se dan al interior de la red de “*conocidos*”, sino que ésta se extiende también hacia otras redes y sobre todo a otros agentes económicos más impersonales.

La forma que toman éstas redes son la de una malla tal como se puede apreciar en el diagrama siguiente:

Diagrama N°3: Red Mixta con acceso a Mercados Informales y Formales



Fuente: Entrevistas en profundidad a los integrantes de la red

Dentro de las ventajas que presentan éstas redes se tienen las siguientes:

- Acceso a distintos segmentos de mercado y mayor capacidad para insertarse en mercados de altos ingresos.
- Mejores precios para los productos que permiten mayores tasas de ganancia.
- Mayores incentivos y motivaciones para el mejoramiento de la calidad de la producción.

Dentro de las desventajas podemos mencionar las siguientes:

- Lenta rotación del producto lo que obliga a disponer de una mayor cantidad de capital de trabajo.
- Riesgos de fraude tienden a incrementarse.
- Costos más elevados en las transacciones comerciales.

d) Redes de familiares con mercados localizados.

Éstas redes se originan en el tercer proceso descrito en el acápite anterior (Redes promovidas por Microempresarios No Pobres); están integradas básicamente por miembros de la familia nuclear y/o ampliada.

La producción es vendida principalmente en mercados localizados cerca a los lugares de producción, en puntos de venta fijos (tiendas de venta de derivados lácteos y otros productos) a donde concurren los consumidores, generalmente en calidad de pasajeros. Los casos más típicos son el de las plantas de la Irrigación Majes que venden su producción en la carretera panamericana a los pasajeros que transitan en dicha vía.

En éste tipo de red se encuentran sólo unas cuantas microempresas de tipo B (Economías Estacionarias) y C (Economías Excedentarias).

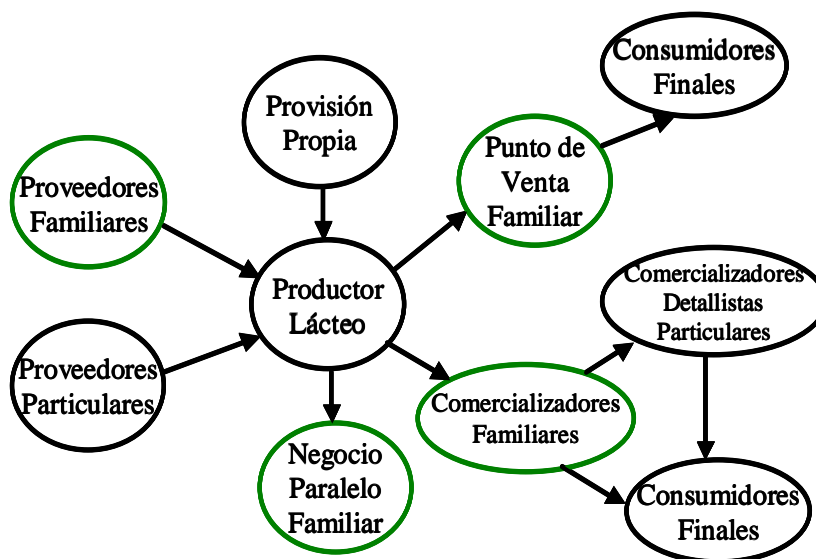
A diferencia de los anteriores casos, los intercambios que se dan en éstas redes son principalmente de carácter mercantil, pues casi todos los miembros de la red que realizan alguna función lo hacen a cambio de algún beneficio económico; incluso, en la etapa de transformación ésta relación es predominante pues todos los trabajadores, aún cuando sean familiares, son remunerados.

Sin embargo, en todas las transacciones existe de por medio una fuerte dosis de relaciones personales, sentimientos y emociones que se traduce en relaciones de solidaridad y de ayuda mutua como señala uno de los entrevistados *“la mejor forma de ayudarse es que todos los miembros de la familia puedan beneficiarse económicamente”*. Se trata de redes relativamente cerradas y pequeñas. Se prefiere trabajar con la familia a fin de ayudarlos a éstos a obtener un beneficio económico.

Utilizando la tipología de Robert Putman²⁶, el capital social de las microempresas insertas en éstas redes es principalmente de tipo Bonding, pues todas las relaciones se circunscriben a la comunidad establecida por la red.

La forma que tiene este tipo de red es la de una estrella, como se puede apreciar en el diagrama siguiente:

Diagrama N°4: Red Familiar con Mercados Localizados



Fuente: Entrevistas en profundidad a los integrantes de la red

Las ventajas que presentan éstas redes son las siguientes:

- Venta directa al contado y alta rotación de capital.
- No requiere costos de transporte, el cliente viene al punto de venta.
- Posición central en la red, facilita el manejo racionalizado del negocio.

Dentro de las desventajas se tienen las siguientes:

- Mercado limitado al flujo de clientes establece el límite al crecimiento de la microempresa.

Empero, una condición fundamental para que funcione éste tipo de red es la existencia de un mercado de demanda cercano al lugar de ubicación de la microempresa láctea.

²⁶ Putman, Robert. "Bowling Alone: Chapter I Thinking about Social Change in America" – New York, 2000.

3.3. El rol de las redes sociales en la reproducción y desarrollo de los negocios rurales no agrícolas.

De la información recogida en campo y de lo hasta aquí expuesto se deduce que las redes sociales son fundamentales para la reproducción y desarrollo de los negocios rurales lácteos. Empero, su importancia no es homogénea en todos los casos; pues tiende a cobrar mayor significación en las microempresas que cuentan con un menor capital físico y humano; y menos significativa cuanto mayor es la disponibilidad de éstas formas de capital.

Dentro de las funciones más importantes que desempeñan las redes en el desarrollo de la microempresa rural láctea tenemos las siguientes:

- ❑ Abastecimiento de leche fresca.
- ❑ Comercialización de los productos lácteos en los mercados nacional y regional.
- ❑ Financiamiento.
- ❑ Prestación de otros servicios como abastecimiento de otros insumos industriales e información.

3.3.1. Abastecimiento de leche fresca.

El abastecimiento de leche fresca es una función asumida enteramente por los integrantes de la red, en casi todos los casos; pues, como se señaló más arriba casi todos los proveedores son familiares, parientes, vecinos o personas muy conocidas integrantes de la comunidad. Se estima que aproximadamente alrededor del 97% de la leche utilizada por las plantas es vendida por ellos; en cambio, apenas el 3% es proveída por mecanismos de mercado ajenos a relaciones personales, a través de empresas acopiadoras de leche (Centros de acopio de leche); éstos casos se dan únicamente en la Irrigación Majes.

El precio de la venta de la leche oscila entre S/.0.65 y S/.0.80 dependiendo de la zona y el volumen; es más alto en el caso de Condesuyos que en otros sitios debido a que la oferta de la leche no cubre la demanda. Cabe indicar que algunos microempresarios (los más grandes) recientemente vienen introduciendo el sistema de pago por volumen y calidad; es decir, el precio por litro de leche tiende a ser mayor cuanto mayor es el volumen y la calidad de la leche. En términos promedios el precio por litro de leche pagado por las queserías es superior en S/.0.10 al precio pagado por leche Gloria.

No obstante el riesgo mayor que conlleva vender la leche a una pequeña planta quesera, frente a la posibilidad de vender a una gran empresa (Gloria S.A.), presente en casi todas las zonas estudiadas, los campesinos prefieren vender la leche al microempresario que les ofrece más confianza, sea por ser familiar suyo o porque es un *“conocido de mucho tiempo”*.

Cuando se preguntó a los campesinos, ¿por qué preferían entregar la leche a tal o cual planta quesera?, casi todas las respuestas priorizaron los asuntos de confianza: *“yo le vendo la leche porque siempre cumple con el pago”*, *“porque es de mucha confianza”*.

y no nos falla en el pago”, “porque la planta es de la zona y cumple con el pago”, “porque no nos engañan en el peso y la cantidad de la leche ya que éstos se controlan en nuestro delante”; respuestas como éstas dan cuenta de ello.

Resuelto los problemas de confianza entra a tallar el precio por litro de leche; es decir, ante la posibilidad de que dos plantas le ofrezcan el mismo nivel de confianza pero diferente precio, el proveedor va a optar por aquella que le ofrece un precio más alto. En muy pocos casos se señaló al mejor precio como el principal motivo de venta de leche a los microempresarios pero, siempre estuvo presente el elemento confianza en el conocido: *“yo le vendo la leche porque me paga mejor precio y además porque es de confianza”*.

Como se ve el elemento confianza es fundamental en la relación comercial entre productores de leche y microempresarios lácteos, pues la venta de leche se da bajo crédito entre 15 y 20 días sin que de por medio exista ningún documento escrito (contrato, pagaré, letra de cambio, etc.) sino únicamente el respeto a la palabra.

Cabe indicar que algunos campesinos (especialmente los más ricos) suelen diversificar sus riesgos vendiendo la leche a dos plantas, o en parte a una planta y en parte a Gloria S.A.

Además, hay que agregar que el campesino suele negociar directamente con el microempresario el precio y otras condiciones bajo circunstancias relativamente iguales (entre pares), situación que no es posible con empresas grandes.

La venta de la leche en muchos casos va acompañada de la contraprestación de algunos servicios por parte del microempresario tales como: devolución de suero sin ningún costo, préstamos de pequeñas cantidades de dinero a cuenta de la leche, sin el pago de intereses; la venta de queso a menores precios o el abastecimiento de insumos para la ganadería en condiciones de crédito, entre otros.

Empero, las relaciones entre los proveedores y los microempresarios no están exentas de problemas. En muchos casos se presenta problemas de fraude de parte de los proveedores en el sentido que suelen adulterar la leche sea agregándole agua o leche de mala calidad; muchas veces para ello se recurre a la complicidad de los trabajadores de las plantas. Para protegerse de éstos problemas los microempresarios recurren a una selección más rigurosa, excluyendo al proveedor fraudulento e intercambiando información con otras plantas. Éste mecanismo ha llevado a que las prácticas fraudulentas disminuyan significativamente pues los productores que solían desarrollar éstas prácticas fueron excluidos de todas las plantas o en el caso de recibirlos, terminaban recibiendo precios inferiores por su producción.

Por parte de los microempresarios también suelen suceder problemas de fraude en el peso de la leche usando balanzas fraudulentas, o incumplimiento en los pagos pactados, para enfrentar éstos problemas los proveedores se trasladan a otra planta y alertan a los demás campesinos sobre las prácticas fraudulentas del microempresario.

De ésta suerte el microempresario frente al riesgo de quedarse sin proveedores modifica sus conductas.

En suma frente a los problemas de fraude se recurre al control social en ambas partes.

3.3.2. Comercialización.

Al igual que en el caso anterior ésta función es desempeñada básicamente por familiares, amigos, parientes y personas muy conocidas integrantes de la red que, como se indicó más arriba fueron progresivamente seleccionadas en base al método de prueba y error, teniendo como elemento fundamental la confianza personal. Aproximadamente el 95% de la producción se comercializa mediante ésta red, y únicamente el 5% es vendida en mercados más formales a través de empresas comercializadoras.

La producción de queso está destinada principalmente a los mercados de las ciudades de Arequipa y Lima, y en menor medida a otras ciudades del país; y recientemente dos microempresas están exportando a Bolivia.

Aproximadamente el 60% de la producción de queso se vende en la ciudad de Arequipa; el 25% en la Ciudad de Lima y el 15% en otros lugares. En el caso del yogurt y los otros derivados lácteos, el 100% se vende en la región tanto en las propias zonas de las plantas como en la ciudad de Arequipa.

El queso está destinado mayormente a mercados de consumo popular y de medianos ingresos. Recientemente tres plantas han comenzado a vender el producto a mercados de altos ingresos tanto en la ciudad de Arequipa como en la ciudad de Lima. El yogurt; en cambio, está destinado exclusivamente al abastecimiento de sectores populares tanto en zonas rurales como urbanas.

Los canales de comercialización más utilizados por los microempresarios son los siguientes:

- a) Productor-mayorista-minorista en centros de abastos-consumidor
- b) Productor-minorista ambulante-consumidor (al puerteo)
- c) Productor-minorista en centro de abastos-consumidor
- d) Productor-empresa comercializadora-tiendas especializadas-consumidor
- e) Productor-consumidor

Asimismo el 25% de las plantas queseras poseen un punto de venta ubicados principalmente en las mismas zonas y en menor medida en la ciudad de Arequipa. Particularmente resalta el caso de la zona de Majes donde prácticamente todas las plantas poseen una tienda de derivados lácteos ubicada en la carretera panamericana, en éstas se ofrecen productos lácteos para los pasajeros que transitan por dicha vía.

En términos promedios, cada microempresario posee una cartera de clientes de 10.71 comercializadores. Como se vio más arriba, buena parte de ellos son familiares, vecinos, amigos o personas muy conocidas de los microempresarios.

Respecto a las condiciones de venta del producto por parte de los microempresarios a los comercializadores, existen dos modalidades: venta al contado (40% de la producción) y venta al crédito (60% de la producción). El margen de utilidad comercial por kilo de queso, en ambos casos, oscila entre S/.1.00 y S/.1.50 dependiendo el tipo de queso y los mercados en donde se venden.

Cabe indicar que el microempresario otorga el crédito sin ninguna garantía real o legal de parte de los comercializadores ni tampoco mediante la firma de algún documento (contrato, pagaré, letra de cambio, etc.), sino, basándose únicamente en la confianza depositada en la persona, respeto a la palabra.

La mayoría de las plantas queseras durante sus primeros años de operación vendían su producción casi exclusivamente al crédito, debido a los elevados niveles de morosidad; progresivamente los microempresarios fueron modificando sus sistemas de venta, a través de una selección más rigurosa de su cartera de clientes (integrantes de la red), la reducción de los plazos de 30 días a menos de 15 días y un seguimiento más cercano a los comercializadores. Como señala la mayor parte de entrevistados el incumplimiento en el pago da lugar a la exclusión del comercializador y la transferencia de ésta información hacia las otras plantas de la zona. Como no existen contratos ni documentos, generalmente los microempresarios afectados no recurren a procesos judiciales, sino únicamente a la sanción moral denunciándolo como “*cabeceador*” ante toda la comunidad. Al respecto uno de los entrevistados señala “*a mis clientes los selecciono por su cumplimiento en el pago; hubo algunos que me fallaron y los depuré*”.

Nuevamente el control social aparece como clave para asegurar el cumplimiento de las normas y el buen funcionamiento de la red. Sin embargo, esto funciona en las personas que son muy conocidas, que forman parte de la comunidad, pues el desprestigiarse le resulta demasiado caro porque pueden perder su propio negocio, al cerrárseles el crédito por los microempresarios queseros. Empero, es menos efectivo cuando se trata de personas poco conocidas, pues al ser excluidos de la red éste puede migrar hacia otras zonas, pero ello también implica un alto costo.

El beneficio económico que obtienen los comercializadores depende de la posición que ocupan en la cadena de comercialización y de los volúmenes de venta. En el caso de los comercializadores pertenecientes al núcleo familiar del microempresario lácteo, no perciben ningún beneficio económico individual sino que éste se traduce en las utilidades de la microempresa y por tanto participan de los beneficios que la familia obtiene de ello. En el caso de los comerciantes mayoristas y minoristas, los beneficios económicos se derivan de la ganancia comercial contenida en el precio del producto; como se indicó más arriba, cada comerciante mayorista recibe un ingreso neto de S/.41,166.18, y S/.5,797.5 al año en el caso de los minoristas.

3.3.3. Financiamiento.

En el caso del financiamiento de la empresa se encontró que los recursos financieros para construir la infraestructura, adquirir los equipos y el capital de trabajo, provienen de recursos propios, especialmente en las microempresas de mayor tamaño, de fuentes de crédito formal y no formal y en menor medida de otros integrantes de la red.

Los recursos propios provienen de ahorros previos y de la venta de activos agropecuarios principalmente. Por su parte, los integrantes de la red financian generalmente con aporte de mano de obra y otros recursos no monetarios y en algunos casos con pequeños créditos sin el pago de intereses y/o subsidios; ésta fuente adquiere mayor importancia en los microempresarios más pobres. Además de las fuentes anteriores, algunas empresas recurrieron a préstamos del Banco de Materiales o de la ONG (FONDESURCO).

En la etapa de funcionamiento de la empresa, el financiamiento procede básicamente de los proveedores a través de la venta de leche al crédito, de las utilidades de la propia empresa y en menor medida, de préstamos o subsidios familiares. El crecimiento de la microempresa está condicionado básicamente a la disponibilidad de éstas fuentes.

Empero, el microempresario también se convierte en una fuente de financiamiento para los otros componentes de la red, en la medida en que parte de su producción es vendida bajo la modalidad de crédito, y en tanto abastece de insumos a algunos proveedores de leche, y de pagos adelantados.

Cabe indicar que el financiamiento procedente de los integrantes de la red no tiene ningún costo financiero, pues él forma parte de las relaciones de reciprocidad imperantes en la red.

Si bien es cierto, el acceso a las fuentes de financiamiento mencionadas permite al microempresario superar, en gran medida, las restricciones de acceso al crédito formal, éste sigue siendo en gran medida una limitante para un mayor crecimiento de la actividad agroindustrial.

3.3.4. Abastecimiento de otros servicios.

Al igual que en los casos anteriores, los resultados del trabajo nos indican que en la mayor parte de microempresas lácteas, las funciones de abastecimiento de insumos (fermento, cuajo, reactivos, etc.), cobranza de los créditos e información de precios y mercados, son de responsabilidad mayoritariamente de los integrantes de la red, especialmente de familiares (cónyuge, hijos, sobrinos, hermanos), sean residentes en los lugares de venta (ciudad de Arequipa y otros) o, por aquellos que se desplazan semanalmente a distribuir los productos en éstos lugares; a la vez de cumplir ésta función, éstos realizan la cobranza de créditos, adquieren los insumos para la

producción y obtienen la información necesaria sobre los precios y otros aspectos del mercado.

Cabe indicar, a diferencia del financiamiento, algunas de las microempresas además de utilizar las redes sociales, recurren a mecanismos típicos de mercado como la Banca para realizar sus cobranzas o a las empresas abastecedoras de insumos para la adquisición de éstos.

Respecto a las condiciones de entrega de éstos servicios por los integrantes de la red, por lo general, no representan ningún costo financiero para el microempresario, ellos se dan a cambio de recibir beneficios derivados de las utilidades de la planta como miembros de la familia nuclear o a cambio de la contraprestación de algún otro servicio de carácter personal; intercambios que expresan relaciones de cooperación y solidaridad entre los integrantes de la red.

En relación al acceso a servicios de asistencia técnica y a nuevos conocimientos, se encontró que éstos se dan básicamente a través de la participación en programas de desarrollo rural promovidos por ONG o el Estado.

En los casos de las provincias de Condesuyos, Castilla y General Sánchez Cerro, el CEDER viene implementando un programa para el desarrollo rural siendo uno de sus componentes el apoyo al desarrollo de la agroindustria láctea en pequeña escala. En el marco de éste programa, dicha institución ofrece servicios de asistencia técnica y de capacitación a la mayoría de los microempresarios ubicados en éstas zonas. Éstos servicios se dan en calidad de subsidios pues el microempresario no paga ningún costo. Ello en gran parte explica las diferencias tecnológicas que se dan entre éstas y las demás zonas.

En las demás zonas prácticamente los microempresarios no cuentan con éstos servicios sino de manera muy esporádica por parte de la Dirección Regional del Ministerio de Agricultura.

Además, el aprendizaje de nuevos conocimientos se da a través de la experiencia cotidiana que tiene el microempresario en contacto con otros microempresarios y otros agentes económicos (comercializadores, empresas abastecedoras de insumos, etc.).

Si bien es cierto, los programas de desarrollo rural han sido el elemento catalizador, que ha permitido el desarrollo de la agroindustria láctea, éstos presentan la limitante de que no son programas sostenibles en términos de mercado, además de que se implementan de manera intermitente, según la disponibilidad de financiamiento por parte de la institución ejecutora.

El aprovisionamiento de tales servicios bajo las condiciones de mercado es aún muy restringido; generalmente se da de manera muy puntual para los microempresarios de mayor tamaño, y muchas veces en circunstancias de urgencia, cuando tienen problemas en la producción.

El tamaño relativamente pequeño de las unidades productivas que hace que los costos de contratación de servicios especializados sean relativamente altos, y el bajo nivel de asociatividad de los microempresarios, limitan el desarrollo de éstos mercados.

Ésta es una de las principales restricciones que frena el desarrollo de la agroindustria láctea.

IV. CONCLUSIONES.

1. El conjunto de microempresas rurales lácteas existentes en los departamentos de Arequipa y Moquegua pueden ser tipificadas en los siguientes tres grupos, según tamaño, tecnología y destino de los excedentes económicos:
 - a) Microempresas de sobrevivencia, que procesan menos de 300 litros de leche al día; con 1 o 2 trabajadores, mayormente familiares; operan con niveles tecnológicos rudimentarios; y cuyos ingresos le permiten básicamente reproducir la fuerza de trabajo familiar.
 - b) Microempresas estacionarias, que procesan entre 300 y menos de 1000 litros de leche al día; cuentan con 3 o 4 trabajadores, entre familiares y asalariados; operan con niveles tecnológicos relativamente mejores al anterior grupo; y cuyos ingresos, además de reproducir la fuerza de trabajo familiar, les está posibilitando moderadas tasas de acumulación de capital en la propia unidad económica.
 - c) Microempresas excedentarias, que procesan entre 1000 y 3000 litros de leche al día; cuentan con 4 a más trabajadores, mayormente asalariados; trabajan con niveles tecnológicos más o menos adecuados; y cuyos ingresos le están permitiendo significativas tasas de acumulación de capital, tanto en la microempresa como en otras actividades, además de la reproducción de la fuerza de trabajo familiar.
2. Uno de los factores básicos para el desarrollo de la microempresa rural láctea es la configuración de redes sociales que abarcan todas las etapas del proceso productivo. Éstas redes involucran aproximadamente a 3296 personas, de las cuales el 20.6%, pertenecen al núcleo familiar; el 12.6% son otros parientes; y el 66.8% corresponde a otras personas “conocidas” y de “confianza”. En términos de género se observa una mayor presencia de las mujeres en la etapa de comercialización (72%) y un fuerte predominio de los varones en las etapas de abastecimiento de leche y transformación (62% y 67.3% respectivamente). Se trata de personas con niveles educativos medios pues más de la mitad (53.7%) tienen 5to año de secundaria o algún nivel de educación superior, y una amplia experiencia urbana, a excepción de los proveedores de leche quienes presentan los niveles educativos más bajos.

3. La conformación de las redes en todos los casos es un proceso espontáneo que sigue el ciclo de vida de la microempresa, donde el método de prueba y error aparece como el principal instrumento de decantación de sus integrantes; y en el que la confianza personal es el principal elemento articulador de la red; la misma que sólo se logra progresivamente, poco a poco, en el contacto diario de la actividad.
4. Las características y la lógica de funcionamiento de la red dependerán de la cantidad de recursos económicos y financieros que dispone el microempresario para la instalación y funcionamiento de su microempresa; de sus niveles de instrucción, contactos urbanos, experiencia con la actividad, apoyo familiar y relaciones de confianza con otros agentes; es decir, de la cantidad y calidad del capital físico, financiero, humano y social que disponga. De ésta suerte cada microempresa ha construido su red en función de sus necesidades, intereses y capacidades. Si éstos recursos son escasos la microempresa tenderá a soportarse en la cooperación básicamente de la familia; en la medida que éstos se incrementan, la microempresa buscará expandir sus redes hacia otros sectores, incluyendo los mercados formales. Si bien es cierto, ello significa la existencia de “*redes pobres y redes ricas*”, de ninguna manera puede deducirse que las redes no cumplen ningún rol en la superación de la pobreza sino, que éstos son elementos fundamentales para la generación de riqueza en cada uno de los estratos sociales comprometidos en la agroindustria láctea. Como en otros ámbitos de la ciudad también en el sector de la agroindustria láctea existe una desigual distribución del capital social al igual que en las otras formas de capital.
5. Cuatro tipos de redes se pueden distinguir, según su composición, lógica de funcionamiento y acceso a mercado:
 - a) Redes familiares con acceso a mercados restringidos; desarrolladas principalmente por las microempresas de sobrevivencia; constituidas mayormente por miembros de la familia; e insertas en mercados restringidos (institucionales), a través de una red de vendedores detallistas ambulantes. El capital social inserto en éste tipo de redes, básicamente es de tipo Bonding pues todos los integrantes de la red constituyen una sola comunidad aún cuando geográficamente se hallan dispersos.
 - b) Redes mixtas con acceso a mercados informales; promovidas básicamente por economías estacionarias, compuestas por familiares y no familiares; e insertas en mercados informales abiertos, a través de una red de comerciantes mayoristas y minoristas. El tipo de capital social que tienen las microempresas insertas en éstas redes mayormente es el de Bonding y en menor medida el de Bridging, pues las relaciones empiezan a extenderse hacia otros sectores ajenos a la red.
 - c) Redes mixtas con acceso a mercados informales y mercados formales; con características similares a la anterior con la diferencia de que éstas acceden a mercados formales, a través de empresas especializadas. El capital social que disponen las empresas que utilizan éstas redes, es de dos tipos: Bonding y Bridging; pues las relaciones no sólo se dan al interior de la red de “*conocidos*”,

sino que ésta se extiende también hacia otras redes y sobre todo a otros agentes económicos más impersonales; y

- d) Redes familiares con mercados localizados, compuestas mayormente por familiares con mayores niveles educativos y trabajan siempre por un salario o comisión; que operan en mercados localizados a donde acuden los clientes. El capital social de las microempresas insertas en éstas redes es principalmente de tipo Bonding, pues todas las relaciones se circunscriben a la comunidad establecida por la red.

Si bien es cierto todas las redes resultan adecuadas y hacen posible el funcionamiento de cada tipo de microempresa, desde el punto de vista de las perspectivas de desarrollo, la que presenta mayores ventajas y posibilidades es el tercer tipo de red.

6. Los factores básicos que permiten la configuración y funcionamiento adecuado de las redes lo constituyen la confianza personal entre sus integrantes como un valor de seguridad para el manejo y retorno del capital en las tres fases de la cadena; y las relaciones y sentimientos de reciprocidad y solidaridad existentes entre ellos. Valores que se renuevan (o deterioran) en la medida en que los integrantes de la red respetan y cumplen las normas de funcionamiento del grupo. El incumplimiento de éstas puede dar lugar a la exclusión y a la sanción moral del infractor.
7. En todos los casos, al interior de las redes coexisten tres tipos de relaciones de intercambio: mercantiles, semimerchantiles y no mercantiles; incrementándose la proporción de las relaciones mercantiles en la medida de que se pasa de un tipo de red a otra. En éste sentido, es fundamental que los miembros familiares de la red comprendan y acepten que se trata de un negocio sometido a leyes de mercado a fin de que la actividad microempresarial pueda fortalecerse y crecer; lo contrario conduce a brechas y conflictos familiares que terminan dañando a la microempresa.
8. Las redes sociales se han convertido en el medio fundamental de existencia y desarrollo de las microempresas pues ellas desempeñan las funciones de abastecimiento de leche, abastecimiento de mano de obra en la etapa de transformación, distribución y comercialización de los productos y abastecimiento de otros servicios (crédito, información, servicios de cobranza, etc.), a costos relativamente bajos y con menores riesgos. Sin ellas no sería posible la sobrevivencia de las microempresas en circunstancias donde el mercado de servicios se halla poco desarrollado y los servicios públicos son muy limitados. Es más, en la mayor parte de casos las redes son el principal factor de crecimiento de la microempresa rural.

BIBLIOGRAFÍA

- ATRIA, RAUL (CEPAL), SILES MARCELO (MSO), Y OTROS
“Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: En busca de un nuevo paradigma”
CEPAL - Santiago de Chile, 2003
- BOSSIO MONTES DE OCA, JUAN FERNANDO
“Flujos de información en áreas rurales: el caso de Combayo, Cajamarca”
Programa de Tecnologías de la Información y Comunicación para el Desarrollo
Intermediate Technology Development Group – LA
- CASAUS, MARIA ELENA
“La supervivencia de las redes familiares en la configuración de la élite del poder centroamericana” (caso de la familia Díaz Duran)
Anuario de estudios centroamericanos Vol.20 N 2. editorial de la Universidad de Costa Rica. 1999
- CEDER
“Evaluación del impacto de las microempresas lácteas en los distritos de Chuquibamba, Iray, Pampacolca y Puquina”
Diciembre 2003
- CEDER
“Estudio de Costos y de Rentabilidad de la agroindustria láctea en Arequipa y Moquegua”
Documento de trabajo - Arequipa, 2004
- CEDER
“Proyecto Fortalecimiento de la Productividad y del Empleo Agrícola en zonas alto andinas de Arequipa y Moquegua. Sistematización de la Experiencia”
Documento de Trabajo - Arequipa, 2004
- DE JANVRY, ALAIN / SAUDOLETT, ELIZABETH
“La inversión en el desarrollo rural es un buen negocio”
Echevarría Ed. Desarrollo de las Economías Rurales. Nueva York, 2001
- DIEZ ALEJANDRO
“De la comunidad difusa a las comunidades descentradas. Perspectivas analíticas sobre las comunidades de la sierra de Lima desde las etnografías de la segunda mitad del siglo XX”
Orlando Plaza Ed., Actores y escenarios al inicio del nuevo milenio. PUCP – Lima, 2001
- DIRVEN, MARTINE
“Alcanzando las metas del Milenio: Una mirada hacia la pobreza rural y agrícola”
Red de Desarrollo Agropecuario – CEPAL - Santiago de Chile, Enero 2004

- ERDMUTE. ALBERT
“¿Migración o movilidad en Huayopampa?: Nuevos temas y tendencias en la discusión sobre la comunidad campesina en los andes”
 IEP – Lima, 1999

- ESCOBAL, JAVIER
“Los determinantes de la diversificación del ingreso no agrícola en el Perú”
 2002

- FUKUYAMA, FRANCIS
“Capital Social y Desarrollo. La Agenda Venidera” en: **“Capital Social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo Paradigma”**
 Santiago de Chile, 2003

- JORGE, JOSÉ EDUARDO
“Capital social en Argentina: “Los efectos de la baja confianza sobre el desarrollo y la vida social”
 2004

- LINDON J, ROBINSON; SILES, MARCELO Y ALLAN SCHMID
“El Capital Social y la Reducción de la pobreza: hacia un paradigma maduro”
 2003

- MONTERO, CECILIA Y PABLO MORRIS
“Territorio, competitividad sistémica y desarrollo endógeno. Metodología para el estudio de los Sistemas Regionales de Innovación”
 Concepción, 1999

- MONTES U., ALIPIO Y JUAN CATACTORA B.
“Agroindustria Láctea y Desarrollo Rural. La experiencia de Condesuyos”
 CEDER – Julio 1995

- MONTES U., ALIPIO
“El desarrollo de la agroindustria láctea: una alternativa viable para el desarrollo económico local en zonas altoandinas de la región sur del Perú”
 CEDER – Junio 2002

- MONTES U., ALIPIO Y JUAN CATACTORA B.
“Proyecto Desarrollo de las cadenas productivas de la agroindustria láctea y la Fruticultura en los distritos de Omate y Puquina”
 CEDER - Marzo 2004

- MONTES U., ALIPIO Y JUAN CATACTORA B.
“Desarrollo Agropecuario mediante la Gestión Local Concertada”.
 CEDER – Arequipa, 2004

- NARAYAN, DEEPA
“La Voz de los Pobres: ¿Hay alguien que nos escuche?”
 Banco Mundial - Washington, 2000

- PUTMAN, ROBERT
“Bowling Alone: Chapter I Thinking about Social Change in America”
 New York, 2000

- RIMISP
“Las innovaciones requeridas en las políticas sociales para el ámbito rural”
 Elaborado por RIMISP, para la Fundación Chile 21- Noviembre 2003.

- RIQUELME, ISABEL; RODRÍGUEZ, MARIELA Y CARMEN TAKAYAMA
“Formalización de microempresas: ¿requisito indispensable para su desarrollo y posicionamiento social y económico?”
 Septiembre 1999

- RIVEROS, HERNANDO Y MARIA VERÓNICA GOTTRET
“Los servicios de apoyo no financieros a la agroindustria rural en los países andinos de América Latina”
 Proyecto de Desarrollo Agroempresarial – Cali, Colombia

- TEJO, PEDRO
“La pobreza rural una preocupación permanente en el pensamiento de la CEPAL”
 Red de Desarrollo Productivo – CEPAL - Santiago de Chile, Diciembre 2000

- TOBIO SOLER, CONSTANZA Y OTROS
“El estudio de las redes familiares en Andalucía, en Jornadas de estadística comunidades autónomas”
 Toledo, 2004

- TRIVELLI, CAROLINA
“Pobreza Rural: Investigaciones, mediciones políticas públicas”

- VALENZUELA, MARÍA ELENA /VENEGAS, SYLVIA
“Microempresas de mujeres: necesidades de política para su empoderamiento económico”
 Centro de Estudios de la Mujer (CEM)

- VIDAL, SILVIA
“Algunos aportes de la cultura y de las ciencias sociales al desarrollo productivo”
 CEPLAES

- ZOOMERS ANMELIES
“Buscando estrategias campesinas al desarrollo rural apropiadas: Sumario y conclusiones”
 Dfid/Plural - La Paz, 2002

- ZOOMERS ANMELIES / PLURAL EDITORES

“Vinculando estrategias campesinas al desarrollo. Experiencias en los Andes Bolivianos”

Primera edición castellana, 2002

Traducido por Bernardo Quiroga

ANEXO 1: TIPOLOGÍA DE LAS MICROEMPRESAS LÁCTEAS

Para establecer la tipología de las microempresas se utilizaron las variables de tamaño y nivel tecnológico.

Para la variable tamaño se tomó como indicador el volumen de leche procesada al día, estableciéndose tres tipos:

A =	Procesan más de 1000 lts/día de leche	=	Mayor tamaño
B =	Procesan entre 300 y 999 lts/día de leche	=	Tamaño medio
C =	Procesan menos de 300 lts/día de leche	=	Menor tamaño

Para establecer el nivel tecnológico se utilizaron tres indicadores: el tipo de infraestructura (construida exclusivamente, y parte de la vivienda acondicionada), el tipo de equipamiento (equipos fabricados exprofesamente para queserías, combinación de equipos fabricados con utensilios acondicionados y uso exclusivo de utensilios acondicionados), y el nivel de diversificación de la producción, definida por el número de productos que elaboran (con un solo producto, dos y tres productos, cuatro y más productos).

A partir de éstos indicadores se construyó un índice de nivel tecnológico determinado por la agregación de los puntajes obtenidos en cada uno de los indicadores: para el indicador de tipo de infraestructura se asignó un máximo puntaje de 2; para el indicador tipo de equipamiento un puntaje máximo de 3 y para el nivel de diversificación un puntaje máximo de 3; de esta suerte los puntajes agregados oscilaron entre 3 puntos como mínimo y 8 como máximo.

Luego, por razones operativas las plantas fueron clasificadas en dos tipos:

- A = Plantas con nivel tecnológico alto, cuyo puntaje oscila entre 6 y 8 puntos.
- B = Plantas con nivel tecnológico bajo, cuyo puntaje oscila entre 3 y 5 puntos.

La combinación de éstas dos variables, tamaño y nivel tecnológico, nos permitió obtener 6 tipos de plantas, de acuerdo al cuadro que se inserta a continuación:

**CUADRO N°1: TIPOLOGÍA DE MICROEMPRESAS LÁCTEAS SEGÚN TAMAÑO
(LTS.LECHE/DIA) POR NIVEL TECNOLÓGICO**

		NIVEL TECNOLÓGICO		Total
		Nivel tecnológico Bajo "B"	Nivel tecnológico Alto "A"	
TAMAÑO (LTS. LECHE/DIA)	Menos de 300 lts. "C"	28 (63.6%)	8 (23.5%)	36 (46.2%)
	300 a 999 lts. "B"	13 (29.5%)	10 (29.4%)	23 (29.5%)
	De 1000 lts. a más "A"	3 (6.9%)	16 (47.1%)	19 (24.3%)
Total		44 (100.0%)	34 (100.0%)	78 (100.0%)

Fuente: Estimaciones hechas en base al Inventario de Microempresas Lácteas-Centro de Estudios para el Desarrollo Regional - Enero 2005 y Encuesta Socioeconómica aplicada para éste estudio - Marzo 2005

De ésta suerte se tienen los siguientes 6 tipos:

- Plantas A-A = Mayor tamaño y alta tecnología
- Plantas B-A = Tamaño medio y alta tecnología
- Plantas C-A = Menor tamaño y alta tecnología
- Plantas A-B = Mayor tamaño y baja tecnología
- Plantas B-B = Tamaño medio y baja tecnología
- Plantas C-B = Menor tamaño y baja tecnología

Una vez establecida la tipología de las microempresas, se definió estudiar 2 casos como mínimo, por cada tipo de microempresa.

De otro lado, de las cinco zonas donde se ubican las microempresas, se seleccionaron 3 zonas consideradas representativas para todo el ámbito, una por cada tipo de espacio: Condesuyos, General Sánchez Cerro e Irrigación Majes.

A fin de lograr un mejor performance se estableció que por cada zona se estudien 5 casos. De ésta suerte, en total se seleccionaron 15 casos, de acuerdo al siguiente cuadro:

CUADRO N°2: DISTRIBUCIÓN DE LAS MICROEMPRESAS LÁCTEAS SELECCIONADAS SEGÚN TAMAÑO (LTS.LECHE/DIA) POR NIVEL TECNOLÓGICO

		NIVEL TECNOLÓGICO		Total
		Nivel tecnológico Bajo "B"	Nivel tecnológico Alto "A"	
TAMAÑO (LTS. LECHE/DIA)	Menos de 300 lbs. "C"	3 (37.5%)	2 (28.6%)	5 (33.33%)
	300 a 999 lbs. "B"	3 (37.5%)	2 (28.6%)	5 (33.33%)
	De 1000 lbs. a más "A"	2 (25.0%)	3 (42.8%)	5 (33.33%)
Total		8 (100.0%)	7 (100.0%)	15 (100.0%)

Fuente: Estimaciones hechas en base al Inventario de Microempresas Lácteas-Centro de Estudios para el Desarrollo Regional - Enero 2005 y Encuesta Socioeconómica aplicada para éste estudio - Marzo 2005

Los casos finalmente fueron seleccionados al azar de acuerdo a cada tipo y zona escogida.

Asimismo, por razones operativas se estableció que por cada caso seleccionado se realice una entrevista en profundidad al microempresario, una entrevista como mínimo a proveedores y una como mínimo a comercializadores, de cada microempresa seleccionada. La asignación final de los entrevistados proveedores de leche y comercializadores, se hizo al azar de la lista proporcionada por el microempresario lácteo.

ANEXO 2: **INSTRUMENTOS**

INFORMACIÓN RELEVANTE DE PLANTAS QUESERAS

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA PLANTA

1. Nombre de la Planta:
2. Nombre del(la) propietario(a):
3. Sexo: (M) (F)
4. Ubicación: Fecha de creación:
5. N° de trabajadores de la planta:
 - Familiares : Hombres _____ Mujeres _____
 - Remunerados : Hombres _____ Mujeres _____
 - Número total de trabajadores: _____
6. Funciones principales:
 - Hombres: _____
 - Mujeres : _____

PROCESOS PRODUCTIVOS

7. Volumen de leche procesada en el día de la encuesta: _____ lts/día
8. Capacidad total de procesamiento: _____ lts/día
9. N° de proveedores: _____
10. Uso de insumos:
 - a) Para análisis de leche: _____
 - b) Para procesamiento : _____
 - c) Para acabados : _____
11. Exámenes de control de leche realizados: _____

EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA

12. Equipamiento (equipos de procesamiento) detallar n° y nombre de los equipos:

01. _____	08. _____
02. _____	09. _____
03. _____	10. _____
04. _____	11. _____
05. _____	12. _____
06. _____	13. _____
07. _____	14. _____
13. La infraestructura es:
 - a) Propia : _____ Alquilada : _____
 - b) Exclusiva para planta quesera: _____ Local Acondicionado: _____
 - c) Material predominante: _____
 - d) N° ambientes y función: _____
 - e) Condiciones actuales : _____

“EL PAPEL DE LAS REDES FAMILIARES EN LA REPRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA RURAL NO AGRÍCOLA: LA EXPERIENCIA DE AREQUIPA Y MOQUEGUA”

COMERCIALIZACIÓN

14. Mercado: N° de clientes con venta al contado: _____
 N° de clientes con venta al crédito : _____
15. Principales destinos de la producción (¿Cuánto?): AQP _____ Lima _____ Cusco _____ Ilo _____
 Moquegua _____ Otros (describir) _____, _____, _____
16. Canales de distribución utilizados: indicar cantidad de queso vendido por este canal:
- a) Productor-consumidor : _____ kgs.
 b) Productor-mayorista-minorista-consumidor : _____ kgs.
 c) Productor-minorista-consumidor : _____ kgs.
17. ¿Participan familiares y/o amigos: en la venta de sus productos, realizando contactos, enviándole insumos, etc.? Si es así, por favor describa el N° y funciones que ellos desempeñan.

Nombre del familiar o amigo	Cargo o función	Relación con el jefe de familia	Hrs. trabajo semanal	Edad	Nivel de instrucción	Estado civil	Residencia habitual

INVERSIONES E INGRESOS

18. Inversión (Valorización):
- Equipos 1) Laboratorio : S/ _____
 2) Planta : S/ _____
 Infraestructura : S/ _____
 Capital de Trabajo : S/ _____
19. Ingreso Mensual:
- Bruto (promedio) : S/ _____
 Utilidad Neta (Promedio): S/ _____

OTROS DATOS COMPLEMENTARIOS

20. Problemas más frecuentes que se presentan:
- a) _____
 b) _____
 c) _____
 d) _____
21. ¿Con cuántos lts/día empezó a trabajar?: _____
22. ¿Cuáles son las mejoras en equipamiento, durante los últimos 3 años?
- _____
- _____
- _____



CENTRO DE ESTUDIOS
PARA EL DESARROLLO REGIONAL

“EL PAPEL DE LAS REDES FAMILIARES EN LA REPRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA RURAL NO AGRÍCOLA: LA EXPERIENCIA DE AREQUIPA Y MOQUEGUA”

DATOS DEL PROCESO

PRODUCTO/VARIEDAD	Cantidad Kg. Semanal	RENDIMIENTO (Lts/Kg)		¿PASTEURIZA?			FORMATO UTILIZADO	
		Ingreso a sala maduración	Salida de sala maduración	Si	No	A veces	Molde Redondo Kg.	Molde Rectangular Kg.
1) QUESO								
- Fresco Mejorado								
- Fresco con Verduras								
- Fresco Light								
- Paria								
- Tilsit								
- Andino								
- Mozzarella								
- Dambo								
- Gruyere								
- Edam								
- Gouda								
- Otros								
2) YOGURT								
3) MANTEQUILLA								
4) MANJAR								
5) OTROS								

Fecha de la Encuesta: _____

GUIA DE ENTREVISTA A PROVEEDORES DE LECHE

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DEL PROVEEDOR

1. Sexo: (M) (F)
2. Edad:
3. Lugar de nacimiento:
4. Nivel de instrucción:
5. Estado Civil:
6. Ocupación principal:
7. Ocupación secundaria:
8. ¿Cuántos litros de leche produce por día?

DESTINO Y MOTIVACIONES DE LA VENTA DE LECHE

9. ¿A quién los vende?

A quién entrega	Lts/día (prom.)	Precio por litro	Tiempo que viene entregando	Relación con el comprador

10. ¿Por qué vende la leche a dicho(s) compradores(es)? ¿Por qué no vende a otros compradores?

11. ¿Recibe el pago de la leche en forma puntual o tuvo dificultades? ¿Cuáles? ¿Por qué?

12. Además del pago de la leche, ¿recibe algunos beneficios o servicios adicionales? ¿Cuáles? (suero, insumos, adelantos, etc.)

13. ¿Dónde entrega la leche, en planta o es recogida de su casa o chacra?

14. ¿Tiene algún familiar que posee quesería? ¿Por qué no le vende leche a él? (OJO: Sólo para proveedores que no entregan leche a familiares queseros)

GUIA DE ENTREVISTA A MICROEMPRESARIOS LÁCTEOS

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DEL DUEÑO DE LA PLANTA

1. Sexo: (M) (F)
2. Edad:
3. Lugar de nacimiento:
4. Nivel de instrucción:
5. Estado Civil:
6. Ocupación principal:
7. Ocupación secundaria:

CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA

8. Localización de la planta: Distrito.....; anexo.....
9. ¿Cuántos litros diarios procesa?
10. Tipos de productos que elabora:

TIPO	Kg. a la semana	Precio kg. al Intermediario
Paria		
Andino		
Tilsit		
Fresco Mejorado		
Fresco Light		
Mozzarella		
Dambo		
Gouda		
Otros		
Yogurt		
Mantequilla		
Manjar		

11. Mercados de destino:

PRODUCTO	LUGAR	CANTIDAD
Paria		
Andino		
Tilsit		
Fresco Mejorado		
Fresco Light		
Mozzarella		
Dambo		
Gouda		
Otros		
Yogurt		
Mantequilla		
Manjar		



“EL PAPEL DE LAS REDES FAMILIARES EN LA REPRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA RURAL NO AGRÍCOLA: LA EXPERIENCIA DE AREQUIPA Y MOQUEGUA”

12. ¿Cuántos proveedores tiene? ¿Cuántos de ellos son familiares, parientes?

13. ¿Quiénes son los proveedores más importantes? (según cantidad, tiempo, etc)

Nombre del Proveedor	Litros / día	Tiempo que entrega leche	Relación con el dueño de la Planta

14. ¿Cuánto paga el litro de leche? S/ _____

15. ¿Paga el mismo precio a todos sus proveedores? ¿A quiénes paga más? ¿Por qué?

16. ¿Qué ventajas o beneficios adicionales le da al proveedor familiar?

17. ¿Tiene problemas con alguno de sus proveedores? ¿Cuáles son? ¿Por qué?

18. ¿Cómo selecciona a sus proveedores?

19. ¿De quién prefiere acopiar la leche, de un familiar o pariente, de otra persona? ¿Por qué?

TRABAJADORES

20. ¿Cuántas personas trabajan en la Planta?



“EL PAPEL DE LAS REDES FAMILIARES EN LA REPRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA RURAL NO AGRÍCOLA: LA EXPERIENCIA DE AREQUIPA Y MOQUEGUA”

Relación con el dueño	Edad	Sexo	Grado de Instrucción	Función Principal	Horas de trabajo a la semana	Es remunerado Si – No

COMERCIALIZACIÓN

21. ¿Tiene usted una tienda o puesto de venta al público? ¿Dónde? ¿Quién lo atiende?, ¿Qué relación familiar o de parentesco tiene con Ud.?

22. ¿Cómo vende usted sus productos? Describa las formas de venta que realiza.

23. ¿Cuántos son sus comercializadores? de ellos, ¿Cuántos son familiares o parientes?

Relación de parentesco con el dueño	Nombres y Apellidos	Sexo	Grado de Instrucción	Ocupación Principal	Lugar donde vende	Plazos de pago (sem, quinc.)	Condición de venta (contado, crédito)	Deuda actual + de 3 semanas

24. ¿Cómo ha seleccionado a sus comercializadores? (describir) ¿Tiene en cuenta la relación familiar o de parentesco?

25. ¿Qué utilidad obtienen por la venta de sus productos sus comercializadores? (Familiares y/o no familiares)



“EL PAPEL DE LAS REDES FAMILIARES EN LA REPRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA RURAL NO AGRÍCOLA: LA EXPERIENCIA DE AREQUIPA Y MOQUEGUA”

26. ¿Con quién prefiere comercializar, con un familiar o pariente o con otra persona? ¿Porqué?

27. ¿Cómo adquiere usted los insumos? (Fermentos, cuajo, equipos, etc.). Explicar qué y quién.

28. ¿Quién y cómo realiza la cobranza? ¿Tiene dificultades? ¿De qué tipo?

29. ¿Qué ventajas representa tener familia en el negocio familiar? y ¿En la comercialización?

30. ¿Cómo se informa de los precios, mejoras tecnológicas, venta de insumos, preferencias de los consumidores, etc.?

FINANCIAMIENTO

31. ¿Con qué recursos financia usted su negocio? (ahorro, préstamo, apoyo familiar)

32. ¿Cómo y quiénes de su familia le apoyaron en la instalación y funcionamiento de la planta?

33. ¿En qué consistió ese apoyo? ¿Qué familiares fueron?

IMPORTANTE:

- Reconstruir el árbol de relaciones y roles familiares.
- Anotar direcciones de comercializadores familiares y no familiares.

GUÍA DE ENTREVISTA A LOS COMERCIALIZADORES DE PRODUCTOS LÁCTEOS

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DEL COMERCIALIZADOR

1. Sexo: (M) (F)
2. Edad:
3. Nivel de instrucción:
4. Estado Civil:
5. Lugar de nacimiento:
6. ¿Qué actividades económicas realiza?
7. ¿Cuál de ellas le genera más ingresos?
8. ¿Desde cuándo comercializa productos lácteos (queso, yogurt, etc.)? (año).....
9. N° de horas que dedica en la semana a la venta de productos lácteos
10. ¿Qué productos vende y/o distribuye?
 - a) Queso: Paria..... Fresco..... Andino..... Tilsit..... Otros
 - b) Yogurt..... c) Manjar..... d) Otros.....

11. Tipo de Comercializador

Tipo de Comercializador	Lugares de Venta	
Distribuidor (sin ganancia comercial)		
Mayorista		
Minorista con punto de venta fijo		
Minorista ambulante		

PROVEEDORES

12. ¿De quiénes compra los productos lácteos que usted vende?

PROVEEDOR	RELACION FAMILIAR O PARENTEZCO	PRODUCTO	CANTIDAD (Kg. semanal)

13. ¿Qué ventajas le representa trabajar con un proveedor familiar?

“EL PAPEL DE LAS REDES FAMILIARES EN LA REPRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA RURAL NO AGRÍCOLA: LA EXPERIENCIA DE AREQUIPA Y MOQUEGUA”

14. ¿Qué desventajas le representa trabajar con un proveedor familiar?

15. ¿De quién prefiere comprar más, de un proveedor familiar o de uno particular? ¿Por qué?

COMERCIALIZACIÓN

16. ¿Cómo realiza su trabajo de venta o distribución? Describa los pasos y tareas realizadas.

17. ¿Con cuántos comercializadores trabaja usted? ¿Cuántos de ellos son familiares y/o parientes? (describir el parentesco)

COMERCIALIZADOR	RELACION FAMILIAR O PARENTEZCO	PRODUCTO	CANTIDAD (Kg. semanal)

18. ¿Cuánto gana por Kg. de queso? ¿Por litro de yogurt?

Frescos: _____

Maduros: _____ Yogurt: _____

19. ¿Cómo realiza la cobranza?, ¿Tiene dificultades?, ¿Cuáles son?

20. ¿Qué otros beneficios adicionales tiene por la venta de productos lácteos?

“EL PAPEL DE LAS REDES FAMILIARES EN LA REPRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA RURAL NO AGRÍCOLA: LA EXPERIENCIA DE AREQUIPA Y MOQUEGUA”

21. ¿Qué beneficios adicionales les da a sus familiares que trabajan con usted?

22. ¿Qué ventajas le representa a usted trabajar con familiares comercializadores?

23. ¿Qué desventajas le representa a usted trabajar con familiares comercializadores?

OTRAS FUNCIONES

24. ¿Qué otras tareas realiza para apoyar a la planta quesera de su familiar? ¿Cuáles son?

25. ¿Recibe por ello algún beneficio adicional? ¿Cuál?

26. ¿Tiene usted algún otro familiar que también apoya al negocio en forma indirecta u ocasional?, ¿Cómo lo hace?

POTENCIALIDADES

27. ¿Cuáles son las dificultades o problemas más importantes que se presentan en la comercialización de lácteos?

28. ¿Qué tipo de apoyo le gustaría recibir para que mejore su participación en el negocio?

29. ¿Cómo debería apoyar el gobierno al desarrollo de toda la cadena productiva de lácteos?

NOTA: Construir el Árbol de Relaciones

ANEXO 3: DIAGRAMAS

LEYENDA:

Los colores utilizados tienen las siguientes equivalencias:

Color negro: grafica todo el funcionamiento de la microempresa.

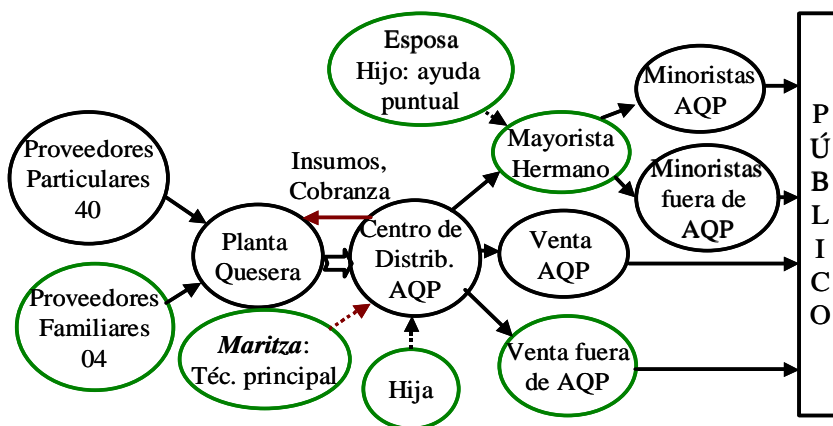
Color verde: señala las redes primarias (familia del microempresario).

Color azul: señala las redes secundarias (otras familias).

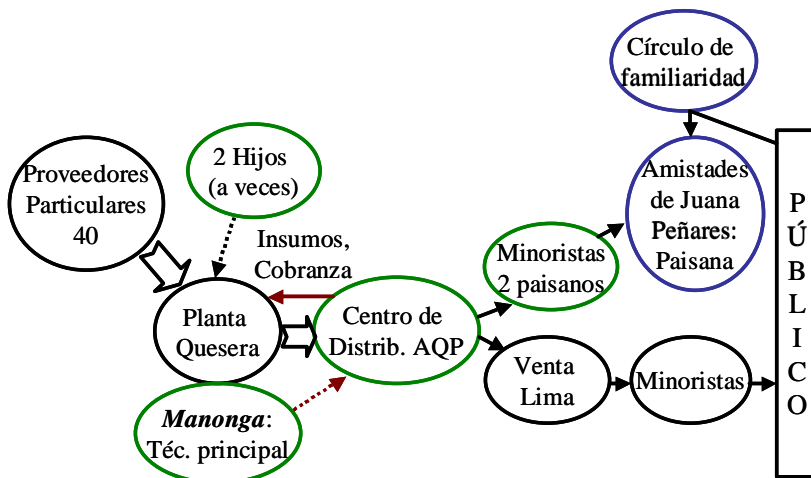
Color rojo: señala los funciones de apoyo que recibe la microempresa.

a) PROVINCIA DE CONDESUYOS

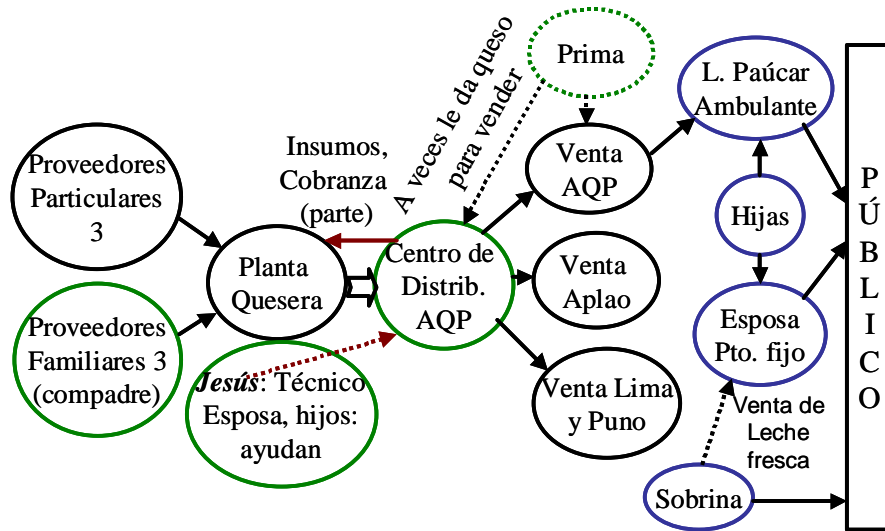
Maritza Llerena



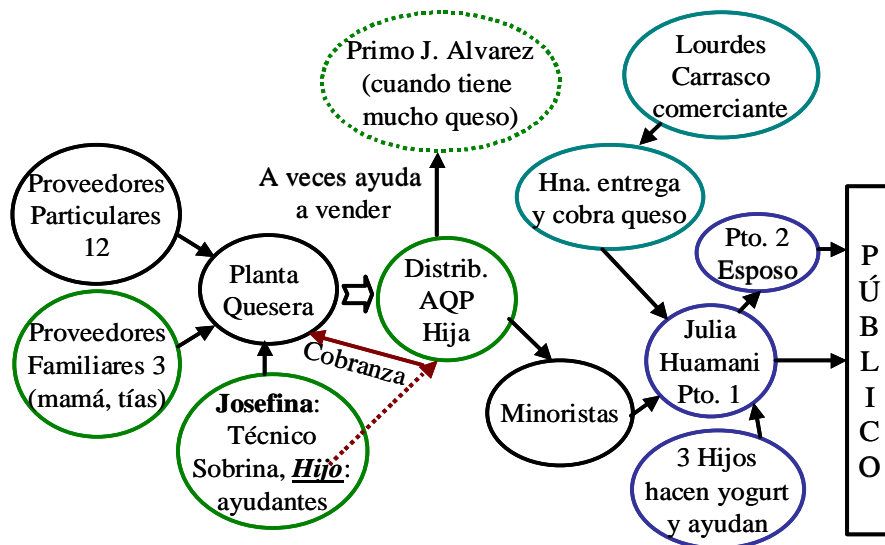
Manonga Gómez



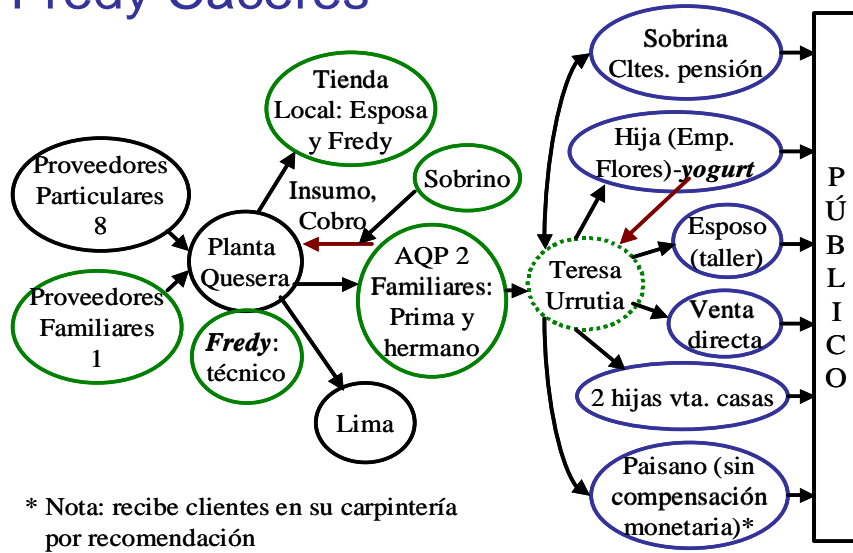
Jesús Álvarez



Josefina Serrano

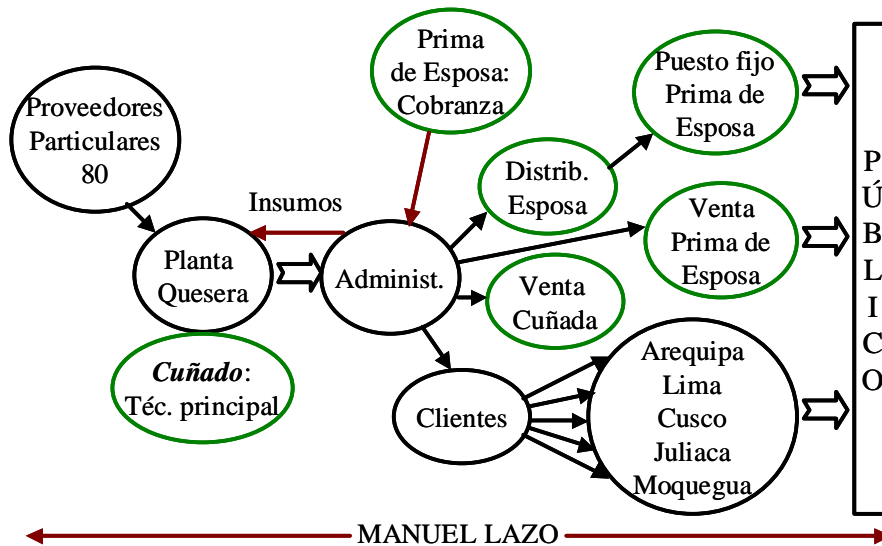


Fredy Cáceres

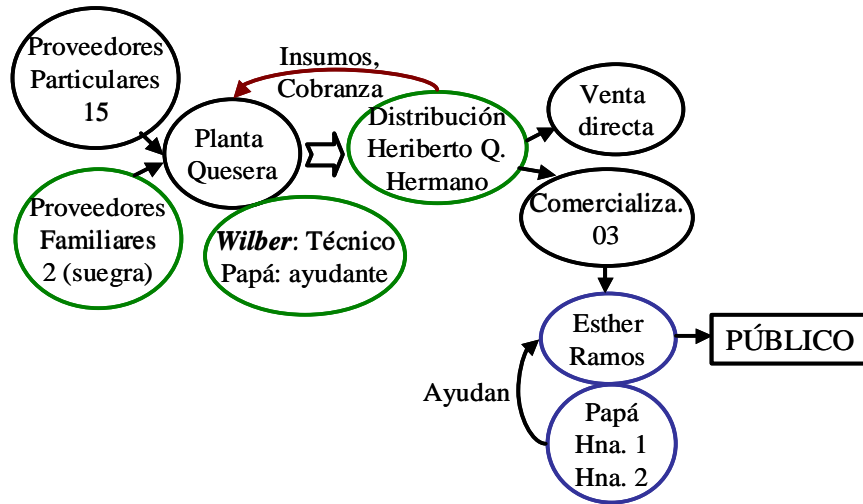


b) PROVINCIA GENERAL SÁNCHEZ CERRO

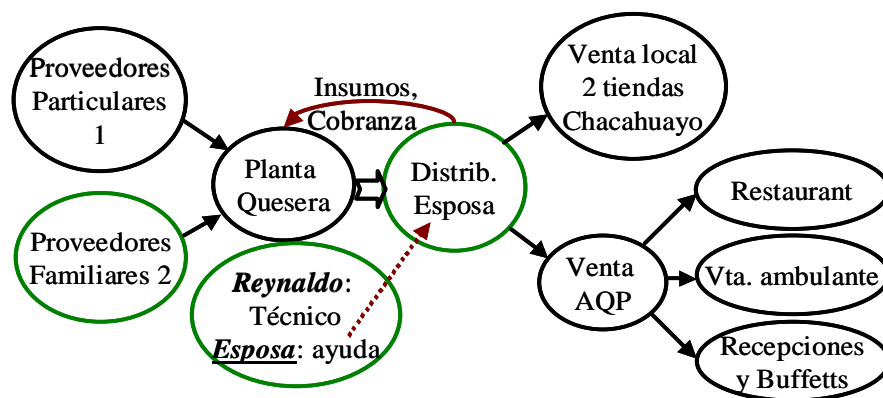
Manuel Lazo



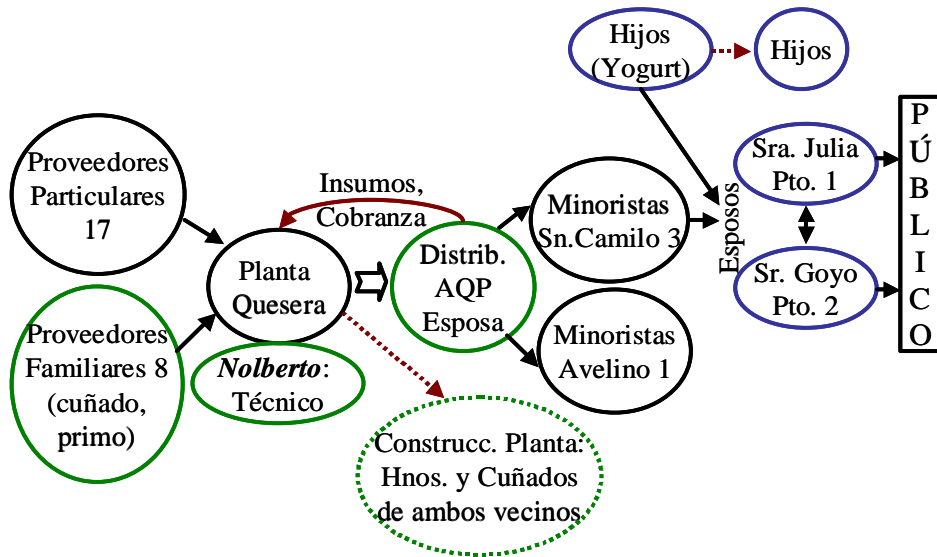
Wilber Quecara



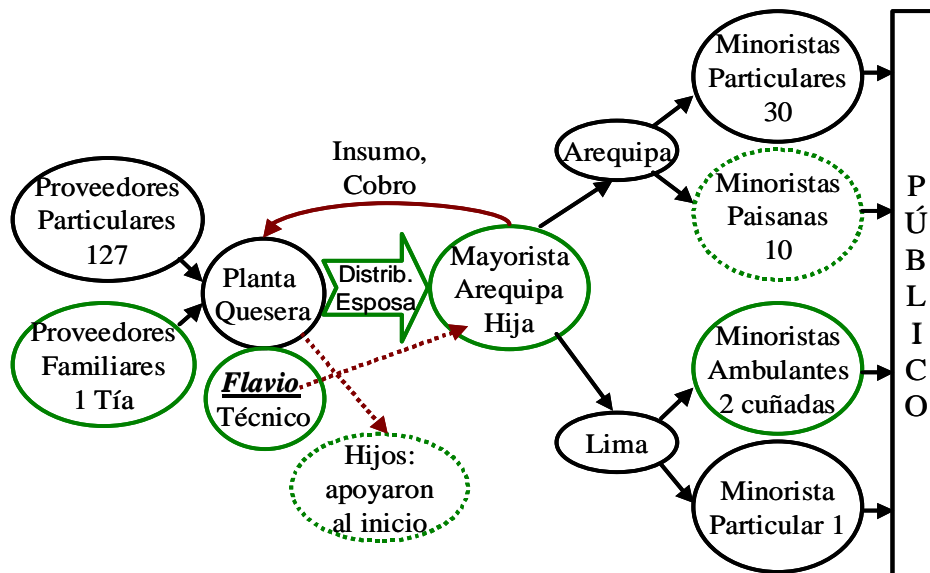
Reynaldo Pari



Nolberto Chávez

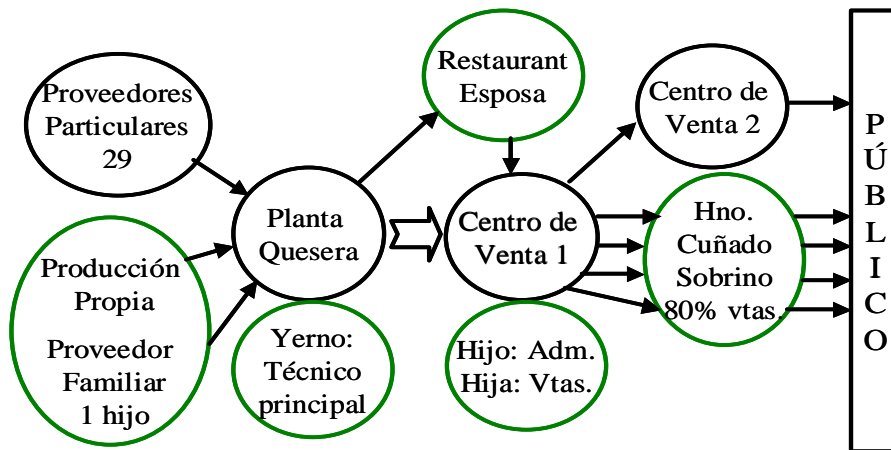


Flavio Flores

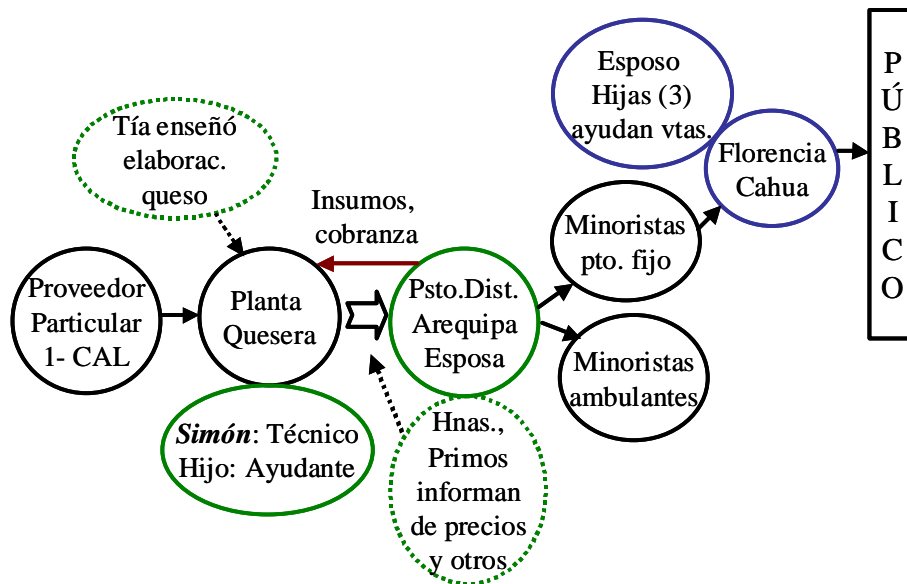


c) IRRIGACIÓN MAJES

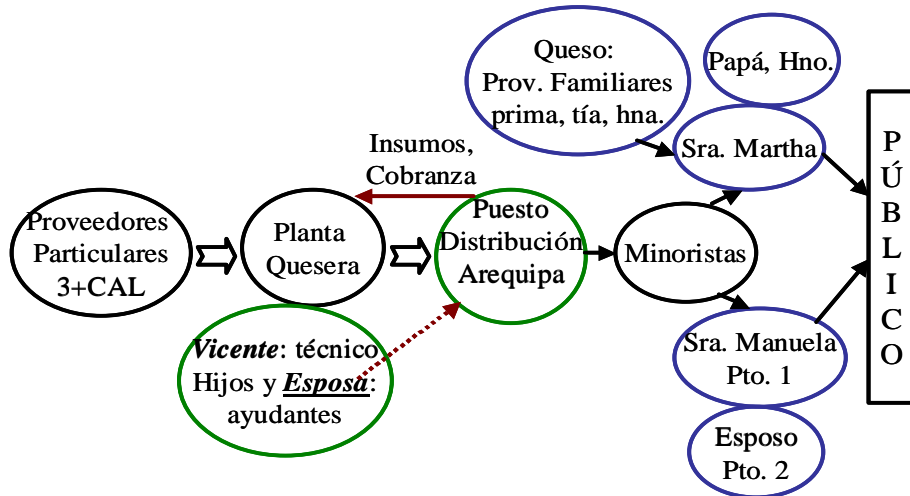
Víctor Condo



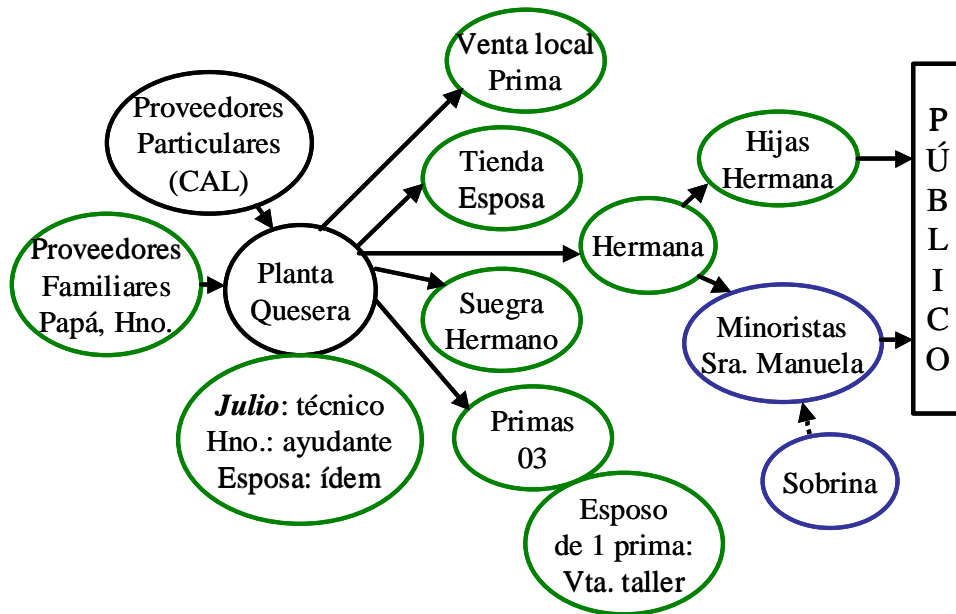
Simón Cosi



Vicente Apaza



Julio Delgadillo



Florentino Cueva

