

# Financiación de la comercialización agrícola en América Latina



The designations employed and the presentation of material in this information product do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Food and Agriculture Organization of the United Nations concerning the legal or development status of any country, territory, city or area or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries.

All rights reserved. Reproduction and dissemination of material in this information product for educational or other non-commercial purposes are authorized without any prior written permission from the copyright holders provided the source is fully acknowledged. Reproduction of material in this information product for resale or other commercial purposes is prohibited without written permission of the copyright holders. Applications for such permission should be addressed to the Chief, Electronic Publishing Policy and Support Branch, Information Division, FAO, Viale delle Terme di Caracalla, 00100 Rome, Italy or by e-mail to [copyright@fao.org](mailto:copyright@fao.org)

© FAO 2006

# Financiación de la comercialización agrícola en América Latina

---

Por

**Eva Gálvez**

Servicio de Gestión, Comercialización y Finanzas Agrícolas  
División de Servicios de Apoyo a la Agricultura de la FAO



# Índice

PREFACIO	v
AGRADECIMIENTOS	vii
INTRODUCCIÓN	1
REVISIÓN DE LA LITERATURA EXISTENTE	2
<b>ESTUDIOS DE CASO: FINANCIAMIENTO DEL PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE CEREALES</b>	<b>9</b>
DESCRIPCIÓN DE LA CADENA DE VALOR DE CEREALES	9
FUENTES DE FINANCIAMIENTO DEL PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE CEREALES	12
RELACIONES CRUZADAS DE COMERCIALIZACIÓN Y FINANCIAMIENTO EN LA CADENA DE CEREALES	
<b>ESTUDIOS DE CASO: FINANCIAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS</b>	<b>33</b>
DESCRIPCIÓN DE LA CADENA DE VALOR HORTOFRUTÍCOLA	33
FUENTES DE FINANCIAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN EN LA CADENA HORTOFRUTÍCOLA	35
RELACIONES CRUZADAS DE COMERCIALIZACIÓN Y FINANCIAMIENTO EN LA CADENA HORTOFRUTÍCOLA	38
<b>EL PAPEL DEL SISTEMA FINANCIERO EN EL FINANCIAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN AGRÍCOLA</b>	<b>47</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>55</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>63</b>
<b>ANEXOS</b>	
ANEXO 1. DESCRIPCIÓN DE LAS CADENAS DE ARROZ	67
ANEXO 2. DESCRIPCIÓN DE LAS CADENAS HORTOFRUTÍCOLAS	73



## Prefacio

En el 2004, Andrew Shepherd de la FAO publicó un estudio sobre el financiamiento del comercio agrícola en Asia. Los interesantes hallazgos encontrados han impulsado la extensión del análisis a África y América Latina. El presente documento expone los resultados de la investigación latinoamericana, que engloba cinco estudios de caso realizados en Argentina, Brasil, Costa Rica, Ecuador y Perú.

De forma análoga al caso asiático, se han elegido dos cadenas de valor: la de cereales, con énfasis en el arroz, y la de productos hortofrutícolas. En ambas cadenas se estudian las fuentes de financiamiento de elaboradores y comerciantes y se analiza cómo éstos transfieren fondos dentro del sistema de comercialización y hacia los agricultores.

El estudio examina como en los últimos años se ha asistido a una «informalización» del financiamiento del comercio agrícola en América Latina. Esto implica que los préstamos de relaciones sociales, prestamistas informales y de otros agentes de la cadena, han crecido más que el financiamiento formal. De hecho, se ha percibido una densa red de vínculos financieros en las agrocadenas, que pivotan en torno a molinos y mayoristas en la cadena de cereales, y en torno a los comerciantes mayoristas en la de frutas y hortalizas. Estos actores, que gozan de mejor acceso relativo a crédito bancario, transmiten un financiamiento en cascada hacia los productores y comerciantes minoristas bajo la forma de crédito comercial (30 a 60 días) o crédito estacional (con un plazo variable en función del producto, pero siempre inferior al año). Este financiamiento intracadena permite a los comerciantes de menor escala contar con el capital de trabajo necesario para continuar sus actividades, pero no resuelve las importantes restricciones a la entrada de nuevas empresas en el sector, a la expansión de la actividad comercial y a la mejora o *upgrade* de la cadena.

El acceso a crédito para inversión es aún más limitado debido a la falta de profundidad del mercado financiero. El crédito intracadena, por naturaleza de corto plazo, no cubre esta demanda y el crédito bancario adolece de una serie de limitaciones ampliamente conocidas: altas tasas de interés, trámites burocráticos, falta de flexibilidad y exigencia de garantías reales, que los comerciantes no suele estar en posición de ofrecer.

El estudio también revela que el acceso a financiamiento para el comercio agrícola en América Latina es marcadamente desigual. Este sector sigue un patrón dual, en el que cohabitan agentes formales e informales. Los primeros tienen un acceso rutinario a financiamiento formal, mientras que el acceso de los segundos es bastante restringido. Esta dualidad se ha agudizado ante los procesos de globalización, concentración e integración de las agrocadenas, que presionan a los actores a realizar continuas mejoras en equipos y procesos que implican más capital de trabajo e inversión. De este modo, la falta de acceso a financiamiento se convierte en una barrera cada vez más importante que obstaculiza la entrada o permanencia de los agentes

informales en las cadenas más desarrolladas. A esto se añade que las autoridades públicas tienen dificultades crecientes para ofrecer servicios de apoyo y supervisar el comercio informal (desde el punto de vista tributario, legal, aseguración de la inocuidad alimentaria, etc.)

Las instituciones financieras han notado la demanda insatisfecha de financiamiento del comercio agrícola y muestran interés en atender este colectivo a pesar del alto riesgo percibido. Tres incentivos principales están impulsando este cambio de actitud: i) existe una mayor competencia que impulsa hacia nichos de mercado no saturados; ii) el éxito de las microfinanzas ha demostrado que con tecnologías adecuadas se puede llegar a atender satisfactoriamente a colectivos que antes no eran considerados sujetos de crédito; iii) los comerciantes usan de forma creciente servicios financieros como productos de ahorro y facilidades de pago, mejorando así su perfil como sujeto de crédito.

Las instituciones financieras más innovadoras han desarrollado diversas experiencias para satisfacer la demanda de financiamiento del comercio agrícola. El presente estudio ha recogido algunas de las iniciativas más relevantes, entre las que destacan:

- Diseñar productos financieros, entre ellos de crédito, que responden a las necesidades específicas de los comerciantes, relativas sobre todo a la flexibilidad, sencillez y rapidez de desembolsos y repago.
- Adaptar el mercadeo de los productos financieros a las características del público objetivo, en este caso, comerciantes de productos agrícolas.
- Difundir el uso de instrumentos financieros alternativos al crédito bancario tradicional como el arrendamiento financiero, el fideicomiso, el descuento de facturas o el crédito prendario agrícola.
- Diseñar intervenciones basadas en el conocimiento de la cadena de valor, tales como el desarrollo de productos que imitan las tecnologías de eslabones-prestamistas, o el establecimiento de alianzas estratégicas entre instituciones financieras, procesadores y comerciantes para satisfacer las necesidades de financiamiento identificadas en la agrocadena.

## **Agradecimientos**

La editora expresa su sincero agradecimiento a los autores de los estudios de caso llevados a cabo en 2004 como parte de la investigación para elaborar este documento. Los autores de estos estudios de caso han sido: en Argentina, Facundo Etchebehere; en Brasil, Danilo R. D. Aguiar; en Costa Rica, Rodolfo Quirós; en Ecuador, Rosa Jordán y Raúl Sánchez; y en Perú, Víctor Galarreta.

Se agradecen también los comentarios de Calvin Miller, Carlos da Silva, Olivio Argenti, Pilar Santacoloma y Guilherme Schuetz. Un agradecimiento especial se dirige a Edward Seidler y Andrew Shepherd, quienes han guiado el diseño y el desarrollo del estudio.



# 1 Introducción

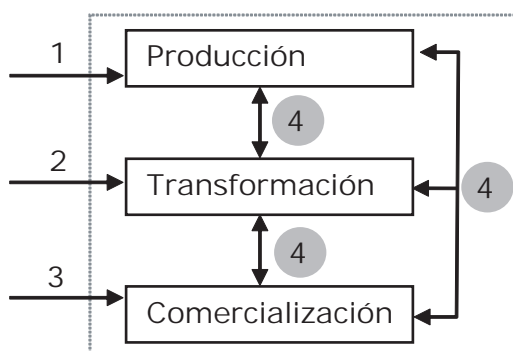
**Objetivo del estudio.** El documento analiza las fuentes de financiamiento a las que tienen acceso los compradores de productos agrícolas no perecibles (cereales) y perecibles (frutas y hortalizas frescas), y sus usos como capital de trabajo, financiamiento de inventarios e inversiones. Se basa en cinco estudios de caso realizados en Argentina, Brasil, Costa Rica, Ecuador y Perú.

El estudio puede ser de utilidad para funcionarios públicos encargados de políticas de financiamiento agrícola, investigadores, agencias de desarrollo y bancos comerciales, bancos de desarrollo e instituciones de microcrédito interesadas en expandir el financiamiento de los agronegocios.

**Metodología del estudio.** Para realizar la presente labor se han combinado diversas técnicas entre las que se incluyen la revisión de la escasa literatura existente sobre el tema en América Latina y la realización de Análisis Rápidos de Mercado de las cadenas seleccionadas en cada país participante. Este método se basa en la obtención de información a través de entrevistas con actores clave, tales como comercializadores, productores y funcionarios bancarios y gubernamentales, las cuáles se complementan con observaciones personales y fuentes secundarias de información.

Se ha adoptado el enfoque de las «cadenas de valor» para delimitar el objeto del estudio y examinar de forma ordenada los sistemas de comercialización y procesamiento y los vínculos entre ellos. Si se visualiza la actividad agrícola como una cadena en la que flujos de bienes, servicios, dinero e información circulan entre los productores y los consumidores, resulta evidente que las funciones de la cadena, es decir, producción, transformación y comercialización, están interrelacionadas. El estudio se centra en el análisis de uno de estos flujos, el financiero, representado a continuación en el esquema simplificado de la agrocadena. En la Figura 1 se muestran las relaciones financieras verticales entre los agentes de la cadena (representadas por el numeral 4) y las relaciones horizontales de cada uno de éstos con fuentes externas (numerales 1, 2 y 3).

**Figura 1. Esquema simplificado de la cadena de valor agrícola**



**Fuentes de financiamiento de comerciantes y elaboradores de productos agrícolas.** El financiamiento de la producción agrícola (1), en especial el financiamiento institucional, no será objeto de análisis en este estudio. Existe un gran desconocimiento sobre cómo se financian la transformación (2) y comercialización (3) de productos agrícolas orientados al mercado doméstico. El presente estudio, aunque meramente exploratorio, intenta paliar este vacío de información, mediante el análisis de las relaciones financieras horizontales (2 y 3) y las verticales (4), que representan los vínculos financieros cruzados entre integrantes de la cadena.

Los términos «crédito» y «financiamiento» se han empleado en sentido amplio. Comprenden tantos los préstamos formales e informales, como los pagos adelantados y la aceptación de pagos diferidos.

**Vínculos financieros cruzados.** La hipótesis de partida del estudio es que dado que las funciones de la cadena agrícola están estrechamente interrelacionadas, es natural que se desarrollen múltiples conexiones financieras entre ellas, y que el acceso a financiamiento de uno de los integrantes de la cadena influya en el financiamiento de los demás eslabones.

El estudio verifica que esta hipótesis se cumple y pone de manifiesto la importancia de las relaciones financieras entre integrantes de la cadena. La magnitud del financiamiento intracadena no se conoce a ciencia cierta pero se tienen algunas estimaciones. Por ejemplo en Ecuador se piensa que un tercio del total de transacciones del sistema de comercialización de arroz son financiadas por otros actores de la cadena y en Perú el 30 por ciento de los agronegocios financian a los productores agrícolas con los que se relacionan.

También se ha verificado que los agricultores no solo reciben financiamiento de la cadena sino que a su vez otorgan crédito al sistema comercial, aunque por plazos muy breves, mediante la aceptación de pagos diferidos.

Adicionalmente el estudio muestra que el acceso a financiamiento de comerciantes y procesadores de productos agrícolas viene determinado en parte por las características intrínsecas de éstos, pero también por la influencia de otros actores de la cadena. Se suele decir que una cadena es tan fuerte como el más débil de sus eslabones. El eslabón débil, que en las agro cadenas suele ser el agricultor, afecta negativamente el perfil de riesgo de todos los actores que conforman la cadena, y en consecuencia, su acceso a financiamiento. Se han visto ejemplos de esto en Ecuador, pero también se han visto casos en los que un eslabón fuerte mejora la clasificación de riesgo de los actores vinculados, como sucede con el efecto indirecto que Hortifruiti – Costa Rica, comercializadora líder de productos hortofrutícolas en Costa Rica y Centroamérica, ha tenido sobre el acceso a financiamiento de sus proveedores.

**Financiamiento institucional.** Se ha constatado que a pesar del aumento del financiamiento al interior de la cadena, subsiste una demanda insatisfecha de servicios financieros por parte de comerciantes de productos agrícolas. En consecuencia, se ha analizado la vinculación entre las instituciones financieras y los comerciantes de productos agrícolas mediante entrevistas a representantes de ambos grupos.

La reacción de los comerciantes ante los productos de crédito tradicionales es desfavorable, sobre todo porque implican largos trámites que se contradicen con la inmediatez de las oportunidades comerciales y porque requieren garantías y formalidades difíciles de cumplir. En

cuanto al capital para inversiones, las altas tasas de interés son el principal motivo que desincentiva la solicitud de un crédito bancario.

Los funcionarios de instituciones financieras aluden al alto riesgo e incertidumbre de prestar al sector agrícola ampliado, como razón que les mueve a cubrirse con altas tasas de interés y garantías reales. Por otra parte, por una serie de razones están empezando a interesarse en este colectivo y perciben la necesidad de ofrecer mejores servicios de depósitos y pagos y desarrollar nuevas tecnologías crediticias que se adapten a la actividad comercial. Se han resaltado varias notas positivas en este sentido como: el desarrollo de productos de microcrédito orientados hacia este colectivo por parte de muchos bancos comerciales; la difusión de instrumentos de financiamiento no tradicionales; y el acercamiento físico de las instituciones financieras a los comerciantes, estableciendo oficinas en las cercanías de los mercados mayoristas y municipales o atendiendo a los comerciantes en sus propios puestos de venta.



## 2 Revisión de la literatura existente

Se conoce relativamente poco sobre **cómo se financian los comerciantes de productos agrícolas en diversas partes del mundo**. Entre los escasos estudios realizados sobre el tema destacan el análisis de Shepherd (2004) sobre diversos países asiáticos: Cambodia, India, Myanmar, Nepal, Pakistán, Filipinas y Vietnam, y la investigación de Fafchamps referida a los países sub-saharianos (2004). También hay estudios aislados sobre este tema como el realizado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Mozambique (1999).

De forma reciente se ha enfatizado la importancia de la **provisión de crédito a los agricultores por parte de empresas agrocomercializadoras**, en especial bajo el marco de agricultura por contrato y en menor medida bajo la forma de adelantos de compra. Para mencionar solo algunas de las múltiples iniciativas emprendidas, el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA, 2003) ha constatado que las empresas que comercializan ciertos productos básicos en África (algodón en Zambia; algodón y tabaco en Mozambique; y productos hortofrutícolas, entre otros, en Kenia) suelen facilitar créditos a pequeños productores dentro de esquemas de agricultura por contrato. El Instituto Internacional de Investigación Sobre Políticas Alimentarias (IIPA, 1998) ha resaltado la importancia del crédito atado o vinculado en países como Bangladesh, Camerún, China, Egipto, Ghana, Madagascar, Malawi, Nepal y Pakistán.

En los últimos años, ha ganado terreno el **enfoque de cadena de valor aplicado al financiamiento de los eslabones de las agrocadenas**. De este modo, Shepherd ha tratado este tema en sus publicaciones sobre financiamiento de la comercialización agrícola en Asia (2004), agricultura por contrato (2001) y crédito prendario (2002). Fries (2004) ha propuesto expandir los servicios financieros construyendo e innovando sobre lo ya existente, es decir sobre tres productos financieros operados a través de la cadena de valor agrícola, a saber, el crédito comercial, la agricultura por contrato y el certificado de depósito. En esta misma línea, Pearce (2003) plantea mejorar el financiamiento de la cadena de valor como una de las estrategias claves a seguir para expandir los servicios financieros en áreas rurales.

Muchos donantes e instituciones de desarrollo respaldan este concepto. La conferencia internacional *Paving the Way Forward for Rural Finance*, realizada en junio de 2003 bajo los auspicios de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) analizó este fenómeno y sus implicaciones en el diseño de las políticas de los donantes. El Departamento para el Desarrollo Internacional inglés (DFID) también señala la importancia de los mecanismos endógenos de coordinación local tales como los créditos eslabonados de compradores de productos agrícolas y otros integrantes de la cadena (Donward et al, 2005). Se resalta que dichos créditos no son inherentemente discriminatorios y ofrecen a los agentes más débiles de la cadena alternativas de manejo de riesgo (Deb et al, 2003), al tiempo que se exploran alternativas para fortalecer y mejorar los procesos de coordinación local mediante la parti-

cipación de agencias estatales, ONGs y los agentes de la cadena. La Agencia Suiza de Cooperación al Desarrollo (SDC) reconoce igualmente que los comerciantes agrícolas y otras fuentes informales, son usualmente la única fuente de crédito para grandes segmentos de la población sin acceso al sector financiero formal.

**La literatura sobre este tema relativa a América Latina es escasa.** Existe consenso sobre el significativo decline del financiamiento rural formal en las dos últimas décadas (González-Vega, 1998) –debido en parte a la salida del estado del financiamiento agrícola y a la disminución de los programas de crédito rural financiados por donantes– y sobre el notable papel que están jugando los compradores de productos agrícolas en el financiamiento rural. El financiamiento de la producción, elaboración y comercialización agrícola ha quedado sobre todo a cargo del sector privado y, en muchos casos, de los agentes informales (UNCTAD, 2004). Familiares, amigos, compradores de productos agrícolas, proveedores de insumos y prestadores de servicios han paliado el impacto negativo de la contracción del financiamiento formal sobre los niveles de producción y comercio agrícola. Sin embargo, no se conoce a ciencia cierta el funcionamiento, magnitud y características de este fenómeno en América Latina.

Se han individuado algunos estudios que ilustran como los pequeños agricultores latinoamericanos son financiados en gran medida por los compradores de sus productos, ya sean agroindustrias o comerciantes. El *III Censo Nacional Agropecuario de Ecuador* (INEC-MAG-SICA, 2000) indica que al menos el 13 por ciento de los agricultores recibe financiamiento de la cadena, en especial de los compradores de sus productos. Por su parte el *III Censo Agropecuario de Perú* (INEI, 1994) estima en 11 por ciento el porcentaje de agricultores financiados por la cadena. Hayden (2004) en la *Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas* distingue dos tipos de acopiadores de maíz en Perú: los acopiadores-habilitadores que financian insumos, servicios y en algunos casos, dinero a los agricultores y los acopiadores tradicionales que no financian porque comercializan pequeños volúmenes. El Ministerio de Agricultura del Perú confirma que muchos intermediarios comerciales que suministran maíz a las empresas avícolas, facilitan fondos de campaña a los productores para asegurarse un cierto volumen de negocio (Dirección General de Promoción Agraria del Ministerio de Agricultura del Perú, 2002). Sotomayor y Nelson (2002), también han descrito la alta incidencia de créditos eslabonados a operaciones comerciales entre mayoristas y productores de maíz y tomate de la costa norte peruana. Afirman que son operaciones basadas en relaciones personales de largo plazo y en la amenaza de perder una relación comercial lucrativa si se incumple el crédito, y que siguen un patrón repetitivo que se interrumpe cuando la relación deja de resultar beneficiosas para ambas partes. Algo similar ocurre en la cadena del arroz en Perú. Según Salcedo y Stiglich muchos pequeños productores peruanos prefieren sembrar arroz en lugar de otros cultivos gracias al financiamiento de acopiadores y molinos. Conning (2000) sugiere que en Chile el crédito eslabonado en los cultivos menos concentrados y orientados al mercado doméstico se ha reducido porque la mayor competencia comercial ha exacerbado las ventas extracontractuales. Según el IICA-Argentina, la falta de crédito bancario se ha suplido en gran medida con financiamiento comercial especialmente dirigido al prefinanciamiento de exportaciones y planes canje, modalidad bajo la que se llegó a financiar el 20 por ciento de la superficie de cultivos anuales (Nava, 2003). Caro (2003) subraya que los «proveedores informales» contribuyen significativamente al financiamiento rural en Argentina, Perú y otros países de la región, aunque no exista mucha documentación al respecto. Según Caro, estos agentes de crédito son normalmente intermediarios en la cadena agropecuaria y muchos de ellos son comerciantes o empresas distribuido-

ras. Wenner y Proenza (2000) refieren que los compradores de productos agrícolas en América Latina y el Caribe, aventajan a los intermediarios formales en la selección de futuros prestatarios (agricultores) gracias a una mayor proximidad geográfica y una serie de relaciones sociales y económicas entrelazadas, pero disponen de un capital limitado, tienden a ejercer el poder de mercado y están restringidos geográficamente.

La información sobre el **financiamiento entre los distintos eslabones de la comercialización agrícola** en América Latina es muy exigua. Recientemente, con la aplicación de la metodología de las cadenas productivas se están documentando, entre otros aspectos, los flujos de financiamiento entre los integrantes de la cadena. De este modo, Hayden (2004) describe en su análisis de la cadena de maíz peruana, como los acopiadores-habilitadores de maíz suelen recibir financiamiento (insumos o dinero) de los mayoristas regionales con los que tienen relaciones estables. Asimismo, ha identificado relaciones de crédito a corto plazo entre acopiadores mayoristas de chirimoyas del norte de Perú y comerciantes mayoristas de fruta de la región y Lima.

La revisión literaria realizada apunta a que cuando los comerciantes y elaboradores tienen acceso a financiamiento bancario, hacen **représtamos a los productores y comerciantes minoristas** con los que se relacionan. Es más, varios autores señalan que en esta relación existe un potencial sin explotar para profundizar los mercados financieros rurales. Ahora bien, no se ha documentado cómo se financian los comerciantes y procesadores agrícolas, ni cuáles son las características y usos de dicho financiamiento. Al mismo tiempo, se ignora cómo se establecen y funcionan los mecanismos de préstamos en la cadena.

En relación a este tema destaca la publicación *Financiamiento informal en el Perú* (Alvarado *et al.* 2001), que analiza las fuentes de financiamiento de cuatro categorías de personas con bajos ingresos, entre las que están los comerciantes mayoristas de productos hortofrutícolas. Según el estudio este colectivo tiene un alto porcentaje de financiamiento con capital propio y entre sus fuentes de financiamiento externos destacan los prestamistas individuales (25,3 por ciento) y otros comerciantes (12,3 por ciento).



### 3 Estudios de caso: Financiamiento del procesamiento y comercialización de cereales

El presente estudio analiza las fuentes de financiamiento de los elaboradores y comercializadores de productos agrícolas, en especial de arroz y otros cereales en esta sección y de productos hortofrutícolas en la sección siguiente. En una segunda fase se examinan en detalle los vínculos financieros que se desarrollan al interno del sistema de comercialización, y entre dicho sistema y los agricultores.

El concepto de fuentes de financiamiento se toma en sentido amplio: engloba las fuentes formales e informales, e incluye los pagos adelantados y diferidos entre los agentes del sistema de procesamiento y comercialización.

#### DESCRIPCIÓN DE LA CADENA DE VALOR DE CEREALES

Se ha elegido la cadena de arroz porque permite la comparación regional e inter regional, al tener una escala operativa menor a la de otros granos y ser el arroz un componente esencial de la dieta. Adicionalmente se han ilustrado casos de interés como el del maíz en Perú y Ecuador y la cadena de frijol en Brasil y Costa Rica.

Para describir las cadenas de arroz de los cinco países elegidos analizaremos brevemente sus aspectos cuantitativos y cualitativos más relevantes. El Cuadro 1 recoge información básica de las cadenas de arroz en los cinco países estudiados referente a la magnitud de la producción y consumo así como al número de agentes involucrados en las etapas productivas y de procesamiento en las cadenas.

**Cuadro 1. Datos generales de las cadenas de arroz**

Datos de la cadena de arroz	Argentina	Brasil	C. Rica	Ecuador	Perú
Área cosechada (Ha) <sup>a/</sup>	153 238	3 372 146	54 328	331 650	298 526
Producción (TM) <sup>a/</sup>	850 764	11 060 400	229 950	1 230 066	1 998 008
Consumo per capita (kg/persona/año) <sup>b/</sup>	4.4	38.0	57.6	49.0	48.2
No. de productores <sup>c/</sup>	800	-	800	76 000	90 000
No. de molinos <sup>d/</sup>	75	- <sup>e/</sup>	25	910	500

Fuentes: a/ Faostat, 2004. Promedio 2000-2004. b/ Promedio de la oferta disponible per capita para consumo humano en el período 1998-2002. Faostat, 2004. c/ Argentina: IICA; Costa Rica: Conarroz, 2004; Ecuador: III Censo Nacional Agropecuario, INEC-MGA-SICA; Perú: III Censo Nacional Agropecuario de 1994. d/ Argentina: SAGPyA, 1997; Costa Rica: Conarroz, 2004; Ecuador: Censo de Piladoras 1999, SICA-MAG; Perú: MINAG. e/ Tan solo en Rio Grande do Sul, una de las principales zonas productoras de arroz de Brasil, se registran más de 700 molinos en operación.

A continuación, se muestran las características claves de las cadenas: escala, integración, territorialidad, formalidad, gobernabilidad y el entorno en el cuál se insertan (Tabla 1). En el Anexo 1 se puede consultar una descripción más detallada de cada cadena, junto al mapa correspondiente que describe los flujos financieros y de productos.

**Tabla 1. Características de las cadenas de arroz estudiadas**

<b>País</b>	<b>Característica</b>	<b>Descripción</b>
Argentina	Escala	Grandes escalas de operación agrícola y molinería
	Integración	Alto grado de integración vertical y notable integración horizontal. Las cooperativas son muy importantes.
	Territorialidad	Orientación a partes iguales entre el comercio doméstico y el regional (sobre todo a Brasil)
	Formalidad	Alto grado de formalidad
	Gobernabilidad	La distribución minorista moderna determina los términos de negociación
	Entorno	La crisis económica-financiera de 2001-02 ha alterado los patrones de financiamiento de la cadena. A raíz de la crisis la inflación llegó al 25,9 por ciento en 2002 (frente a un 9,5 por ciento en 2005) y las exportaciones ganaron competitividad.
Brasil	Escala	Coexistencia de grandes latifundios y numerosos pequeños productores. Grandes escalas de operación molinera.
	Integración	Alto grado de integración vertical y notable integración horizontal. Las cooperativas son muy importantes.
	Territorialidad	Brasil produce para el mercado doméstico e importa grandes volúmenes sobre todo de Argentina.
	Formalidad	Cadena predominantemente formal.
	Gobernabilidad	Los supermercados y un reducido número de firmas distribuidoras lideran la cadena arrocerá.
	Entorno	La crisis financiera, la depreciación de la moneda nacional, la inflación y las elevadas tasas reales de intereses han impactado en el financiamiento de la cadena arrocerá. Gran importancia de las iniciativas federales.
Costa Rica	Escala	Predominan los pequeños y medianos productores pero la escala operativa de la molinería es notable.
	Integración	Limitada integración vertical y horizontal.
	Territorialidad	Producción para el mercado doméstico.
	Formalidad	Cadena mixta con agentes formales e informales.
	Gobernabilidad	El arroz es la única actividad regulada por el estado. Los molinos lideran la cadena, aunque los supermercados, vía su empresa acopiadora Hortifruti, juegan un rol importante.
	Entorno	Inflación de dos dígitos en los últimos años.
Ecuador	Escala	Operación a micro y pequeña escala en todas las etapas.
	Integración	Reducida integración vertical y horizontal.
	Territorialidad	Producción para el mercado doméstico.
	Formalidad	Cadena predominantemente informal.
	Gobernabilidad	Los molinos y los mayoristas se alternan en el liderazgo.
	Entorno	La crisis financiera del 2000 desestabilizó los patrones de financiamiento de la cadena.

País	Característica	Descripción
Perú	Escala Integración Territorialidad Formalidad Gobernabilidad Entorno	Operación a micro y pequeña escala en todas las etapas. Reducida integración vertical y horizontal. Producción para el mercado doméstico. Cadena predominantemente informal. Los molinos lideran la cadena. La cadena del arroz se ha visto afectada por el Programa de Rescate Financiero Agropecuario de 2001 <sup>1</sup> y los movimientos transfronterizos informales de producto.

Los cinco casos estudiados ilustran las distintas estructuras que adoptan las cadenas de cereales en América Latina. La heterogeneidad apreciada en las cadenas se debe a dos elementos principales. Por una parte los mercados se estructuran de modo diferente dando lugar a relaciones de gobernanza distintas. Unas cadenas muestran más concentración e integración que otras, la función de las firmas líderes es diversa, al igual que las redes de relaciones y de interdependencia que se crean. Por otra parte, el contexto económico y legal del país en que se circunscriben afecta a las cadenas, en especial el grado de informalidad de la economía y las distintas estrategias de intervención estatal en la producción, comercialización y financiamiento agrícola.

A pesar de las notables diferencias observadas, las cadenas de arroz se podrían agrupar en tres bloques:

- Por una parte están los sistemas fragmentados como los de Ecuador y Perú, que se apoyan sobre una base productiva muy atomizada (decenas de miles de productores con extensiones de cultivo reducidas) que genera un largo circuito de intermediación comercial. Los agentes de todos los procesos tienen una escala pequeña o media. La entera cadena se desenvuelve en la informalidad, a excepción de los molinos de mayor tamaño, las grandes distribuidoras de alimentos y los supermercados. En estos países los mercados mayoristas de los núcleos urbanos principales tienen un rol fundamental en la formación del precio y el comercio minorista parece seguir dominado por el sector tradicional, aunque se carece de estadísticas fiables que lo confirmen. El arroz es una actividad económica de gran importancia en estos países por la generación de empleos y la gran contribución a la seguridad alimentaria.
- El segundo bloque de países sigue un modelo análogo al de Argentina y Brasil. La escala operativa del cultivo es como mínimo diez veces mayor que en el primer grupo de países. Las cooperativas fungen de nexo entre los pequeños productores y los mercados financieros, de productos y servicios. El eslabón industrial continúa el proceso de concentración iniciado en los años 90, fruto de la presión competitiva provocada por la

<sup>1</sup> El Programa de Rescate Financiero Agropecuario (2001) propuso el refinanciamiento a 15 años de deudas por créditos agropecuarios con Instituciones del Sistema Financiero Nacional (IFIs) clasificados en las categorías de deficiente, dudoso o pérdidas. Esta opción resultó muy atractiva para los prestatarios provocando un impago masivo. Como consecuencia, los agricultores que se acogieron a este programa dejaron de ser sujetos de crédito del sistema financiero.

caída de los precios relativos del arroz. Las plantas procesadoras difícilmente tienen una capacidad de molienda anual inferior a 1 000 toneladas, situación que se prueba mayoritaria en países con cadenas fragmentadas. Por otra parte, los sistemas de distribución y comercialización también han experimentado una acelerada concentración. En estos países la participación de los supermercados en la comercialización minorista de alimentos en general y en particular del arroz, está creciendo de forma vertiginosa. Las cadenas de cereales se desempeñan en un sistema formal y están orientadas hacia la exportación regional.

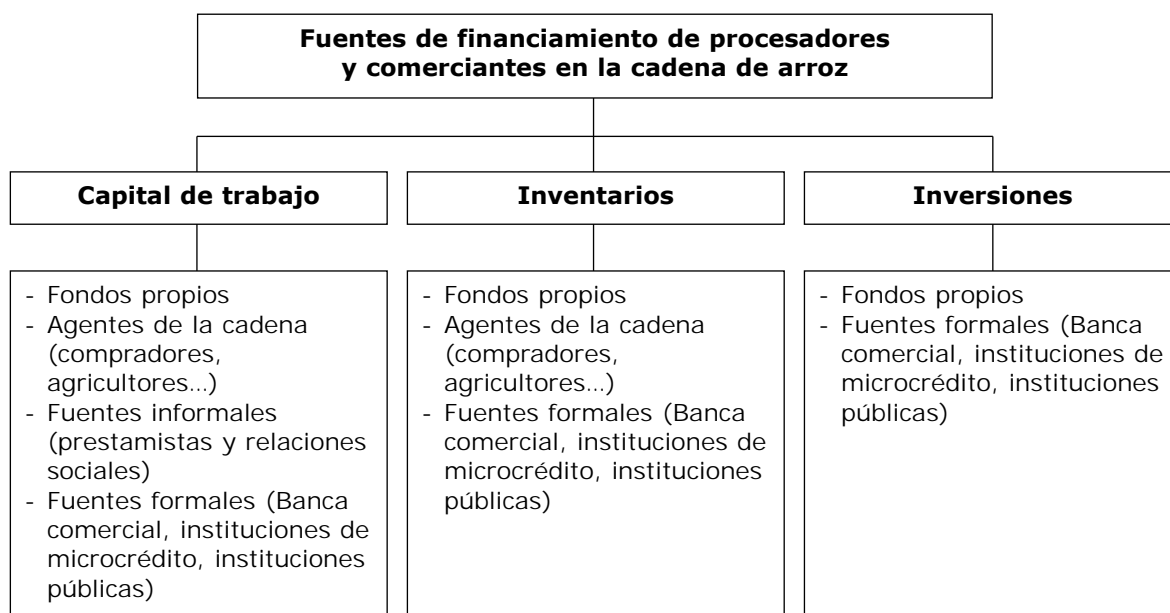
- Costa Rica es un caso intermedio entre los dos bloques descritos. Existe una tendencia evidente a la concentración e integración de la cadena pero los procesos no están tan avanzados como en el segundo grupo de países. Por otra parte el menor tamaño relativo del país y las características geopolíticas de América Central dan una dimensión marcadamente regional a estos fenómenos.

Por otra parte, la mayoría de los países estudiados han sufrido profundas crisis en los últimos años que han alterado los mecanismos de financiamiento de las cadenas. Entre otras cosas la alta inflación registrada en muchos de los países ha hecho que se recurra al pago diferido como un mecanismo de financiamiento.

## **FUENTES DE FINANCIAMIENTO DEL PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE CEREALES**

A lo largo de la sección se desglosan las fuentes de financiamiento según el tipo de demanda que satisface, esto es, financiamiento a corto plazo para capital de trabajo y mantenimiento de inventarios y a medio y largo plazo para inversiones (Figura 2)

**Figura 2. Fuentes de financiamiento de procesadores y comerciantes en la cadena de arroz**



## Financiamiento del capital de trabajo

### **Molinos de arroz**

Los molinos de arroz financian su capital de trabajo e inventarios con un sistema mixto compuesto de fondos propios, créditos bancarios y financiamiento de otros agentes de la cadena; en concreto, son financiados por los agricultores que aceptan un pago diferido de su producto.

Las proporciones que las distintas fuentes alcanzan sobre el financiamiento total están en función del tamaño y la antigüedad de la empresa procesadora. Mientras que en los molinos de mayor escala prevalece el financiamiento bancario, los de menor escala recurren esencialmente a fondos propios. Estos fondos constituyen un financiamiento de base, a la que se añade un financiamiento de punta (por períodos breves) conformada por créditos bancarios, la cuál permite aprovechar las oportunidades de negocio en época de cosecha y liberar existencias cuando los precios son más favorables. La capacidad de endeudamiento está dada por el historial crediticio y el manejo de las cuentas bancarias, más la presentación de garantías hipotecarias cuando el crédito es superior a un cierto monto, que varía de un país a otro.

Los molinos también se benefician de las condiciones de pago diferido que obtienen de los productores. En Costa Rica los pagos diferidos alcanzan hasta cuatro semanas; incluso en aquellos casos en que la planta procesadora tiene contrato tripartito con un centro de acopio y con los productores<sup>2</sup>.

Más allá de estas líneas generales, existen marcadas diferencias entre las fuentes de fondeo de los molinos en los países estudiados:

- En Perú y Ecuador el acceso al financiamiento formal es reducido. Se estima que el financiamiento bancario cubre entre el 10 por ciento al 30 por ciento de los activos corrientes de los pequeños y medianos molinos. Son créditos a corto plazo (entre 6 y 12 meses) por montos relativamente elevados: desde 5 000 dólares americanos y con pagos trimestrales o semestrales según el caso.
- En Costa Rica los procesadores recurren esencialmente a fuentes formales de financiamiento y a los fondos de los accionistas. Prefieren la banca privada a la estatal, porque la consideran más ágil y ofrece líneas de crédito más baratas y flexibles. Esta diferencia entre Costa Rica y los dos países andinos estudiados puede explicarse por un conjunto de factores, entre los que destacan la mayor competitividad y concentración de la industria molinera costarricense, la notable profundidad del sector bancario y el impacto que los acopiadores privados de los supermercados han tenido en el acceso de los molinos a la banca privada.

---

<sup>2</sup> Nota del consultor en relación a un estudio de The Ohio State University, 2005. *Development of Creditworthiness for Small and Medium Agricultural Producers through Financial and Non-financial Linkages: Hortifruti in Central America* para AMAP/ USAID.

- En Argentina, la relación entre los integrantes de la cadena agroalimentaria y el sistema financiero ha cambiado drásticamente luego de la crisis financiera de 2001. Antes de esa fecha, los eslabones industriales de la cadena arroceras eran los principales tomadores de crédito bancario. Durante la crisis la oferta de crédito bancario desapareció, pero también confluyeron una serie de circunstancias que mejoraron la situación patrimonial y de liquidez de la industria arroceras, propiciando el financiamiento con fondos propios, sin necesidad de recurrir al sistema financiero<sup>3</sup>. Los molinos de las cooperativas arroceras financian hoy en día el proceso de transformación y distribución del arroz con fondos propios, que resultan de la comercialización de otros productos agrícolas (especialmente soja), y del financiamiento proveniente de las cooperativas de segundo grado. Esto constituye un cambio sustancial en relación a la década del 90, cuando las cooperativas acudían a los bancos para financiar el acopio y procesamiento de arroz. El fondeo bancario de los molinos no cooperativos también es marginal. La mayoría financia sus actividades con fondos propios que complementan con crédito prendario y con líneas de prefinanciamiento si se dedican a la exportación.
- En Brasil, los molinos recurren prevalentemente a los fondos propios a pesar de la gran oferta existente de crédito, sobre todo oficial. En este país y en Argentina destaca el uso de una serie de instrumentos formales para financiar el capital de trabajo, los cuáles serán analizados en el capítulo 5.

### **Comerciantes mayoristas**

El acceso a fuentes de financiamiento de los mayoristas es similar al de los elaboradores solo que trabajan con montos menores y plazos más cortos (1 a 3 meses), dada la mayor rotación del capital de trabajo.

De las entrevistas realizadas a comerciantes mayoristas de arroz del Mercado de Productores de Santa Anita en Perú, se obtiene que el 40 por ciento cuenta con financiamiento bancario a corto plazo, que representa entre un 25 por ciento a 40 por ciento de los activos corrientes, mientras que un 60 por ciento trabaja sólo con capital propio<sup>4</sup>. El volumen de ventas de los comerciantes mayoristas con financiamiento bancario es el doble de la facturación de los que no tienen acceso. La mayor parte de los comerciantes mayoristas de este mercado, tiene dificultad para obtener financiamiento del sistema financiero formal por no contar con garantías, antecedentes comerciales; o se ven desalentados por los largos y costosos trámites.

En Perú y Ecuador los molinos y los comerciantes mayoristas de arroz financian a productores para asegurar el abastecimiento de sus negocios y obtener un mayor margen de comercialización, pero los mayoristas, por el volumen de transacciones y capital que disponen, son proveedores de crédito de menor cobertura y escala que los molinos de arroz.

---

3 La mayoría de los industriales de este sector salió de la crisis con una situación patrimonial fortalecida debido a que la pesificación licuó prácticamente sus pasivos en el sistema financiero. Además la inflación y la devaluación incrementaron la rentabilidad sobre el capital y el margen bruto de la cadena, puesto que los precios de sus productos se ajustaron más rápido que gran parte de sus costos (en especial, los laborales, los combustibles, y el precio de los servicios públicos).

4 Se trata de estimaciones gruesas debido al reducido tamaño de la muestra tomada.

## **Comerciantes minoristas tradicionales**

Los comerciantes minoristas tradicionales operan con fondos propios y con crédito de los proveedores, ya sean molinos o mayoristas, que les entregan productos por plazos cortos. En el caso ecuatoriano los comerciantes minoristas tradicionales adquieren el arroz de los mayoristas, distribuidores y en ciertos casos directamente de los molinos. Estos proveedores les suelen otorgar financiamiento comercial por plazos muy cortos, de entre 8 a 21 días, momento después del cuál se aplica un interés por mora del 2 por ciento mensual<sup>5</sup>. Los comerciantes minoristas mantienen inventarios por periodos máximos de 15 días.

En Brasil, es usual que los minoristas tradicionales reciban financiamiento de los proveedores mayoristas de arroz por periodos que oscilan entre los 30, 45 y hasta 60 días, al que se le aplica un interés explícito mensual de aproximadamente 3 por ciento<sup>6</sup>.

Por último, en Costa Rica el sector minorista tradicional se financia con fondos propios y a través de los pocos volúmenes de mercadería que consiguen comprar a crédito. Pareciera que en este sector existe una cierta aversión a recurrir al financiamiento formal, tal vez por temor a no contar con suficiente capacidad de pago o, por el contrario, porque las ganancias les depa-ran la liquidez suficiente para cubrir sus necesidades de capital de trabajo y para mejorar la infraestructura.

Como regla general los agentes más pequeños del sistema de comercialización, es decir los acopiadores de arroz cáscara y los comerciantes minoristas tradicionales de arroz, recurren en menor medida al sector formal para financiar su capital de trabajo y cuando lo hacen acuden sobre todo a **entidades de microfinanzas y cooperativas de ahorro y crédito**, que tienen productos y tecnologías crediticias que se adaptan mejor a las necesidades de los pequeños comerciantes. Generalmente acceden a productos financieros individuales o grupales, destinados al financiamiento del consumo, las actividades comerciales y la microempresa. Las condiciones usuales son plazos de hasta 12 meses, con pagos mensuales, presentación de garantías personales o grupales, y pago de comisiones por otros servicios (especialmente asistencia técnica y capacitación).

## **Financiamiento de los inventarios**

Tanto molinos como mayoristas manejan inventarios de arroz cáscara y pilado para lograr un flujo regular del proceso y de la comercialización, pero también como mecanismo especulativo. Los molinos de arroz almacenan productos por períodos de tiempo que fluctúan entre 3 y 12 meses en Ecuador y hasta 6 meses para el arroz en cáscara y entre 8 días y 2 meses para el arroz pilado en Perú. En Argentina los molinos han optimizado el manejo de inventarios y en la actualidad las existencias acumuladas sólo cubren 30 días de actividad, un nivel muy inferior al previo a la crisis.

---

5 Entrevistas a comerciantes detallistas en el mercado mayorista de Guayaquil, Ecuador.

6 Entrevistas a comerciantes de Minas Gerais, Brasil.

En las cadenas menos estructuradas – Costa Rica, Ecuador y Perú – los inventarios se financian con fondos propios mayoritariamente, mientras que en Argentina y Brasil se recurre al **crédito prendario**. El crédito prendario agrícola consiste en obtener financiamiento contra la entrega de productos agrícolas no perecibles que quedan resguardados como garantía en almacenes afianzados. En el capítulo 5 se ofrece mayor información sobre su operatoria y utilización en los países estudiados.

El financiamiento de inventarios de cereales en Brasil es un caso especial en el cuál las iniciativas del gobierno federal han sido la principal fuente de fondos, mientras que las instituciones financieras privadas han jugado un papel secundario<sup>7</sup>. En dicho país el instrumento más importante de apoyo a la comercialización agrícola es el **Préstamo del Gobierno Federal (PGF)**, mediante el cual se provee crédito prendario a agricultores, cooperativas, procesadores y comerciantes de arroz y otros productos agrícolas almacenables. El crédito PGF -en función de las características del prestatario y del producto- puede financiar el 100 por ciento del valor del producto almacenado más los costos de empaque, usando como garantía tanto el producto como el empaque.

Inicialmente existían dos tipos de PGF: PGF sin opción de venta y PGF con opción de venta. En el primer caso, el crédito se cancelaba en efectivo, mientras que en el segundo, el prestamista tenía la opción de vender su producto al gobierno federal. Como el gobierno adquiriría el grano al precio mínimo oficial, históricamente por encima del precio de mercado, se generaban fuertes distorsiones en la cadena de cereales. El gobierno acumulaba existencias de cereales que algunos años llegaron al 15 por ciento de la producción nacional y que después vendía desordenadamente, desincentivando la actividad comercial y el almacenamiento de granos privado. Todo esto hacía que la demanda de crédito federal para comercialización agrícola fuera muy baja.

En 1996, el instrumento PGF con opción de venta fue sustituido por una opción de venta suscrita por el gobierno federal con un precio de ejercicio establecido. Todos los integrantes de la cadena podían participar en una subasta electrónica donde se adjudicaban las opciones de venta a quien ofreciera el premio más alto. Al vencimiento de la opción, el adquirente tenía el derecho, mas no la obligación de vender el grano al gobierno al precio establecido. En el 2002, último año para el que se tiene información sobre el uso del PGF, se asignaron 268,5 millones de reales (US\$91,6 millones, al tipo de cambio promedio de 2002) para crédito prendario de arroz (Banco Central de Brasil, 2004)

La reducción de las adquisiciones federales y el fortalecimiento de políticas con orientación de mercado (en especial, la sustitución del PGF con opción de venta por una opción de venta) han contribuido a crear un entorno más competitivo que ha abierto oportunidades de negocios para comerciantes, procesadores y productores que deseen almacenar cereales. A

---

7 Hasta inicios de los 90, el gobierno era el actor central de la cadena de arroz, que asumía las funciones de comercializador, almacenador y financiador de los pocos privados que comercializaban cereales. Adicionalmente, el gobierno, como parte del programa federal de crédito rural, requería que las instituciones financieras tanto públicas como privadas destinasen montos determinados para crédito rural. Del total de estos créditos en el periodo 1994-2003, el 16 por ciento se dedicó a la comercialización agrícola.

pesar de esto, la oferta de fuentes formales de crédito prendario y el financiamiento de la comercialización de cereales sigue sin adecuarse a los requerimientos de la demanda. El estudio indica que el PGF ha beneficiado sobre todo a comerciantes y elaboradores de mayor escala, mientras que las pequeñas firmas han tenido gran dificultad de acceso a fuentes de crédito públicas o privadas por lo que han restringido sus inversiones y actividades comerciales a la disponibilidad de fondos propios.

## Financiamiento de los activos fijos

### **Molinos de arroz**

Los estudios de caso muestran que el acceso a fondos a largo plazo para realizar inversiones en activos fijos, ya sea para adquisición o renovación de maquinaria y equipos, sobre todo para las empresas de menor tamaño y menos antigüedad en el negocio.

Los activos fijos tienden a financiarse exclusivamente con fondos propios, lo que afecta el nivel tecnológico de la procesadora. El bajo nivel tecnológico o la incapacidad de adoptar nuevas tecnologías (p.ej. escáner óptico) limita el rendimiento y la calidad del producto final. Aún en el caso de los eslabones comerciales y procesadores más privilegiados, la evolución de la cadena de valor les obliga a mejorar continuamente sus procesos y equipos. Esta actualización constante desborda la capacidad financiera de muchos de estos agentes con un doble efecto negativo: alguno no logran seguir el ritmo y han de discontinuar la actividad y otros llegan a su umbral máximo de endeudamiento, por lo que deben elegir entre financiar inversiones o capital de trabajo. Se han visto casos en los que los molinos, ante la necesidad de invertir en activos fijos han disminuido las líneas de corto plazo que usaban para financiar a otros agentes de la cadena.

Algunos procesadores de cereales hacen uso de los **productos de crédito a medio y largo plazo de la banca comercial** para adquirir o renovar instalaciones y maquinaria. Los montos financiados están en función del historial crediticio, del potencial de generación de utilidades y de las garantías que se puedan ofrecer. Estas líneas de financiamiento presentan limitaciones referidas a la presentación de garantías, que desalienta a muchos empresarios que prefieren buscar fuentes de financiamiento alternativas o deciden posponer la inversión, y al plazo limitado, que en raras ocasiones excede los 5 años. En Perú, por ejemplo, el crédito hipotecario más ofrecido en el momento del estudio tenía plazos de 3 a 5 años a tasas de interés anual del 10 por ciento en dólares ó 14 por ciento en moneda nacional.

El **arrendamiento financiero** (*leasing*) está cobrando importancia en la adquisición de bienes de capital en las etapas de industrialización y comercialización de la cadena de arroz, sobre todo en Argentina y Brasil. Es una alternativa de financiamiento de activos fijos que permite que las empresas dispongan de ellos en alquiler. El contrato de arrendamiento financiero configura una típica operación de financiamiento de mediano o largo plazo (son normales plazos de 3 a 5 años en los bienes muebles y de 10 a 12 en los inmuebles) que se realiza entre una empresa prestadora (fabricante o comercializador de bienes de capital o una entidad financiera) y una empresa o particular. Durante el lapso del contrato, el tomador debe abonar al dador una suma de dinero estipulada en concepto de cuota de arrendamiento financiero y puede o no existir una opción de compra del bien por parte del tomador. Se ofrece mayor información en el capítulo 5.

Los bancos de países con cadenas arroceras informales se muestran reacios a financiar nuevas inversiones debido a la competencia desleal ejercida por los molinos informales. Así, en Ecuador y Perú en los últimos años se han establecido relativamente pocos molinos formales financiados por la banca comercial<sup>8</sup>, mientras que han proliferado los molinos informales financiados con fondos propios o conseguidos en el círculo social (Salcedo y Stiglich, 2004). Los molinos informales suponen una inversión inferior a los 40 000 dólares EE.UU., pero se caracterizan por el ensamblaje de piezas en su mayoría usadas que comprometen la eficiencia de la molienda. En cambio, la inversión requerida para la instalación de un molino de arroz nuevo es de 90 000 dólares EE.UU. en promedio para una planta pequeña, 150 000 para una de mediana capacidad y una grande puede superar los 500 000 dólares. Se trata de líneas importadas eficientes y de capacidad modulable, financiadas por el vendedor mediante programas de financiamiento de las exportaciones en los países de origen, crédito bancario, o una combinación de estas opciones.

En Argentina sucede algo similar con la apertura de nuevos molinos de tamaño pequeño que operan con maquinaria de cierta antigüedad y aprovechan el negocio desde la maximización de la evasión impositiva. Otras razones para que no se registren últimamente inversiones de magnitud en la cadena del arroz son el exceso de capacidad instalada de la industria y la lenta obsolescencia de las instalaciones existentes.

### **Comerciantes mayoristas**

En Argentina, Ecuador y Perú los mayoristas de arroz financian sus locales comerciales, instalaciones, vehículos y equipos combinando fondos propios y créditos bancarios. En el caso de Perú se han referido casos de financiamiento bancario para compra de locales comerciales a plazos de 3 a 5 años; la compra de otros activos se financia al 40 al 50 por ciento con fondos propios y el resto con préstamos de bancos y de fuentes informales como familiares y proveedores. Por el contrario, los mayoristas de arroz brasileños financian sus inversiones con fondos propios, a pesar de la existencia de fuentes privilegiadas de crédito a medio y largo plazo para pequeños y medianos agronegocios.

La mayoría de los comerciantes refieren que la carestía y los plazos demasiado cortos del crédito limitan la renovación de los activos. Todo esto resulta en una capacidad de inversión limitada que pone en peligro la competitividad de estas firmas.

### **Comerciantes minoristas tradicionales**

Los comerciantes minoristas suelen realizar una inversión inicial consistente en la adquisición de una unidad de transporte, que la mayoría de las veces se financia con fondos propios o préstamos de amigos y familiares. Un caso interesante es el de Ecuador, donde es usual financiar la cuota inicial de la unidad de transporte (30 por ciento) con fondos propios o préstamos de amigos y familiares y el 70 por ciento restante es cubierto con un mecanismo de crédito otorgado por la casa comercial.

---

<sup>8</sup> En los últimos años, el mayor número de molinos de arroz que han incursionado en el mercado son pequeños y medianos (Banco Wiese, 2002)

La renovación de los activos fijos también se financia con las utilidades del negocio y/o mediante créditos con instituciones bancarias a devolver en 36 meses y que requieren garantía hipotecaria.

Las dificultades de acceso de los comerciantes detallistas a fondos de medio y largo plazo es aún más marcada que en el caso de los mayoristas.

## RELACIONES CRUZADAS DE COMERCIALIZACIÓN Y FINANCIAMIENTO EN LA CADENA DE CEREALES

En la mayoría de los países estudiados los elaboradores y comerciantes financian a otros eslabones de la cadena, ya sea hacia abajo (productores y acopiadores) y/o hacia arriba (comerciantes minoristas). En Ecuador y Perú la cadena de valor del arroz pivota en torno al procesador o al comerciante mayorista, mientras que en países con cadenas más estructuradas el liderazgo de la cadena se reparte entre la industria y el comercio minorista moderno.

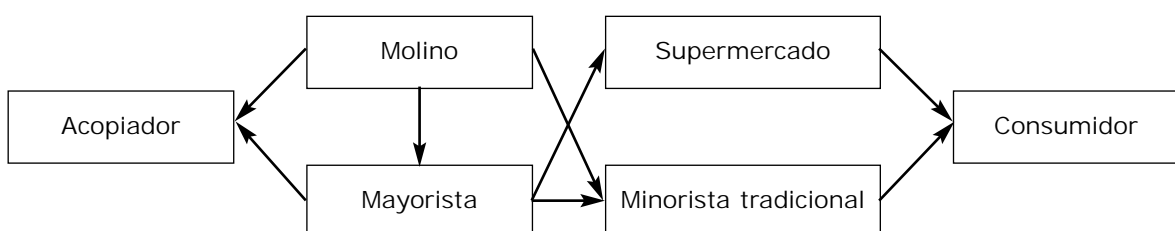
Para facilitar la presentación de las relaciones financieras encontradas en las cadenas de arroz y de otros cereales estudiados, hablaremos primero de los vínculos financieros entre los eslabones comerciales y en segundo lugar de los vínculos entre los comerciantes y los agricultores.

### Vínculos financieros dentro del sistema de comercialización de cereales

El financiamiento dentro del sistema comercial presenta un flujo bidireccional en forma de adelantos –en efectivo o en mercaderías– desde el mercado hacia el productor y pagos diferidos desde el agricultor hasta el consumidor. Los múltiples vínculos encontrados entre los agentes del sistema de comercialización son funcionales y están eslabonados a las transacciones comerciales entre los agentes en la lógica de hacer más rentable las actividades de comercialización.

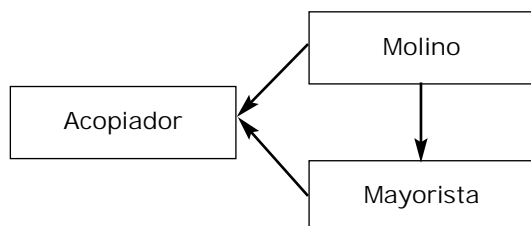
La figura que se presenta más abajo describe de manera simplificada el sistema comercial del arroz. En este esquema simplificado y en las figuras sucesivas, las flechas representan los flujos financieros que se establecen e indican el sentido en que se producen.

**Figura 3. Sistema simplificado de comercialización de arroz**



Vamos a seccionar este esquema en cuatro partes. La primera analizará las relaciones entre los elaboradores y comerciantes mayoristas con intermediarios que acopian el producto en las fincas. La segunda sección se centra en los vínculos entre la industria y el comercio mayorista, la tercera en la relación entre estos actores y el comercio minorista y por último se estudia la relación con el consumidor final.

**Figura 4. Relación con el acopiador**



Muchos molinos y mayoristas compran a través de acopiadores y otros intermediarios a los que entregan anticipos para asegurarse los volúmenes y la calidad del producto que necesitan para atender sus mercados. Estos intermediarios pueden ser agentes libres o comisionistas, que reciben una comisión fija o porcentual por su trabajo. En Ecuador se ha estimado que los agentes libres financian su capital de trabajo en un 60 por ciento por fondos propios, 30 por ciento por créditos bancarios y 10 por ciento por adelantos de molinos o comerciantes mayoristas de arroz. También los comerciantes mayoristas de maíz ecuatorianos dan adelantos a pequeños y medianos acopiadores y transportistas para asegurar la compra de suficiente cantidad de producto para aprovisionar a agroindustrias, empresas avícolas o inclusive exportar a Colombia. En Perú los anticipos a los intermediarios son en promedio más elevados. Estas relaciones no están exentas de riesgo ya que se han referido incumplimientos tanto por parte del acopiador que no entrega lo pactado o por parte del molino que se niega a recibir el producto en los términos acordados.

#### **Caso Asociación de Cooperativas Argentinas (ACA): financiamiento del acopio**

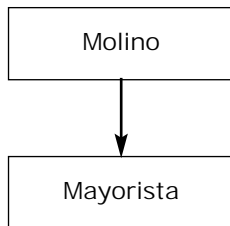
La Asociación de Cooperativas Argentinas (ACA) es una cooperativa de segundo grado que funciona como broker en el mercado nacional y regional de 180 cooperativas de primer grado que agrupan 80 000 pequeños y medianos productores de arroz, otros cereales y oleaginosas principalmente. La cooperativa de primer grado actúa como acopiador natural de sus socios y vende sus productos a la ACA, quien paga contra entrega independientemente de cuándo realice la venta final.

Antes de la devaluación la ACA tenía acceso a créditos bancarios a tasas preferenciales y trasladaba este financiamiento a las cooperativas de primer grado, que de este modo lograban condiciones más favorables que las que ellas o sus socios podían obtener en el mercado. Sin embargo, la tenencia de una línea de crédito con la ACA no obligaba a la cooperativa de primer grado a vender a través de la misma, generando un riesgo importante para la ACA.

En el momento del estudio la relación financiera entre las cooperativas de primer grado y la ACA se ha debilitado como consecuencia de la elevada liquidez que siguió a la crisis y la buena coyuntura de precios de los productos comercializados.

En Argentina y Brasil hay escasa participación de intermediarios en el primer tramo de venta del arroz cáscara, el cual es entregado directamente a los molinos o a las entidades cooperativas. En Argentina, el rol de las cooperativas de primer grado como acopiadores del arroz producido por sus socios y su relación comercial - financiera con la cooperativa de segundo grado amerita un estudio más detenido.

**Figura 5. Relación procesador - mayorista**

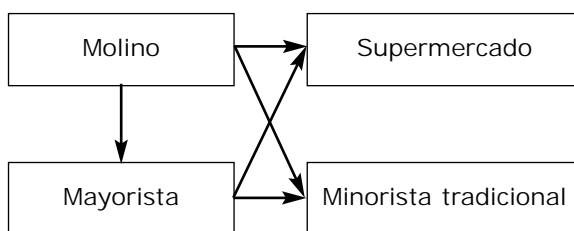


En Perú y Ecuador los molinos son una fuente muy importante de financiamiento para los comerciantes mayoristas, al aceptar un pago diferido de entre 2 y 7 días en función de las condiciones de oferta y demanda del mercado. Sin embargo hay varios casos de molinos y mayoristas que compiten entre sí, es decir el molino comercializa al por mayor y el mayorista procesa su propio arroz, y entre ellos hay operaciones ocasionales al contado.

En Brasil por regla general las relaciones comerciales entre procesadores y mayoristas son al contado, pero se suele negociar un pago diferido en el caso de abastecimiento de arroz con la marca del mayorista.

Otro caso estudiado es el de la cadena de fríjol costarricense, en la cuál las ventas de procesadores a mayoristas son a crédito, a un plazo que varía entre 15 y 45 días, sin contrato formal ni prenda y a un precio superior al contado (aproximadamente un 2 por ciento más por compra a 45 días).

**Figura 6. Relación con el sector minorista**



En Ecuador y Perú los molinos y los mayoristas son la principal fuente de financiamiento de los comerciantes minoristas. Los vínculos entre éstos son personalizados y se basan en la confianza y amplio conocimiento sobre las actividades de la contraparte comercial. El minorista tiene la obligación de cancelar en el plazo dado el valor del anticipo concedido a fin de conseguir nuevamente otro anticipo. Solo las operaciones de mayor cuantía se respaldan con letras, pagarés o cheques bancarios. Aunque no se aplica normalmente un interés explícito a la entrega a crédito del arroz pilado, el precio establecido suele ser ligeramente superior al de ope-

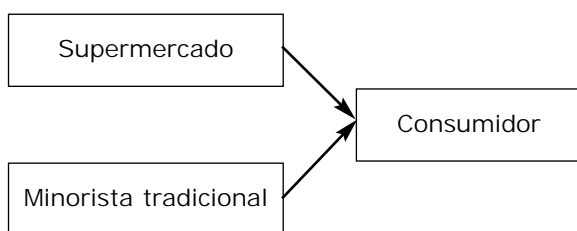
raciones al contado y el plazo del financiamiento es muy corto, normalmente inferior a tres semanas, momento a partir del cual en Ecuador se cobra un interés por mora del 2 por ciento mensual.

En la cadena de arroz brasileña, los comerciantes minoristas reciben crédito de sus proveedores de arroz por un plazo de entre 1 y 2 meses, con un interés explícito del 3 por ciento mensual. Este tipo de interés equivale a un 42 por ciento anual, similar a la tasa de interés promedio de la banca privada. Los mayoristas entrevistados afirman que es común tener que aplazar el cobro ante las dificultades financieras de sus clientes minoristas, decisión que se toma caso por caso.

En Costa Rica, también es común que los mayoristas vendan entre 20 y 40 por ciento de los granos a crédito, ventas que están concentradas en los clientes más antiguos, a quienes venden al mismo precio o incluso a un precio inferior al de mercado en función de la antigüedad de la relación y del volumen de compra. Además los mayoristas no cobran intereses pues la competencia es mucha y quieren asegurar la lealtad del cliente. Las garantías exigidas varían de un mayorista a otro. Algunos mayoristas estudiados solo solicitan la firma de un contrato con información general del minorista mientras que otros exigen garantía dependiendo del monto, por ejemplo, una letra de cambio si la venta es menor a 400 dólares EE.UU. y una hipoteca si es mayor a ese monto. En cuanto al plazo, tiende a ser reducido: entre 8 y 22 días.

Las cadenas de supermercados han alterado el comercio de productos frescos como veremos más adelante, pero también el comercio de productos almacenables con marca, como el arroz. Como se ha visto anteriormente, los supermercados están sustituyendo progresivamente las compras en el mercado mayorista con centros de acopio y distribución en unos países o se relacionan directamente con grandes distribuidoras. Tienen un gran poder de negociación pues manejan grandes volúmenes y la presencia de las marcas en estos establecimientos es esencial para el posicionamiento de las mismas. Este poder se manifiesta en que en todos los países estudiados las ventas a los supermercados son a crédito por un periodo de entre 30 a 45 días, llegando en algunos casos a 90 días. No solo el proveedor no recarga ningún interés sino que la transacción involucra el pago de comisiones y gastos por diversos conceptos por parte del proveedor, lo que puede suponer un sobre costo del 10 por ciento.

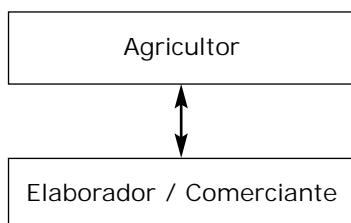
Por otra parte, ser proveedor de un supermercado influye en el acceso a financiamiento del molino o distribuidor, sobre todo cuando existe una política de apoyo al desarrollo de proveedores, como es el caso de Hortifruti. Uno de los procesadores costarricenses entrevistados afirmó que cuando fundó su planta no era sujeto de crédito y que el primer préstamo provino de Hortifruti. El empresario, que actualmente tiene acceso a la banca, reconoce que las elevadas ventas a Hortifruti constituyen prácticamente un aval ante cualquier acreedor. De este modo aún cuando un supermercado o un proveedor especializado de éstos no otorguen crédito a un molino, las entidades financieras valoran la tenencia de contratos con ellos y mejoran la calificación de riesgo del procesador.

**Figura 7. Relación con el consumidor**

El financiamiento en las cadenas de productos básicos como el arroz se extiende hasta el consumidor final. El comercio minorista, tanto tradicional como moderno, usa el crédito cada vez más para atraer a sus clientes. La Asociación de la Industria Alimentaria de Argentina señala que antes de la crisis «la práctica del crédito al consumidor en Argentina era común sólo en los almacenes pequeños de las áreas rurales y era algo del pasado en las ciudades grandes y de tamaño medio, tendiendo a desaparecer a medida que cambiaba la cultura de barrio y también por la fuerte presión financiera que sufrían los almacenes pequeños». Sin embargo, a raíz de la crisis las ventas de los supermercados cayeron en picado y aumentaron las ventas de los formatos tradicionales, en gran medida porque vendían a crédito. Los supermercados reaccionaron ofreciendo planes de pagos en hasta seis cuotas con tarjetas de crédito. En general, en todos los países estudiados los supermercados han lanzado tarjetas de crédito de consumo propias que han tenido muy buena acogida.

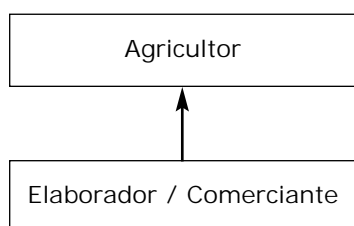
En Costa Rica, Ecuador y Perú es habitual que las tiendas minoristas tradicionales vendan a crédito a algunos de sus clientes, para lo cual llevan un registro simple donde anotan el nombre y el monto de la deuda. Es muy común el pago quincenal o mensual, coincidiendo con el pago de salario y el precio es el mismo independientemente de si la venta es al contado o a crédito, lo cual difiere con prácticas en otros países, donde cualquier venta a crédito es a un precio superior al de contado.

### Vínculos financieros desarrollados entre productores y el sistema comercial

**Figura 8. Relación entre agricultores y compradores**

Los productores son tanto receptores de financiamiento de eslabones hacia arriba en la cadena, como prestamistas cuando aceptan pagos diferidos por sus productos.

Esta idea de bidireccionalidad se representa en la figura lateral.

**Figura 9. Financiamiento al agricultor**

En primer lugar analizaremos el financiamiento **de comerciantes y elaboradores hacia los productores**. Este financiamiento de eslabones de la cadena hacia el productor toma la forma de relaciones cruzadas en las que se otorga un crédito ligado a la compraventa del producto. Dichas relaciones reciben diferentes nombres como «habilitación» en Perú o «fomento» en Ecuador, pero corresponden a un mecanismo similar. La forma más habitual que adopta este sistema consiste en que el habilitador o fomentador -una empresa agroindustrial o de exportación, comerciante mayorista, intermediario o acopiador- financia la producción a través de un contrato o acuerdo de compra a futuro (antes de la cosecha) en el cual se determina la cantidad a comprar y dependiendo de las condiciones del mercado, en algunos casos se fija el precio. De esta forma, el habilitador financia al pequeño productor con recursos propios o canalizados desde el sistema formal, y se asegura la compra de la cosecha con la que se cancela la deuda.

En todos los países estudiados, los molinos y comerciantes mayoristas financian a los productores, en mayor o menor grado, según las condiciones de mercado, las necesidades de financiamiento de los agricultores y la disponibilidad de fondos por parte de los propios agentes.

### **Perú**

En Perú el esquema de habilitación es un fenómeno bastante extendido. Se estima que en el año 2002, el 30 por ciento de las empresas agroexportadoras y agroindustriales peruanas utilizaron esquemas de habilitación (Trivelli et al., 2004). Una mínima parte de los acuerdos toma la forma de agricultura por contrato mientras que la generalidad se considera relaciones financieras ligadas a operaciones comerciales informales de largo aliento.

La habilitación se da primariamente en las cadenas de valor más dinámicas y en el caso de productos de alto valor agregado. Por ejemplo, existe un alto grado de habilitación en las cadenas de arroz y maíz que han mostrado un crecimiento del 240 y 220 por ciento respectivamente, en la última década.

- En la cadena productiva del arroz los **molinos** son los principales agentes facilitadores de crédito agrícola eslabonado a la comercialización. El principal motivo que les impulsa es asegurar una provisión de materia prima tal que les permita al menos alcanzar su punto de equilibrio. El resto de las transacciones suelen ser puramente de mercado. A medida que el molino presenta una escala mayor, la organización de la operación de habilitación se torna más compleja. Uno de los casos más notables es el del Molino El Cholo, sito en el departamento de La Libertad en la costa norte del Perú<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> El caso se basa en entrevistas realizadas con el propietario del molino y en el estudio de Alvarado et al, 2001.

### Caso Molino El Cholo, Perú

El molino "El Cholo" – impulsado por las exigencias de volumen y estandarización de sus mercados de destino – ha desarrollado un esquema de productores vinculados a los que financia y da asistencia técnica, y que a cambio le venden su producción. Debido al elevado número de productores vinculados<sup>10</sup> la empresa ha desarrollado una división de créditos que ha perfeccionado una tecnología crediticia que se beneficia del conocimiento del ciclo de cultivo y del seguimiento excepcional del proveedor vinculado por parte del personal de extensión de la empresa. El molino ha desarrollado incluso su propio software de gestión integrada para agilizar la compleja relación con su pool de proveedores. Esto le permite incluso llevar la contabilidad de cada productor lo que contribuye a consolidar un record de historiales crediticios completo.

Los agricultores habilitados entregan las hipotecas de sus tierras al molino y firman un poder especial mediante el cual autorizan al molino a disponer de las tierras para hipotecarla ante cualquier entidad financiera; con el respaldo de las hipotecas, el molino consigue los fondos de los bancos. Obviamente las condiciones conseguidas por la empresa son más competitivas que las que los productores pueden conseguir de forma individual y además éstos se ahorran los engorrosos trámites frente a las entidades bancarias<sup>11</sup>. La empresa recibe un financiamiento total del sector bancario de cerca de 3,5 millones de dólares americanos, de los cuáles presta a su vez cerca de un 30 por ciento.

El monto promedio del financiamiento equivale a 1 000 dólares americanos por hectárea cultivada. El plazo de los préstamos es de hasta siete meses con tres momentos de desembolso: 30 por ciento al inicio de la campaña, 50 por ciento para el trasplante y 20 por ciento para la cosecha. El financiamiento se otorga en efectivo y/o insumos y se cancela en especie con la entrega de la cosecha. La tasa equivalente anual aplicada es cercana al 90 por ciento, lo que incluye una tasa nominal en soles de casi un 60 por ciento anual, el costo de la hipoteca y de la asistencia técnica.

La empresa provee bienes y servicios centralizados en todas las fases de la cadena: desde los insumos<sup>12</sup>, la asistencia técnica, los servicios de mecanización en la siembra y en la cosecha (minimizando así las posibles ventas extra contractuales) hasta el transporte hasta el molino. El molino se encarga después del procesamiento y de la comercialización del producto final.

Este modelo presenta un elevado grado de coordinación vertical que es muy sensible al riesgo, como se evidenció en la crisis de precios de 2001 (debido a la sobreproducción nacional y al contrabando de arroz en la frontera con Ecuador).

Los molinos de menor escala de operación también recurren a la habilitación para asegurarse una compra mínima de materia prima. Sin embargo, la mecánica de la habilitación difiere de la del caso anterior. Los pequeños y medianos molinos financian a un número limitado de productores a través de agentes acopiadores comisionistas y transportistas. Se trata de un

10 800 a 1 000 clientes.

11 El molino tramita y desembolsa los préstamos en un día aproximadamente.

12 La empresa establece el uso obligatorio de semilla certificada por parte de sus prestatarios para optimizar los rendimientos de campo. El molino produce la semilla certificada, que vende junto a otros insumos en su propia tienda. Esta estrategia permite a la empresa maximizar los beneficios conjuntos de las actividades y asegurarse el abastecimiento regular de una semilla de calidad, resolviendo así uno de los principales cuellos de botella de la cadena.

financiamiento a corto plazo (30 días) para cubrir los costos de cosecha del productor (pago de mano de obra extra familiar) y suele equivaler al 20 por ciento del costo total de producción. El monto prestado se descuenta del pago a la recepción del producto cosechado. Los productores combinan este financiamiento del comprador con fondos propios, créditos de los proveedores de insumos y préstamos de instituciones financieras.

- Los **mayoristas**, por el volumen de transacciones y capital que disponen, son proveedores de crédito de menor cobertura, menores montos y plazos más cortos que los molinos de arroz. Varios mayoristas entrevistados refirieron haber acortado los plazos de habilitación de 6 semanas a entre 1 y 3 semanas, debido a la creciente dificultad para acceder a préstamos del sistema financiero formal. Estas operaciones se respaldan con la firma de letras de cambio o cheque bancario.
- Salcedo y Stiglich (2002) realizaron por encargo del Centro Peruano de Estudios Sociales (CEPES) una investigación sobre la **existencia o no de abuso de poder de compra por parte de molinos de arroz en Perú**. La conclusión del estudio es que no hay abuso de poder y que además los agentes privados, en su mayoría informales, realizan una labor importante no solo como comercializadores sino también como fuente de financiamiento de la producción agrícola. Según el estudio los molinos, acopiadores y mayoristas de arroz financian a los productores en especie (maquinaria, semillas, fertilizantes, etc.) y ocasionalmente en efectivo. Una modalidad recurrente consiste en entregar un saco de urea al agricultor, que debe devolver dos sacos de arroz en la cosecha. Se calculó que esta transacción equivalía a una tasa de interés de 24 por ciento mensual, mientras que los préstamos en efectivo estaban sujetos a una tasa del 6 a 8 por ciento mensual para los acopiadores y 5 a 6 por ciento para los molineros. Según los autores el interés cobrado - aun siendo superior al bancario - no resulta excesivo si se tienen en cuenta los costos altos de fondeo, los elevados costos de transacción debidos a la excesiva atomización y el riesgo de no contar con garantías.
- La habilitación también es usual en otras cadenas como la del **maíz**, en la cual los acopiadores son los principales habilitadores. La venta del producto se realiza en chacra y es el acopiador – habilitador quien financia la cosecha y desgranado del maíz y se encarga del transporte del producto a la planta procesadora o mercado mayorista (Huarachi, 2004).
- En los últimos años, han surgido iniciativas que buscan construir **esquemas de financiamiento más estructurados** sobre la base del fondeo que los comerciantes, procesadores y proveedores de insumos inyectan en la producción agrícola. El objetivo de estos esquemas es consolidar la oferta de producto promoviendo la asociatividad de los pequeños agricultores y desarrollar la competitividad de la cadena a través de alianzas estratégicas entre sus integrantes. Estas experiencias han sido desarrolladas por organismos no gubernamentales, inversionistas privados, instituciones que promueven el desarrollo rural y empresas financieras.  
A continuación se exponen tres experiencias con una estructuración del financiamiento de la cadena hacia los agricultores cada vez más complejo.

### 1. Caso Critecnia

Una de las experiencias de este tipo más conocidas es el esquema de gestión corporativa y asociativa impulsado por Critecnia, en el que las actividades de comercialización y financiamiento tienen un papel esencial (Ágreda y Granda, 1999). Critecnia es una empresa constituida por empresarios experimentados, que ofrece servicios de gerencia - a través de contratos - a empresas constituidas por pequeños agricultores dedicados al cultivo de maíz y algodón. La firma ofrece servicios de gerencia respecto a la obtención de financiamiento, asistencia técnica, provisión de insumos, administración y contabilidad y comercialización de la cosecha.

Gracias a los servicios de Critecnia, las empresas de productores han obtenido créditos bancarios a las más bajas tasas de interés de mercado y han establecido relaciones comerciales-financieras con proveedores de insumos y compradores. En setiembre de 2001 Critecnia asistía a 500 agricultores que sumaban 1 800 hectáreas.

### 2. Caso Cadena Productiva de Maíz de Huaura

En 2001 se inició una experiencia de gestión asociativa de la cadena productiva de maíz amarillo duro del valle del Huaura. Esta iniciativa fue promovida por una organización no gubernamental que consiguió financiamiento del proyecto INCAGRO (fondos concursables de proyectos) y la cooperación técnica del IICA (Llaque y Riveros, 2004) y constituyó una empresa operadora de la cadena. La función principal del operador es la compra directa del grano a los agricultores y su venta en bloque a las empresas avícolas. Adicionalmente ofrece asistencia técnica, de gestión y consigue los recursos financieros para la campaña.

El presupuesto total de la campaña 2001, provino principalmente de agentes de la cadena: los propios agricultores, las empresas proveedoras de insumos y la empresa operadora/comercializadora. A este pool de financiamiento se sumaron inversionistas privados, la Caja Municipal y un aporte de los fondos rotatorios del Estado. Dichos fondos se aportaron a tasas de interés mensuales que variaban entre 1 por ciento y 5 por ciento formando una estructura de financiamiento de la campaña agrícola con un costo financiero promedio de 2 por ciento mensual. En dicha campaña participaron 217 productores con un área total de 650 hectáreas.

Bajo este esquema se han logrado índices de rentabilidad de 50 por ciento en la primera campaña (2000/2001) frente al 35 por ciento de los sistemas tradicionales de comercialización (Ministerio de Agricultura, 2002).

### 3. Caso Redes Productivas Sindicadas

Esta iniciativa se basa en un esquema de sindicación de créditos, que consolida el financiamiento que los proveedores de bienes y servicios de la cadena conceden a los agricultores (facilidades de pago o venta al crédito los bienes, productos, insumos y/o servicios) en una sola operación crediticia global. En muchos casos estos proveedores son a su vez **compradores** del producto agrícola que financian con adelantos de dinero a los agricultores.

Las acreencias que se generan a favor de estos proveedores se transfieren en dominio fiduciario a una institución financiera, la Caja Rural San Martín, mediante contratos de fideicomiso. La Caja participa en calidad de proveedor de servicios financieros y crediticios a favor de los prestatarios, complementando los créditos y facilidades de pago que concedan los actores de la cadena (acreedores fideicomitentes) y también como fiduciario y administrador del patrimonio fideicometido. Las actividades de promoción y selección de potenciales prestatarios (agricultores con menos de 15 hectáreas de cultivo) son realizadas por los agentes promotores de la Red y la calificación del productor para el otorgamiento del crédito está a cargo de la Caja.

Existe un agente articulador neutral que actúa como **Gerente** de la Red y tiene como función coordinar e integrar las funciones que cada agente cumple en la Red y que han sido establecidas mediante convenios o contratos. En el momento del estudio el Gerente era el Proyecto de Reducción y Alivio de la Pobreza (Proyecto PRA) financiado por USAID e implementado por Chemonics International. El gerente también está a cargo del monitoreo para que los bienes, servicios y compromisos asumidos se cumplan a tiempo y adecuadamente según los objetivos y metas, y provee información en tiempo real de las operaciones sindicadas.

El diseño de las Redes se apoya en tres elementos técnicos: i) un sistema de monitoreo de toda la cadena en tiempo real, que los integrantes pueden consultar en línea o a través de la gerencia siempre que lo deseen y abarca todas las fases de la cadena, desde la planificación de la siembra hasta la venta y reparto de beneficios entre los miembros de la Red; ii) la seguridad jurídica que otorga un cuerpo legal diseñado ex profeso para este esquema, que consta de un contrato marco bajo el que los miembros de la Red acuerdan contratos bilaterales (ejemplo contrato de compraventa de insumos o de producto final); iii) creación de una pseudo central de riesgo con información de los miembros que antes prestaban individualmente a los agricultores (compradores, proveedores de insumos, procesadores, ONGs e instituciones financieras)

Este mecanismo de Redes Productivas Sindicadas permite: i) generar economías de escala; ii) diversificar el riesgo entre varios inversionistas; iii) trasladar el menor costo financiero de inversionistas con mejor calificación de riesgo a la operación sindicada; iv) ordenar la participación financiera de varios agentes inversores y disminuir sus costos operativos y/o de seguimiento; v) disminuir los costos para los clientes finales (productores).

Se han conformado Redes de arroz (Bagua, Cajamarca) y maíz (San Martín). En el caso del arroz se ha logrado atender a 250 agricultores durante tres campañas. Las empresas involucradas financian más del 80 por ciento del costo de la producción y los agricultores asumen el resto. A medida que se optimiza el proceso las firmas asumen más riesgos, financiando montos mayores por prestatario o montos absolutos por actividad y alargando los plazos.

La reducción del riesgo para cada agente que participa en la Red ha permitido bajar la tasa de interés promedio mensual que paga el pequeño agricultor de 3,5 por ciento (sin Red) a 2,5 por ciento (con Red) para los préstamos en moneda nacional. Además, en la cadena arroceras se ha logrado incrementar los rendimientos de producción por hectárea en un 11 por ciento debido a la asistencia técnica y a mejoras en el manejo del cultivo. La reducción del costo financiero y el aumento en los rendimientos han hecho que el beneficio del agricultor se incremente en un 73,5 por ciento. Los esfuerzos se orientan ahora a reducir los costos de los insumos mediante el incremento del número de proveedores y la mejora de los sistemas de compra y abastecimiento.

## **Ecuador**

En Ecuador la importancia de la habilitación es menor, o al menos no está tan documentada como en el caso peruano. El *III Censo Nacional Agropecuario de Ecuador* de 2000 analiza el financiamiento de las unidades agrícolas. El censo pone de manifiesto que los intermediarios comerciales y los agroprocesadores son dos de las fuentes principales de financiamiento de los agricultores, aunque por detrás de los prestamistas y familiares. Según el censo cerca del 13 por ciento de las unidades menores de 10 hectáreas recibe financiamiento principalmente de intermediarios comerciales, mientras que cerca del 9 por ciento tienen como fuente principal de

financiamiento a las empresas procesadoras. Los productores de entre 3 y 10 hectáreas son los que muestran vínculos financieros más desarrollados con los compradores de sus productos, ya sean intermediarios o firmas procesadoras.

La cadena de arroz ecuatoriana presenta muchos vínculos financieros entre los agricultores y los demás eslabones. El **acopiador** de arroz actúa en ocasiones como fomentador o habilitador de la producción, facilitando o entregando adelantos en efectivo o en insumos al productor. El acopiador interviene en dos momentos esenciales del cultivo: en la siembra, facilitando semillas, servicios de maquinaria y otros insumos y en la cosecha, cuando contrata la mano de obra necesaria. De esta forma se asegura la entrega de la producción en condiciones favorables previamente establecidas.

En otros casos son **los molinos o los comerciantes mayoristas** quienes financian directamente a los productores arroceros. Por último, algunos **proveedores de insumos** han empezado a comprar cereales con características específicas para atender supermercados y clientes institucionales, para lo cual han establecido acuerdos de compra y financiamiento con varios productores.

Cuando el apoyo es en efectivo se suele cargar un interés promedio del 5 por ciento mensual (cercano al tipo bancario). El acuerdo, usualmente verbal, puede respaldarse con una letra de cambio y en ciertos casos con garantías personales como joyas o electrodomésticos.

El Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS) indicaba en su Análisis de Coyuntura Económica del primer semestre de 2003 que más de 15 000 productores realizaban ventas atadas a los molinos por las que recibían un precio inferior al de mercado (de hasta dos dólares menos por quintal de arroz). Dicho estudio atribuía esta situación a la falta de acceso bancario del productor arrocerero que es considerado cliente de alto riesgo<sup>13</sup>. Faltaría por analizar como en el estudio de Salcedo y Stiglich (2002) si el diferencial de precio de la venta atada con la venta libre responde al alto riesgo y costo de transacción de la operación o si existe un abuso de poder.

A este respecto, el estudio de caso de Ecuador muestra que la relación entre el pequeño productor arrocerero y el molino o comerciante se basa en la mutua confianza, muchas veces en el compadrazgo y que el productor no está dispuesto a poner en riesgo esta relación que le permite financiar su actividad productiva, por lo que rara vez se producen ventas extra contractuales. Por su parte los comerciantes y molinos, a pesar de que tienen mayor poder de negociación debido a un mejor acceso al sistema financiero y a informaciones de mercado, deben asegurarse un abastecimiento regular y bajo estándares de calidad e inocuidad cada vez más exigentes, lo que les impulsa a desarrollar vínculos sostenibles con productores.

---

13 En dicho periodo la calificación de riesgo de mercado y entorno económico del sector arrocerero ecuatoriano era de 6 sobre 10.

## **Argentina**

En Argentina la crisis económica y financiera del 2001-02 marcó un antes y un después en el financiamiento canalizado desde la cadena a los productores. Antes de la crisis, los pequeños productores vendían inmediatamente la cosecha a acopiadores, quienes a través de un corredor o en forma directa vendían a la industria local o a los exportadores. Los acopiadores financiaban parcialmente la producción y, a su vez, recibían fondos de actores hacia arriba en el sistema comercial.

A raíz de la crisis se produjo una recomposición de la situación patrimonial de la cadena. La devaluación y pesificación de las deudas en moneda extranjera, licuaron las deudas de los productores con compradores, proveedores de insumos y la banca. Paralelamente los productores de granos percibieron grandes utilidades por la mejora de competitividad producida por la devaluación del peso argentino frente al dólar y los buenos precios internacionales de los cereales en ese periodo. Todos estos factores incrementaron la liquidez de los agricultores.

La relación de dependencia financiera entre productores y acopiadores se debilitó aún más ante la posibilidad de almacenar el producto en finca gracias a la silobolsa, cuya difusión ha alcanzado el 20 por ciento del grano producido en el país, según el Instituto Nacional de Tecnología Argentina (INTA). La silobolsa es un sistema sencillo y barato de almacenaje de grano en enormes bolsas plásticas, que posibilita la separación en partidas diferenciadas por calidad.

Igualmente antes de la crisis, las cooperativas financiaban el 80 por ciento de las necesidades de capital de trabajo de los productores arroceros miembros, mediante el adelanto de insumos (semillas y agroquímicos). Actualmente el agricultor socio no solicita financiamiento de campaña a la cooperativa sino que usa con fondos propios o, a lo sumo, utiliza complementariamente el crédito comercial que tiene disponible en la medida en la que esto no implique un incremento del costo de las operaciones.

### **Caso Asociación de Cooperativas Argentinas, ACA– financiamiento al socio productor**

Hasta el 2002 las cooperativas de primer grado que recibían fondos de ACA, financiaban a su vez a los agricultores socios, los cuales no estaban obligados a vender a través de la cooperativa. Tampoco existía vinculación contractual entre el productor y ACA a excepción del programa de maíz flint (300 productores con una extensión promedio de 37 hectáreas), que vinculaba a través de un contrato al productor que recibía semilla y se comprometía a entregar una determinada cantidad de producto al momento de la cosecha.

Con la devaluación, la pesificación y la buena coyuntura de precios, las deudas de los productores con las cooperativas se redujeron y pudieron ser saldadas cómodamente. En el presente, el crédito bancario para financiar la pre-campaña, que era muy utilizado antes de la crisis, no existe. Ante la disminución de las necesidades de financiamiento y la reticencia del productor para entregar la mercadería, las cooperativas han reimplantado el «plan canje de insumos por producción», con el objetivo de incentivar la entrega de mercadería y mantener la continuidad en los canales de comercialización.

El **plan canje de insumos por producción** mencionado es uno de los métodos más usados tradicionalmente en Argentina para canalizar financiamiento hacia la producción. Consiste en que el acopiador, cooperativa, molino o proveedor de insumos facilita insumos al agricultor, quien le paga en producto a la cosecha. El cambio de escenario macroeconómico en 2002 impulsó las operaciones de canje de granos por insumos porque eliminaba el riesgo cambiario (los precios de los insumos y los cereales son en dólares) en un período caracterizado por la continua y significativa fluctuación del tipo de cambio. Así las operaciones de canje, que originalmente se limitaban a insumos (fertilizantes, semillas, fungicidas, entre otros), pasaron a incluir también la adquisición de maquinarias, automotores y bienes inmuebles.

El gran número de ventas concretadas bajo esta modalidad y la necesidad del sector productor de cereales de aprovechar la coyuntura de alta rentabilidad para renovar sus equipos, llevó a que los proveedores de bienes de capital e insumos acumularan grandes existencias de estos productos y entraran en un nuevo negocio: la compraventa de cereales.

## **Costa Rica**

En Costa Rica no es tan usual que los procesadores y comerciantes financien a los productores de granos. Éstos últimos suelen recibir crédito de los proveedores de insumos agrícolas en primer lugar, de instituciones financieras, amigos y parientes. El crédito comercial es minoritario pero hay notables excepciones. Una de ellas es en la cadena de frijol, en la que un 10 por ciento de los productores que venden en forma directa al procesador reciben adelantos, sin diferencias en el precio de venta ni pago de intereses y apenas por unos pocos días para que puedan pagar el servicio mecanizado de arranque y trillado. Se trata generalmente de un acuerdo verbal, aunque en algunos casos se da como garantía una letra de cambio, que no se llega a inscribir. La segunda excepción encontrada es mostrada en el recuadro que sigue.

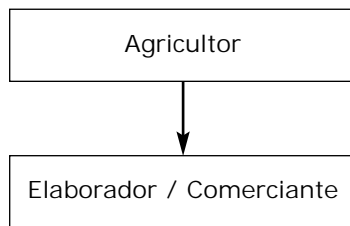
### **Caso de proveedores de arroz y frijol de Hortifruti, Costa Rica**

En 2004 Hortifruti convenció a uno de los bancos que opera con la Corporación de Supermercados Unidos (CSU)- grupo al que está vinculado - para que financiara a los agricultores que les proveen de arroz y frijol en Costa Rica. Se trata de un convenio tripartito en el que está de por medio el compromiso doble de Hortifruti de adquirir la cosecha y de asumir el pago de las deudas en caso que algún productor no lo haga; es decir, Hortifruti es el garante de las operaciones (Ohio State University, 2005).

## **Brasil**

En Brasil, probablemente debido al alto grado de intervención estatal en el financiamiento agrícola, no se han constatado vínculos financieros entre los productores de cereales y sus compradores. La mayoría de las operaciones de compraventa se realizan al contado sin que se otorguen pagos adelantados para asegurarse el abastecimiento.

**Figura 10. Financiamiento del agricultor al comprador**



**Los productores también financian agentes hacia arriba en la cadena de valor.** Los productores de arroz de Costa Rica, Ecuador y Perú aceptan pagos diferidos del molino de hasta cuatro semanas. También los mayoristas de granos brasileños y argentinos pagan por el producto en un plazo que va desde 1 a 30 días, pero se carga un interés que depende del poder de negociación de las partes.

## 4. Estudios de caso: Financiamiento de la comercialización de productos hortofrutícolas

En este capítulo se analizará, de forma análoga a como se hizo con la cadena de cereales, cómo se conforman las cadenas hortofrutícolas en los países estudiados, cuáles son las fuentes de financiamiento de la comercialización de estos productos y finalmente, se revisarán las relaciones de financiamiento desplegadas en el sistema comercial, desde el campo hasta el consumidor.

Se ha considerado solo la cadena de productos hortofrutícolas frescos.

### **DESCRIPCIÓN DE LA CADENA DE VALOR HORTOFRUTÍCOLA**

En la Tabla 2 se ilustran las características esenciales que definen las cadenas de valor de frutas y hortalizas frescas en los países objetos de estudio.

La mayoría de las observaciones realizadas en el punto 3.1 sobre la estructura de las cadenas de arroz es también aplicable a este apartado. Algunas reflexiones específicas se refieren a lo siguiente:

- Las cadenas de frutas suelen estar, en general, más desarrolladas que las de hortalizas y en consecuencia ostentan mayores índices de integración, concentración y formalidad, además de una mayor disposición a la exportación.
- Reardon y Berdegú (2003, 2004) han tratado extensamente los efectos de la rápida difusión de los supermercados sobre las cadenas hortofrutícolas de América Latina. Sin entrar a discutir si son los supermercados o los mercados mayoristas quienes tienen una posición dominante en la cadena, es cierto que los supermercados están exhibiendo una participación creciente del comercio detallista de frutas y hortalizas frescas, aunque es mucho menor a su cuota de alimentos procesados, y que emplean mecanismos de abastecimiento distintos a los del segmento tradicional. La influencia de los supermercados en la configuración de las cadenas se deja también sentir en los flujos de financiamiento de las mismas.

**Tabla 2. Características de las cadenas hortofrutícolas estudiadas**

<b>País</b>	<b>Característica</b>	<b>Descripción</b>
Argentina	Escala	Grandes escalas de operación agrícola en la cadena de frutas y escalas menores en la de hortalizas.
	Integración	Los agentes no integrados verticalmente son minoría.
	Territorialidad	La cadena de hortalizas se orienta al mercado doméstico y la de frutas preferentemente a la exportación.
	Formalidad	Mayor formalidad en la cadena de frutas que en la de hortalizas. Los mercados concentradores dominan el mercado doméstico.
	Gobernabilidad Entorno	Ver tabla 1 (pág. 10-11)
Brasil	Escala	Mayores esclas de operación en la cadena de frutas que en la de hortalizas.
	Integración	Notable integración vertical y horizontal.
	Territorialidad	Orientación al mercado doméstico de la cadena de hortalizas y al mercado nacional y de exportación en el caso de las frutas.
	Formalidad	Cadena predominantemente formal.
	Gobernabilidad Entorno	Los supermercados tienen una cuota de más del 50 por ciento del comercio detallista de frutas y hortalizas. Los mercados centrales tienen un rol esencial como concentradores de oferta en la cadena de frutas. Ver tabla 1 (pág. 11-12)
Costa Rica	Escala	Predominio de pequeños y medianos productores.
	Integración	Limitada integración vertical y horizontal.
	Territorialidad	Producción para el mercado doméstico con creciente exportaciones de frutas.
	Formalidad	Cadena mixta con agentes formales e informales.
	Gobernabilidad Entorno	El CENADA, una central mayorista, y Hortifruti, gran acopiador privado de los supermercados, dominan la escena hortofrutícola. Gran esfuerzo público-privado para promover la diversificación y adición de valor en el sector hortofrutícola.
Ecuador	Escala	Operación a micro y pequeña escala en todas las etapas.
	Integración	Reducida integración vertical y horizontal.
	Territorialidad	Producción para el mercado doméstico.
	Formalidad	Cadena predominantemente informal.
	Gobernabilidad Entorno	Los mayoristas ostentan el liderazgo de la cadena. Ver tabla 1 (pág. 10-11)
Perú	Escala	Operación a micro y pequeña escala en todas las etapas.
	Integración	Reducida integración vertical y horizontal.
	Territorialidad	Producción para el mercado doméstico.
	Formalidad	Cadena predominantemente informal.
	Gobernabilidad Entorno	Los mayoristas lideran la cadena. Entorno relativamente estable.

## FUENTES DE FINANCIAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS

En la presente sección se analiza cómo los comerciantes de frutas y hortalizas financian sus inversiones y el capital de trabajo necesario para desarrollar sus actividades.

### Financiamiento del capital de trabajo

#### *Comerciantes mayoristas*

Los comerciantes mayoristas además de jugar un papel importante en la distribución y formación de precios, prestan fondos a productores, acopiadores y comerciantes minoristas.

En Perú, según Alvarado, dos tercios de los mayoristas de productos hortofrutícolas tienen acceso a financiamiento externo. Es un financiamiento mixto que Alvarado divide en dos categorías. La primera, formada por créditos del sector financiero y créditos eslabonados con agentes formales de la cadena hortofrutícola, está «constituida por facilidades de capital de trabajo e inversión por montos relativamente altos, plazos más largos y tasas de interés más bajas» (Cuadro 2). Si bien las condiciones de estos préstamos son más favorables, se requiere contar con garantías reales y se incurren en costos de transacción mayores<sup>14</sup>. La segunda categoría corresponde a un financiamiento de punta mayoritariamente informal caracterizada por ser «complementaria, representada por una demanda de préstamos por montos reducidos, plazos cortos, sin garantías convencionales, y bajos costos de transacción, que permite aprovechar oportunidades de negocio de corto plazo, suavizar las fluctuaciones del consumo y enfrentar contingencias» (Alvarado et al, 2001). En esta categoría se incluye el crédito comercial.

### Cuadro 2. Condiciones de los préstamos a comerciantes mayoristas

	Financiamiento formal	Financiamiento informal
Monto promedio (\$EE.UU.)	3 080	654
Tasa de interés promedio mensual	4,8 %	5,6 %
Plazo promedio (meses)	12	3
Uso de garantías (número de casos)	61	11
Costos de transacción / préstamo promedio	1,9	0,4

Fuente: Alvarado *et al.*, 2001.

<sup>14</sup> El 73 por ciento de las transacciones crediticias formales se realizan con respaldo de garantías, frente a sólo un 9 por ciento del número de transacciones en el mercado informal. Los préstamos formales tienen mayores costos de transacción; considerando sólo los costos directos es casi 2 por ciento del monto promedio de crédito.

Esto concuerda con el hecho de que el 73 por ciento del número total de créditos obtenidos por los comerciantes mayoristas corresponde a fuentes informales de crédito; mientras que en volumen, el 64 por ciento de los fondos provienen de instituciones financieras formales. La gran mayoría de los créditos de los mayoristas fueron solicitados para capital de trabajo.

En Ecuador, los comerciantes mayoristas son más dependientes de sus propios recursos, no obstante, también acceden a créditos bancarios convencionales (líneas de crédito comercial o de consumo), micro créditos y adelantos de otros comerciantes.

Los comerciantes entrevistados en los cinco estudios de caso señalaron que los nuevos estándares de calidad y sanidad de las frutas y verduras impuestos por sus clientes y las autoridades públicas les exige mayores niveles de capital de trabajo y nuevas inversiones. Ciertos procesos requeridos para tal fin tienen un costo difícilmente recuperable que merma la rentabilidad del negocio, por lo que tienen dificultades en ampliar o acceder a nuevos créditos para implementarlos.

### **Comerciantes minoristas tradicionales**

Los comerciantes minoristas tradicionales se financian con fondos propios, microcréditos y crédito comercial de los comerciantes mayoristas.

El microcrédito requiere un mínimo de seis meses de experiencia en el sector. Son ofrecidos mayoritariamente por las Cooperativas de Ahorro y Crédito, las Cajas Municipales y Rurales y recientemente también por la banca comercial. Su concesión se basa en la capacidad del empresario de generar recursos que permitan satisfacer el crédito y no tanto las garantías hipotecarias o prendarias que el comerciante pueda ofrecer. Se adecuan mejor al perfil del comerciante minorista que no necesita montos muy elevados de capital de trabajo, prefiere hacer pagos más pequeños de forma quincenal o mensual y que solo puede presentar garantía personal. El estudio realizado muestra que las condiciones de productos de micro crédito ofrecidos por diversas instituciones son bastante competitivas. En el caso ecuatoriano, por ejemplo, las condiciones de los créditos a los cuales han tenido acceso los minoristas de frutas y verduras entrevistados alcanzan un monto promedio de 3 500 dólares EE.UU., con plazos de hasta 22 meses, presentación de garantías personales y pagos mensuales.

Las ventas a crédito son habituales en esta cadena: del productor al intermediario, de éste al mayorista, que a su vez vende a crédito al minorista en función de la confianza existente entre las partes.

El acceso a fuentes externas de financiamiento no es homogéneo. El otorgamiento del crédito por parte de la banca o de otros comerciantes depende de la permanencia o antigüedad en el negocio, lo cual impone una barrera de entrada a los potenciales interesados en emprender una actividad comercial minorista. Para aquellos empresarios nuevos en el sector, con mal historial crediticio o que no tengan las garantías exigidas las alternativas son reducidas. O recurren a préstamos de familiares y amigos o a prestamistas informales o agiotistas conocidos localmente como «*chulqueros*». Diversos estudios destacan que los agiotistas tienen un rol decisivo en el financiamiento de las cadenas agropecuarias ecuatorianas, sobre todo de los agentes más débiles como son los pequeños productores, procesadores artesanales y comerciantes. La

tasa de interés de estos préstamos supera el 5 por ciento mensual y en ocasiones roza la usura. Lamentablemente, aunque la usura es un delito sancionado con prisión y multa según el Código Civil ecuatoriano la falta de control estatal y la protección de esta actividad por parte de los mismos prestatarios la vuelve una práctica usual.

### **Innovaciones financieras**

El mercado de capitales de Argentina es uno de los más desarrollados de la región. Tradicionalmente solo las grandes empresas tenían acceso a él, pero en los últimos tiempos se están dando innovaciones financieras que posibilitan el acceso a financiamiento de pequeñas y medianas firmas. En el caso que se presenta a continuación, pequeños citricultores asociados financiaron la comercialización de sus productos mediante una emisión de obligaciones negociables gracias a que contaban con el aval de una Sociedad de Garantía Recíproca que aprobó su proyecto.

#### **Frutucumán S.A. – Emisión de Obligaciones Negociables garantizadas por una Sociedad de Garantía Recíproca<sup>15</sup>, Argentina**

Frutucumán es una sociedad fundada en 2001 por pequeños productores de cítricos de la provincia de Tucumán, con el objetivo de realizar ventas conjuntas, mejorar su acceso al financiamiento de la producción y la comercialización y obtener mejores condiciones de los proveedores de insumos.

En 2002 Frutucumán emitió obligaciones negociables de corto plazo por un monto máximo en circulación de 750 000 dólares EE.UU. La emisión de las obligaciones contó con el aval de Garantizar SGR<sup>16</sup>, que se comprometía al pago del capital y los intereses en caso de mora de Frutucumán, y una vez que los inversores hubiesen agotado todas las gestiones administrativas para el cobro de sus acreencias.

Los buenos resultados obtenidos en su primera emisión llevaron a Frutucumán S.A. a repetir la operatoria al año siguiente con una segunda emisión por 228 000 dólares a 180 días y con un monto mínimo por título de 100 dólares. De esta manera, Frutucumán consiguió capital para comercializar sus productos en un momento donde el crédito bancario era inexistente sobre todo para firmas de su tamaño.

### **Financiamiento de los activos fijos**

La mayoría de comerciantes de frutas y hortalizas entrevistados en Perú, Ecuador, Costa Rica y Brasil no invierten en sus **locales**, sino que los suelen alquilar debido sobre todo a las políticas municipales vigentes. Solo uno de los comerciantes entrevistados en Brasil había solicitado un crédito bancario para mejorar sus almacenes.

15 Las Sociedades de Garantía Recíproca son sociedades que administran un fondo de riesgo, constituido por aportes de los socios protectores, cuya función es la cobertura de las garantías otorgadas a los socios partícipes, que son pequeñas y medianas empresas a las que se brindan garantías y asesoramiento técnico, económico y financiero. Para mayor información consultar el capítulo 5.

16 Garantizar SGR es la Sociedad de Garantías recíprocas del Banco de la Nación Argentina.

La inversión más usual consiste en la adquisición de una **unidad de transporte** para facilitar la compra y el transporte de los productos. Los comerciantes destinan una cierta cantidad de sus ahorros para este fin y financian la diferencia a través de créditos bancarios, de bancos privados o cooperativas de ahorro y crédito de los cuales son clientes, lo cual les facilita la obtención del préstamo.

Más allá de esta pequeña inversión, las pequeñas firmas que comercializan productos hortofrutícolas tienen un **acceso muy restringido al financiamiento a largo plazo**, lo que obstaculiza la incorporación de las innovaciones logísticas y comerciales que los mercados demandan. A esta realidad del sector se suma la imposibilidad de los productores de frutas de acceder al crédito para reconvertir sus plantaciones, con lo cual se imposibilita la incorporación de adelantos tecnológicos y modificaciones varietales demandadas por el mercado<sup>17</sup>. Igualmente la falta de financiamiento impide la incorporación de insumos, procesos y equipos para la eliminación definitiva de plagas que afectan la comercialización de estos productos.

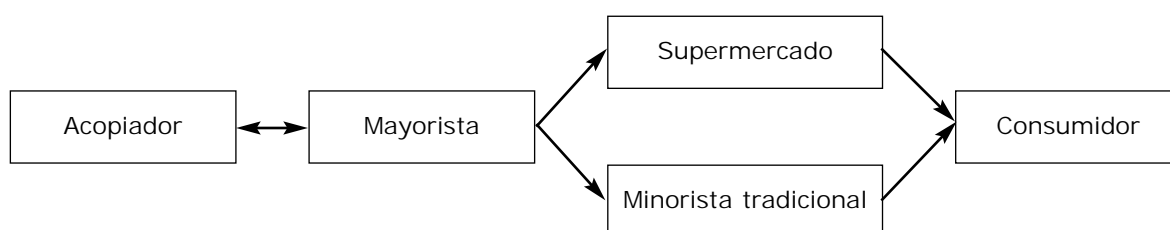
## **RELACIONES CRUZADAS DE COMERCIALIZACIÓN Y FINANCIAMIENTO EN LA CADENA HORTOFRUTÍCOLA**

A continuación se presentan las relaciones cruzadas encontradas en las cadenas de frutas y hortalizas estudiadas.

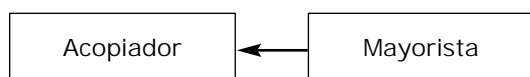
### **Vínculos financieros dentro del sistema de comercialización de frutas y hortalizas**

En este esquema simplificado y en las figuras sucesivas, las flechas representan los flujos financieros que se establecen e indican el sentido en que se producen.

**Figura 11. Sistema simplificado de comercialización de frutas y hortalizas**



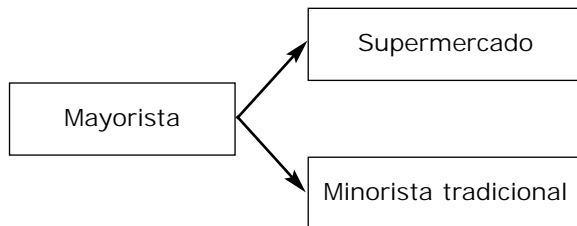
**Figura 12. Relación con el acopiador**



<sup>17</sup> El horizonte de planificación de la producción de frutas es muy extenso y la inversión requerida tiene un periodo de recuero mucho más prolongado que en el caso de las hortalizas.

En la cadena hortofrutícola el **mayorista es la principal fuente de crédito de los acopiadores**. Un ejemplo de esto es la cadena de brócoli en sectores de la Sierra Central de Ecuador donde el mayorista adelanta alrededor del 50 por ciento del valor total de la transacción al acopiador, el cual se compromete a entregar el producto en las condiciones de calidad y volumen acordadas.

**Figura 13. Relación con el sector minorista**



**Los mayoristas también canalizan financiamiento hacia los eslabones detallistas.**

En Brasil los mayoristas del mercado central entregan el producto a los minoristas tradicionales y a los supermercados<sup>18</sup> a crédito, por un plazo de 15 a 20 días.

El 60 por ciento de los comerciantes mayoristas peruanos otorga por lo menos un crédito al año, ya sea a productores agrícolas, acopiadores, intermediarios y comerciantes minoristas. El 61 por ciento del número total de créditos se destinan a productores agrícolas y 33 por ciento a comerciantes. El 85 por ciento de estos préstamos no están sujetos a pago de intereses, debido a que estas transacciones eslabonadas a la actividad comercial se utilizan como medio para lograr mayores márgenes de ganancia asegurando mayores volúmenes para su comercialización. Los comerciantes mayoristas conocen a sus prestatarios por un tiempo promedio de 5 años; es decir, los comerciantes prestan a personas con las que han establecido vinculación comercial por un tiempo largo, que les ha permitido conocer voluntad y capacidad de pago. El 80 por ciento de los comerciantes mayoristas declaran que no realizan visitas de seguimiento a los deudores. Las garantías y documentos con valor coercitivo tienen un rol marginal en el otorgamiento de créditos. En el 54 por ciento de las transacciones crediticias el prestatario sólo firma un cuaderno de control donde se lleva el registro de los desembolsos y pagos del crédito, en el 15 por ciento de las transacciones se suscriben letras o pagarés y sólo 0,7 por ciento suscriben contratos (Alvarado et al, 2001).

En Costa Rica la venta a crédito de mayoristas a minoristas de frutas y vegetales es una práctica muy difundida que puede llegar hasta el 75 por ciento del total de ventas. Sin embargo, no está exenta de riesgo. Varios mayoristas entrevistados en CENADA hacen referencia a compradores morosos, razón por la cual a algunas personas les venden solo al contado. Otro mayorista reportó que el exceso de crédito le impidió contar con el capital de trabajo suficiente, lo que le llevó recientemente a dejar su negocio.

<sup>18</sup> Los grandes supermercados brasileños rara vez se abastecen en los mercados mayoristas, excepto cuando sus proveedores registrados no logran satisfacer algún pedido. Los minoristas tradicionales recurren al mercado mayorista central con regularidad para completar el surtido de productos que obtienen de sus proveedores directos.

En el Mercado Mayorista de Ambato, Ecuador, la práctica comercial más extendida es comprar al productor al contado para conseguir mejores precios y vender a crédito a los comerciantes minoristas (48 a 72 horas mínimo, que es el tiempo requerido para la venta al detalle de los productos hortofrutícolas en ferias o mercados municipales). Los 30 socios de la Asociación de Comerciantes de Fruta Nacional de este mercado admiten que dicha práctica exige tener más capital de trabajo disponible del que tienen acceso y muchos se ven forzados a abandonar la actividad.

### **El desafío financiero de abastecer a los supermercados**

La participación de los supermercados sobre el mercado minorista de alimentos del país es de un 80 por ciento en Brasil, 57 por ciento en Argentina, 50 por ciento Costa Rica y presenta cifras inferiores en países como Ecuador (31,3 por ciento) y Perú con menor renta per capita (Reardon y Berdegué, 2003). Las cifras de participación de los supermercados en el sector de frutas y verduras frescas son difícilmente estimables ya que no se tienen estadísticas confiables de los volúmenes negociados en los mercados tradicionales. De todas formas, se podría decir *grosso modo* que la participación de los supermercados en el mercado detallista de fruta y verdura fresca oscila entre la mitad y dos tercios del total de su participación en el mercado minorista alimentario<sup>19</sup>.

Esta reestructuración de los mercados afecta también al financiamiento de la comercialización agrícola. Los supermercados imponen requisitos financieros más exigentes que implican mayor necesidad de capital de trabajo y la realización de nuevas inversiones en infraestructura y procesos. Abastecer a los supermercados requiere mucho más capital de trabajo que abastecer mercados tradicionales por tres motivos principales. El primero es que los supermercados establecen condiciones financieras más rigurosas que los canales de ventas tradicionales, en cuanto a plazos de pago (15 a 60 días de período de pago), mercaderías gratis por apertura de nuevos locales, descuentos durante el periodo promocional, cobertura de desechos y pérdidas, comisiones de publicidad y mercadeo y reparto entre las distintas tiendas. En segundo lugar, las operaciones de provisión a los supermercados son formales y por lo tanto están sujetas a impuestos en un contexto donde la mayoría de las transacciones de venta de frutas y vegetales son informales<sup>20</sup>. Y por último, para cumplir con los atributos requeridos por los supermercados hay que realizar una serie de inversiones en infraestructura (por ejemplo, almacenes, planta empacadora, cadena de frío, etc.) y/o procesos (control de calidad del producto, certificación externa, sistema de trazabilidad, etc.)

El caso de la Cooperativa Agropecuaria de Ibiúna, extraído de Mainville *et al.*(2003) ilustra a la perfección los gastos e inversiones que implica abastecer de productos hortofrutícolas a las cadenas de supermercados.

---

<sup>19</sup> Belik (2000) estima que los supermercados son responsables por el 50 por ciento de las ventas de vegetales frescos a consumidores en Brasil. En el caso de Argentina la participación es aproximadamente del 30 por ciento (Reardon, Timmer *et al.* 2003)

<sup>20</sup> En Perú, por ejemplo se ha calculado que tanto en la cadena de frutas y verduras, el 95 por ciento del total de transacciones son informales.

### **Caso CAISP, Brasil extraído de Mainville, Branco y Vidar, 2003**

La Cooperativa Agropecuaria de Ibiúna, Sao Paulo (CAISP) se ha especializado en el suministro de frutas y hortalizas a grandes cadenas de supermercados e hipermercados.

CAISP compara el impacto en sus necesidades de capital de trabajo de trabajar con supermercados en lugar de con mercados tradicionales:

- Mayores exigencias financieras. Los plazos de pago de las grandes cadenas se alargan a 50 días, frente a 30 días del comercio tradicional. Además los supermercados exigen promociones al menos una vez al mes, dependiendo del producto, en ocasiones con la presencia de promotores del proveedor en las tiendas.
- Modificaciones de productos y procesos logísticos y comerciales. La cooperativa ha ampliado la línea de productos ofrecidos para lograr el surtido mínimo exigido por la gran distribución; ha modificado el etiquetado para incluir códigos de barras, tablas de sustancias nutritivas y números de servicios al cliente; realiza análisis de inocuidad de los alimentos y ha invertido en logística (instalaciones electrónicas ya que los pedidos se realizan vía internet, transporte refrigerado, cajas plásticas, etc.).
- Inversiones productivas. Los socios han debido realizar inversiones individuales para mejorar el predio agrícola, entre las que destacan inversiones en infraestructura física, maquinaria, equipos, adopción de nuevas variedades de plantas y entrenamiento del personal.

CAISP ha realizado la mayoría de las inversiones con fondos propios excepto las maquinarias y equipos, que han sido financiadas por el programa gubernamental de Financiamento de Maquinaria y Equipos (FINAME).

Los pequeños y medianos productores hortofrutícolas se vinculan con los supermercados a través de figuras intermedias como procesadores, mayoristas especializados o proveedores preferidos. El rol de estos intermediarios es concentrar volúmenes, reunir una gama amplia de productos y asegurar el cumplimiento de los estándares que los supermercados demandan. Muchos de estos intermediarios para asegurarse la provisión de los productos diferenciados demandados por los supermercados han desarrollado relaciones estables con agricultores que involucran servicios vinculados como el financiamiento, la asistencia técnica y servicios de certificación de calidad.

Cada vez más los supermercados instauran un registro de proveedores que establece un marco de contratación (las condiciones no se negocian cada vez, con excepción del precio) que no supone una garantía de compra por parte del supermercado. Esto puede desincentivar arreglos sostenibles del proveedor con productores, en el caso de que el proveedor registrado no cuente con mercados alternativos para ese tipo de producto.

El peso financiero de la relación con los supermercados se reparte entre los intermediarios y los agricultores. Por ejemplo, los acopiadores privados de Costa Rica pagan a los agricultores que los proveen a las dos semanas de la recepción del producto y venden a crédito a los supermercados, hoteles y restaurantes. El crédito del acopiador a la cadena de supermercados a la que se vincula, es de 7 a 12 días, mientras que el sector hotelero pide trabajar con plazos de entre 60 y 90 días.

**Caso Hortifruti, Costa Rica<sup>21</sup>**

Hortifruti es un mayorista especializado que abastece de frutas y hortalizas frescas a la Corporación de Supermercados Unidos (CSU), que ostenta el 80 por ciento del mercado de gran distribución en Costa Rica. La actividad de comercialización de frutas y vegetales, creada en 1972, es la más antigua de Hortifruti y por su volumen de operación, es la comercializadora líder en su ramo en Costa Rica y Centroamérica.

La empresa tiene relación con casi 400 proveedores y 15 organizaciones agrícolas que le proveen de vegetales, en contraposición a grandes cadenas de supermercados de otros países, que se abastecen con un número reducido de productores (70 en Argentina). Se trata de relaciones bastante estables, 4.3 años de vinculación promedio con Hortifruti, según una muestra no aleatoria de proveedores de Hortifruti entrevistados, de granos, frutas y vegetales (OSU, 2005).

Hortifruti no tiene un programa de crédito para sus proveedores. Solo en los casos puntuales mencionados a lo largo del documento, ha dado financiamiento directo o avalado a sus proveedores. No obstante, los proveedores de Hortifruti entrevistados por el equipo de OSU tuvieron acceso a todo tipo de fuentes, de las formales tradicionales (bancos estatales, bancos privados, cooperativas de ahorro y crédito), hasta el crédito de proveedores de insumos (de los más importantes), amigos y parientes y empresas vendedoras de vehículos. Aunque algunos de ellos, desde antes de vincularse ya tenían acceso a muchas de las fuentes de financiamiento con que hoy operan, el 90 por ciento reconoció el efecto positivo de las ventas a Hortifruti en su acceso a crédito, ya sea porque les abrió las puertas de nuevas fuentes de financiamiento o porque mejoró las que ya tenían.

Los productores con los que trabaja Hortifruti son de todo tipo, en términos de tamaño, nivel educativo y tipo de producto, pero tienen en común estar dispuestos a someterse a un esquema de comercialización moderno, en el que hay que cumplir con una serie de normas de calidad (tamaño, forma, sabor, color, maduración, higiene), de sanidad, de inocuidad, así como cumplir con fechas y horarios de siembra, de cosecha y de entrega y dejar atrás prácticas tradicionales como usar plaguicidas tóxicos o no cosechar cuando hay mucha lluvia, pues entendieron que los consumidores en los supermercados compran todos los días, independientemente del clima en las zonas agrícolas.

El efecto final que se observa, de la relación de Hortifruti con sus proveedores (productores y procesadores) va, incluso, mucho más allá del acceso al crédito. Se trata de un papel de los supermercados y acopiadores como agentes de cambio, pues difunden conocimiento, promueven especialización y provocan un aumento de la productividad y, en general, una transformación de la agricultura tradicional.

En varios países de la región se están tomando acciones para tutelar los derechos de los proveedores. En Argentina se adoptó una ley en marzo de 2002 que solicita el pago para los productores de frutas y verduras frescas dentro de un lapso de 30 días y se ha fomentado la adopción de buenas prácticas empresariales para optimizar las relaciones entre minoristas (supermercados) y proveedores, protegiendo a ambas partes. Así en el 2001 se acordó un código privado de prácticas comerciales donde se pactaron entre otras cosas, acuerdos sobre los

---

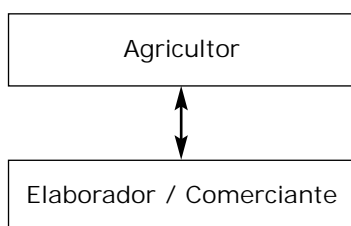
<sup>21</sup> Estudio de caso realizado por el consultor Rodolfo Quirós, basado en el estudio de la Ohio State University, 2005 para AMAP/USAID.

plazos de entrega y pago de las mercaderías (Cámara Argentina de Supermercados, <http://www.cas.com.ar/site/home/codigo.htm>)

En Costa Rica también está en proyecto un Código de Ética que están promoviendo la Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA) y los supermercados.

## Vínculos financieros desarrollados entre productores y el sistema comercial

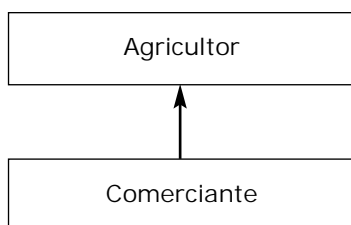
**Figura 14. Relación entre agricultores y compradores**



Los productores son tanto receptores de financiamiento de eslabones hacia arriba en la cadena, como prestamistas cuando aceptan pagos diferidos por sus productos.

Esta idea de bidireccionalidad se representa en la figura lateral.

**Figura 15. Financiamiento al agricultor**



En primer lugar analizaremos el financiamiento **de los comerciantes hacia los productores**.

En Brasil los mayoristas y los productores de fruta y vegetales realizan contratos informales que involucran un pago adelantado por parte del mayoristas para cubrir ciertos costos del cultivo (Lourenzani y Silva, 2003). El pago se descuenta cuando el agricultor lleva el producto a la central mayorista, en ocasiones hasta tres meses después del adelanto y sin cargar interés. Los agricultores afirman no sentirse completamente satisfechos de estos acuerdos pero continúan con la relación comercial porque el pago está garantizado. Es también frecuente que los comerciantes se integren verticalmente hacia la producción para asegurarse un abastecimiento regular y en grandes volúmenes de ciertos productos que no se encuentran fácilmente en las intermediaciones. Ambas situaciones denotan la incertidumbre del abastecimiento de productos hortofrutícolas de alto consumo que los comerciantes no pueden asegurarse con transacciones de puro mercado.

En Argentina el mayorista de productos hortofrutícolas, en especial de vegetales, adelanta generalmente insumos y semillas al productor. Normalmente estas transacciones eslabonadas son beneficiosas para ambas partes pero en tiempos de la crisis, la falta de mecanismos alternativos de financiamiento aumentó el poder del mayorista sobre el productor y elevó los descuentos al momento de la liquidación de la mercadería.

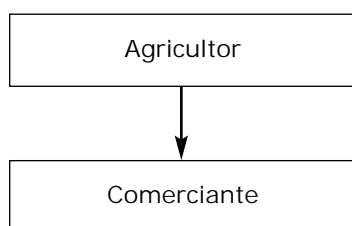
Las cooperativas hortofrutícolas argentinas son una fuente de financiamiento trascendental para sus socios. A continuación se muestra la experiencia de una cooperativa que financió la reconversión productiva de sus socios.

### **Reconversión cítrica por la Cooperativa Tabacalera de Misiones, Argentina**

En 1992 la Cooperativa Tabacalera de Misiones invitó a 1 100 pequeños productores de tabaco a participar en un programa de reconversión cítrica. La experiencia de la región en cítricos y la infraestructura existente aseguraban la factibilidad del proyecto. La Cooperativa otorgó financiamiento para la inversión inicial (con plazos de 8 a 12 años) y cubre los costos operativos de la producción de cítricos, a través del adelanto de insumos. En contrapartida, los productores se comprometieron a comercializar la totalidad de la producción a través de la Cooperativa.

La cooperativa organiza el acopio hasta su planta de empaque, procesa y comercializa los cítricos. Presta además asistencia técnica, facilita equipos de pulverización, financia y distribuye la totalidad de los insumos y capacita en forma constante a los productores sobre su uso correcto. El pago a los socios se realiza en función de la calidad a la entrega de la mercadería, momento en el que se descuentan los adelantos.

### **Figura 16. Financiamiento del agricultor al comprador**



**Los productores también financian a agentes hacia arriba en el sistema de comercialización.**

En Perú la venta a crédito de productos hortofrutícolas a mayoristas es habitual. El crédito se salda en un breve período de tiempo, por lo que las necesidades de capital de trabajo de los mayoristas no son tan elevadas.

En Ecuador los acopiadores compran las frutas y vegetales en efectivo pero en ciertas circunstancias reciben los productos a crédito y cancelan la deuda en las siguientes 24 o 48 horas, después de haber vendido el producto.

En Brasil, Argentina y Costa Rica los productores aceptan un pago diferido por períodos más largos. En Brasil el pago se produce hasta 20 días después de la entrega a un minorista tradicional y hasta 60 días en el caso de los supermercados. Algunos minoristas entrevistados prefieren pagar a los productores cuando le entregan el siguiente lote de productos, de forma que se aseguran nuevos abastecimientos. En Costa Rica, los acopiadores privados costarricenses pagan al productor semanalmente con 14 días de atraso entre el momento de la entrega y el pago por ese producto. En Argentina, según se ha visto ya, la compra de productos perecibles se ha de pagar en un plazo máximo de 30 días por ley.



## 5. El papel del sistema financiero en el financiamiento de la comercialización agrícola

Se ha producido una «**informalización**» del financiamiento de las agrocadenas, posiblemente como resultado de las crisis económicas y financieras de los últimos años, es decir, las fuentes semiformales o informales de financiamiento han cobrado una mayor importancia relativa. En Costa Rica, el acceso histórico a fuentes formales reguladas en la década de los 80 superaba el 50 por ciento, en comparación con el poco más del 10 por ciento actual. En Ecuador, la crisis financiera y bancaria en los años 1998-99 forzó el cierre de alrededor de 20 bancos y la congelación de los depósitos bancarios de miles de clientes. La drástica reducción de los depósitos determinó la poca disponibilidad de créditos para actividades productivas y comerciales del sector agrícola, provocando un reposicionamiento de las fuentes informales en el financiamiento de la comercialización agrícola. Brasil también experimentó una crisis financiera en el mismo período. De forma análoga, durante la crisis argentina de 2001 y 2002 desapareció el financiamiento bancario, al menos para el comercio agrícola doméstico, mientras que proliferaron una serie de instrumentos financieros innovadores que compensaron en cierta medida el vacío dejado. En Perú la implementación del programa de Rescate Financiero Agropecuario en 2001 produjo la salida masiva de agricultores del sistema financiero como sujetos de crédito.

**Ante la falta de financiamiento formal, los comerciantes y procesadores han diversificado sus fuentes de financiamiento.** El crédito bancario ha sido, en algunos casos sustituido y en otros complementado, con créditos eslabonados de la cadena y otras fuentes informales de financiamiento (amigos, familiares y agiotistas). En Ecuador por ejemplo, el 30 por ciento del total de transacciones que se efectúan en el sistema de comercialización del arroz son financiadas por otros actores de la cadena.

**La «informalización» del financiamiento agrícola está ligada a la informalidad del sector agrario.** La comercialización de productos agrícolas en los mercados domésticos de América Latina se desarrolla usualmente en la informalidad, en mayor o menor modo según los países y cadenas de valor. En Perú por ejemplo, la informalidad en las cadenas de cereales oscila entre el 90 al 95 por ciento, estimándose la evasión de impuestos del arroz en 16 millones de dólares americanos en el año 2002 (Verona, 2002)

**Las relaciones entre la esfera formal y la informal son complicadas.** Los comerciantes y procesadores informales muestran reticencia a relacionarse con las instituciones financieras formales; en primer lugar, porque existe una percepción de la banca como agente fiscalizador y en segundo, porque los productos clásicos de la banca están orientados hacia clientes formales con buen historial crediticio y que pueden presentar las garantías requeridas. Estos productos tradicionales no responden bien a las necesidades de la mayoría de comerciantes y procesadores agrícolas, quienes requieren trámites simples, flexibilidad de desembolso y pagos, costo del crédito adecuado y difícilmente pueden presentar garantías reales. Es más,

muchos comerciantes informales, aun pudiendo ofrecer garantías, prefieren no tomar el riesgo sobre el patrimonio familiar.

Por su parte, la banca comercial no prioriza el financiamiento del comercio agrícola, porque percibe la agricultura y actividades conexas, como negocios de alto riesgo. Esta desconfianza es aún mayor cuando se trata de colocar recursos a largo plazo en negocios de pequeña escala, con poco respaldo de patrimonio y de garantías. En Ecuador según el Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales en 2003, el productor arrocerero recibía escaso crédito bancario porque su clasificación de riesgo era de 6 sobre 10; clasificación que se extendía a todos los participantes de la cadena: acopiadores, procesadores y mayoristas de arroz. En Ecuador y Perú la banca señaló otros riesgos percibidos como el hecho de que los comerciantes, sobre todo los más pequeños, gestionan su negocio de un modo muy personal, sin delegar responsabilidades a otros miembros de la familia, de forma que cuando se ausentan por cualquier motivo el negocio decae y surgen atrasos o dificultades en el pago de los préstamos.

De los estudios de caso realizados se pueden extraer las siguientes conclusiones sobre las relaciones entre compradores de productos agrícolas y el sector financiero formal:

- El **crédito a corto plazo** es el mayor vínculo del sector financiero formal con las cadenas agroalimentarias. No obstante, la mayoría de comerciantes entrevistados refiere que su demanda de crédito bancario a corto plazo se encuentra insuficientemente atendida y que las características de los productos crediticios ofrecidos no se adecuan a sus necesidades. Esto es especialmente crítico porque la mayoría de comerciantes mayoristas y procesadores con acceso a fuentes formales, otorgan un financiamiento en cascada que fluye hacia los eslabones más pequeños.
- El sector bancario atiende algunas demandas de **financiamiento a mediano plazo** (hasta tres años) y **en raras ocasiones a largo plazo**. Esta falta de financiamiento para inversiones pone en riesgo la permanencia de los pequeños actores de la cadena que no tienen fuentes alternativas de fondeo para actualizar sus procesos logísticos y comerciales.
- En consecuencia, los comerciantes entrevistados, consideran que **el difícil acceso al financiamiento formal obstaculiza el desarrollo de sus actividades económicas**. Este hallazgo es consistente con la investigación del Banco Interamericano de Desarrollo sobre el acceso a financiamiento de pequeñas<sup>22</sup> y medianas empresas, según la cual las pequeñas firmas latinoamericanas están entre las que más restricciones financieras perciben a nivel mundial (BID, 2004). Probablemente sea la brecha de acceso a crédito bancario entre las grandes y pequeñas empresas de la región (55 y 29 por ciento, respectivamente) la causa de tan negativa percepción.

---

22 El estudio define como pequeña empresa a aquella que cuenta con entre 1 a 50 empleados. Según dicho trabajo, el 46 por ciento de las pequeñas firmas de América Latina percibe la falta de acceso a crédito como uno de los obstáculos principales para el desarrollo de su actividad, frente al 26 por ciento de las empresas grandes.

El estudio también ha subrayado las **mejores prácticas** encontradas. En los últimos años, se han logrado **avances en las tecnologías crediticias** que reducen el riesgo y los costos de transacción de atender a comerciantes agrícolas y otros pequeños empresarios. Se ha entendido que con este colectivo se requiere conocer de cerca el desenvolvimiento de la actividad comercial y realizar una supervisión a nivel individual que permita establecer relaciones de confianza mutua. Muchas instituciones financieras han abierto agencias en los mercados mayoristas, ya que son puntos estratégicos para la promoción de todo tipo de servicios financieros a la comercialización y al consumo (transferencia de fondos, disposición de efectivo, líneas de crédito, etc.). Algunos bancos tienen como política que sus analistas de créditos visiten a los comerciantes, que son clientes actuales o potenciales, en los propios puntos de venta, donde les ayudan con todos los trámites relativos a la concesión de créditos y de paso profundizan su conocimiento sobre la actividad comercial del cliente. El Banco Credifé de Ecuador, ha adoptado esta estrategia en el Mercado Mayorista de Ambato con buen nivel de éxito.

Las instituciones de microfinanzas han desarrollado productos financieros mejor adaptados a este tipo de cliente. La **tecnología del microcrédito** -basada en la capacidad de generación de ingresos del negocio antes que en la capacidad financiera del solicitante del crédito - ha ampliado el acceso a financiamiento de comerciantes y procesadores de productos agrícolas que antes no eran considerados sujetos de crédito.

Las instituciones de microfinanzas contaban habitualmente con apoyo de donantes, agencias de desarrollo y fundaciones especializadas, para desarrollar líneas específicas de microcrédito. Sin embargo, en los últimos años la banca comercial espoleada por la dura competencia y la falta de rentabilidad en otros sectores, ha comenzado a desarrollar productos de microcrédito. Este fenómeno es especialmente notable en Perú y Ecuador. En este último, 4 de los 22 bancos privados que operan actualmente en el país, están aplicando tecnologías crediticias dirigidas hacia la microempresa, siendo éste el rubro de la cartera bancaria con mayor índice de crecimiento.

#### **Microcréditos para la comercialización agrícola ofrecidos por la banca privada, Ecuador**

El Banco Solidario mantiene una importante presencia en el segmento de los comerciantes de productos agrícolas en los mercados mayoristas y minoristas del país. Ofrece productos financieros de micro crédito individual o grupal para todo tipo de actividad comercial o de negocio, con tasas de interés del 12,05 por ciento vigente a la fecha más una comisión del 12 por ciento por una sola vez para asistencia técnica y capacitación; exigente garantía prendaria, moral o grupal según los casos; los plazos son de hasta 12 meses, con pagos quincenales o mensuales.

Credifé del Banco del Pichincha ofrece microcréditos por montos que fluctúan entre 300 y 5 000 dólares, con plazos de hasta 12 meses, y una tasa de interés que es la máxima fijada por el Banco Central (12,05 por ciento anual a la fecha de la investigación), más una comisión del 1,10 por ciento por asistencia técnica. Este producto financiero trabaja con crédito individual, exige garantías personales y principalmente financia capital de trabajo. Financia también activos fijos hasta el 80 por ciento del valor del activo, por un monto máximo de 10 000 dólares EE.UU. a 3 años y sólo cuando el negocio tenga la permanencia y solidez suficientes. Los requisitos exigidos para acceder a este tipo de micro créditos son: i) tener experiencia de un año en su negocio como propietario; ii) estar operando mínimo 6 meses en el mismo local; y, iii) presentar un garante personal (microempresario o asalariado).

Evidentemente el microcrédito no es una alternativa para quien necesita financiamiento por montos más grandes y/o a plazos más largos. Se está respondiendo a estos requerimientos de dos formas: con el uso de instrumentos financieros alternativos y mediante intervenciones basadas en los resultados del prestatario en la cadena.

Los **instrumentos financieros alternativos** como el descuento de facturas, el financiamiento contra recibo de almacén, el arrendamiento financiero y el fideicomiso entre otros, están cobrando importancia. El descuento de facturas y el fideicomiso son dos instrumentos muy usados para financiar el capital de trabajo en las agrocadenas de Argentina y Brasil. El **descuento de facturas**<sup>23</sup> se constituye en una alternativa para hacer líquida la cartera de los deudores comerciales de los eslabones industriales y de comercialización de la cadena agroalimentaria. Es especialmente usado en el caso de los pequeños y medianos actores que tienen relación directa con grandes empresas como cadenas de supermercados o grandes establecimientos industriales. La principal limitación del descuento de facturas es que requiere la pertenencia a la economía formal, por lo que gran parte de la cadena agroalimentaria no llega a usarlo. Es por esto que su uso en Ecuador, Perú y Costa Rica es irrelevante.

En Argentina en la etapa post crisis, los eslabones comerciales de las agrocadenas han utilizado mucho otro instrumento financiero: el **fideicomiso**. El fideicomiso constituye patrimonios distintos a los de sus dueños, separando en forma transitoria la titularidad de esos bienes (campos, cultivos, etc.) y destinándolos a la realización de proyectos de inversión predeterminados, como puede ser la producción y comercialización de arroz en un período establecido<sup>24</sup>. Los pequeños y medianos elaboradores y comerciales no acceden directamente al fideicomiso porque, aunque no hay restricciones formales, sus necesidades de financiamiento individuales no justifican los costos fijos de administración y operación del fideicomiso. Más bien acceden por intermedio de las Sociedades de Garantía Recíproca, que operan como agentes concentradores de sus necesidades de financiamiento, como se ha visto en el caso de Frutucumán en el punto 4.2.

El **crédito prendario**, diseñado para financiar inventarios, gozó de una gran aceptación en Argentina en la década de los 90 pero el efecto desplazamiento<sup>25</sup> y el aumento del costo del endeudamiento hicieron retroceder el volumen operado en 2001. En 2002 se volvió a hacer uso del crédito prendario dada la inexistencia de otras formas de financiamiento y en 2003 su uso cayó un 33 por ciento debido a la gran liquidez de la cadena agroindustrial de cereales, a pesar de lo cuál se piensa que esta herramienta tendrá un uso creciente en los próximos años. El 65 por ciento de los certificados prendarios emitidos en dólares en el 2003 (dos tercios del total de títulos fue emitido en dólares) correspondieron al sector agroalimentario, en especial a las

---

23 El descuento de facturas es un contrato celebrado entre una empresa (cedente o factoreo) y el factor (banco, entidad financiera o bien una sociedad específica), por el cual la primera transfiere al segundo a cambio de una remuneración, créditos a cobrar originados por su actividad comercial, con la finalidad de obtener liquidez anticipada para su capital de trabajo.

24 En el fideicomiso el patrimonio fideicometido se conforma mediante el aporte de los inversores (eslabones de la cadena, inversores particulares o institucionales), recayendo su administración en una sociedad de gestión con objeto específico. Como el fideicomiso constituye un patrimonio separado y los títulos de deuda están respaldados con activos, se logra reducir significativamente el costo de los fondos.

25 El aumento del endeudamiento público limitó el crédito al sector privado.

cadenas de soja (14 por ciento), trigo (8 por ciento), arroz (7 por ciento) y girasol (5 por ciento). A raíz de la crisis, los productores y no solo los industriales y comerciantes comenzaron a hacer uso del crédito prendario.

A pesar de estas notables excepciones, el uso del crédito prendario en la región es reducido si bien existen depósitos autorizados en diversos países que emiten estos títulos. Esto se debe a que los actuales sistemas de almacenaje están plagados de gradaciones dispares, normas de almacenamiento ineficientes, elevados costos de capitalización y documentación susceptible de alteración o falsificación sin severas penalidades (BID, 1999). En Ecuador, por ejemplo, los certificados de depósito fueron introducidos en el 1993 pero desaparecieron cuatro años más tarde al perder credibilidad por la realización de operaciones de compra y descuento de certificados sin el respaldo de inventarios. Algunas agencias almaceneras no honraron su responsabilidad y la Superintendencia de Bancos no realizó los controles necesarios (Chiriboga, 2004). En Perú, los entrevistados de las cadenas de arroz y maíz alegan que no realizan operaciones de este tipo ante la inexistencia de facilidades logísticas y de normas vigentes de estandarización en términos de calidad y humedad.

El **arrendamiento financiero**<sup>26</sup> es un financiamiento a medio y corto plazo más accesible a las pequeñas y medianas empresas que el crédito bancario convencional, porque evita inmovilizar importantes sumas de dinero al usar un bien sin adquirirlo; sortea la obsolescencia, al poder reintegrar el bien si este se convierte en obsoleto; financia el total del bien, lo que no es posible en el caso de un crédito bancario; otorga posibilidad de plazos mayores; permite tener mayor capacidad crediticia, ya que al no existir deuda, el índice de liquidez corriente y el de endeudamiento mejora; y presenta ventajas impositivas. La operatoria de arrendamiento financiero en Argentina logró un volumen récord en 1999 con 500 millones de dólares EE.UU., pero desapareció durante la crisis. A partir de fines de 2003, la mayor parte de los bancos comerciales y los productores de bienes de capital comenzaron a incentivar su uso.

La difusión plena de estos instrumentos enfrenta aún numerosas barreras, como un entorno legal poco evolucionado o falta de normas técnicas y otros instrumentos necesarios.

En los últimos años se están desarrollando **nuevas formas de intervención basadas en los resultados logrados por el prestatario en la cadena y no en su riesgo crediticio**. Se trata de iniciativas de estructuración de operaciones en torno a los pagos de los compradores. La UNCTAD, en un informe sobre mecanismos de financiamiento innovadores en la agricultura, señala varias alternativas de operaciones estructuradas: i) las prácticas de répréstamo o financiamiento en cascada; ii) los préstamos reembolsados gracias a las ventas regulares a canales formales como los supermercados; y iii) los sistemas integrados de financiamiento agrícola más complejos, que incluyen la reorganización de la cadena mediante alianzas estratégicas entre agentes de la cadena e instituciones financieras, donde el financiamiento forma parte de un

---

26 El arrendamiento financiero o *leasing* es una alternativa de financiamiento de activos fijos, que permite que las empresas dispongan de ellos en alquiler. El contrato de arrendamiento financiero configura una típica operación de financiamiento de mediano o largo plazo (son normales plazos de 3 a 5 años en los bienes muebles y de 10 a 12 en los inmuebles) que se realiza entre una empresa prestadora (fabricante o comercializador de bienes de capital o una entidad financiera) y una empresa o particular. Durante el lapso del contrato, el tomador debe abonar al dador una suma de dinero estipulada en concepto de cuota de arrendamiento financiero y puede o no existir una opción de compra del bien por parte del tomador.

paquete completo de bienes y servicios. A lo largo del documento, se han dado algunos ejemplos de estas intervenciones, pero existen muchos casos más.

En Perú, por ejemplo, numerosas instituciones están adoptando estas estrategias:

- La Corporación Financiera de Desarrollo SA (COFIDE), banco de desarrollo de segundo piso, ha desarrollado Productos Financieros Estandarizados (PFE), que basan la evaluación del crédito en la rentabilidad del agente en la cadena productiva y no en su historial crediticio y consideran como garantía principal para el repago del crédito la existencia de un contrato de compraventa de bien futuro.
- Agrobanco, banco agropecuario estatal de Perú, tiene un producto de financiamiento de cadenas productivas mediante el que financia créditos de campaña en co-participación con el comprador y /o productor y/o proveedor de insumos, a un plazo máximo de 360 días.
- Diversas instituciones financieras como Caja Nor, Caja San Martín, entre otras, están implementando estrategias de financiamiento sindicado de cadenas. A continuación se ilustra la estrategia de financiamiento de cadenas agrícolas de una de estas instituciones financieras.

#### **Cadena agrícola sindicada, Caja Nor Perú**

Caja Nor se ha asociado con el sector comercial privado para financiar la introducción de nuevos cultivos de alta rentabilidad, como alcachofa, espárragos y pprika en el norte de Perú. La Caja articula y estructura cadenas productivas en las que los participantes comparten el riesgo del financiamiento de la campaña agrícola. En la actualidad se han formado dos cadenas, de pprika y alcachofas, con la participación de compradores y proveedores de insumos y productores de arroz que desean diversificar sus cultivos. Los participantes comparten la información de mercado, el conocimiento financiero y técnico (asistencia técnica conjunta o aprobada por todas las partes) y realizan una evaluación conjunta de los riesgos de precio, climáticos, crediticios y reputacional y de la rentabilidad en cada fase de la cadena.

Caja Nor ofrece a la cadena:

- la sindicación de los capitales privados movilizados, incluido el propio aporte de la Caja y la gestión de los créditos a los pequenos productores;
- información sobre la calificación de riesgo de los potenciales integrantes de la cadena, muchos de los cuáles son clientes suyos (productores, compradores y proveedores de insumos y servicios); y
- la posibilidad de acceder a seguros de crédito u otros mecanismos de minimización de riesgos. Caja Nor ha gestionado para la cadena de pimiento pprika una cobertura de hasta 30 por ciento del monto de la línea por parte del Proyecto de Desarrollo Integral La Libertad – Cajamarca (PRODELICA), un proyecto bilateral de cooperación técnica y financiera entre la Unión Europea y el Perú.

Hasta la fecha la Caja ha realizado una función de promotor de los acuerdos de participación entre los potenciales integrantes de la cadena y ha diseñado la estructura de la cadena (sindicación de los créditos: contratos, interés, garantías requeridas y penalidades; y diseño de plan de capacitación e implementación y sistema de monitoreo e indicadores de desempeño)

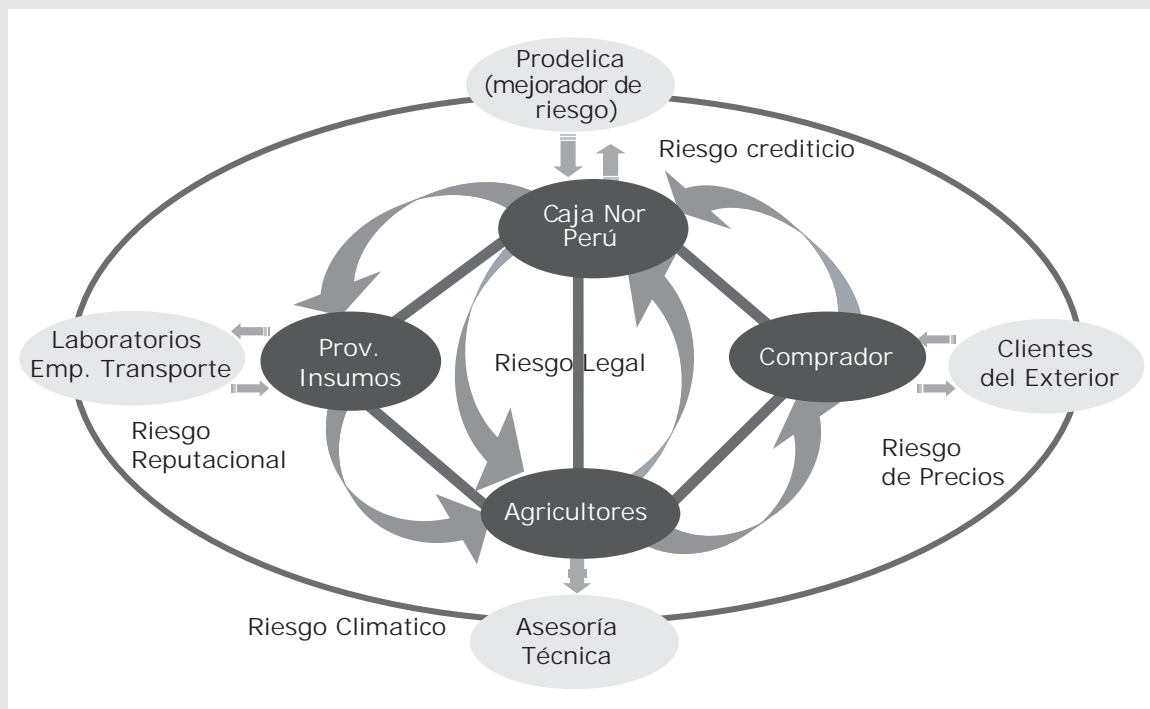
Los compradores de los productos agrícolas brindan:

- su conocimiento del mercado;
- contratos de compraventa, en algunos casos con precio mínimo garantizado;
- asistencia técnica para asegurar la calidad del producto;

- cofinancian parte de los gastos de campaña (p.e., semilla en el caso de alcachofas) o avalan el crédito de la institución financiera a los productores; y
- reembolsan las deudas a los distintos agentes en forma proporcional a su participación en el financiamiento de la cadena, una vez que recibe el producto.

Los agricultores reciben créditos individuales para capital de trabajo respaldados por hipotecas individuales sobre los predios agrícolas y se comprometen a cultivar el producto bajo la dirección del equipo de asistencia técnica aprobado por la cadena y a vender su producto a los compradores vinculados.

Los proveedores de insumos entregan insumos a crédito de calidad garantizada al productor. Estas relaciones se ilustran en el siguiente esquema:



Fuente: Comunicación personal, 2004.



## 6 Conclusiones y recomendaciones

### CONCLUSIONES

#### Fuentes de financiamiento

Los elaboradores y comerciantes de productos agrícolas financian sus actividades con fondos propios, que complementan con créditos bancarios y créditos eslabonados de otros agentes de la cadena. Adicionalmente, cuando necesitan un financiamiento de punta para hacer frente a contingencias o aprovechar oportunidades comerciales, recurren a familiares, amigos y prestamistas informales o negocian un mayor crédito comercial de la cadena. La composición de este financiamiento mixto está en función del tamaño y antigüedad de la empresa y varía según los países y las agrocadenas.

- En la **cadena de cereales**, los molinos tienen mejor acceso comparativo a financiamiento formal, seguidos por los comerciantes mayoristas, acopiadores de materia prima y comerciantes minoristas tradicionales, en este orden. Aquellos que obtienen financiamiento formal prestan a otros agentes de la cadena como medio para asegurarse la compra de producto. En países con cadenas de cereales tradicionales como Ecuador y Perú, el financiamiento formal puede significar el 10-30 por ciento de los activos corrientes de los molinos de arroz, mientras que en Costa Rica supera el 50 por ciento. En Argentina y Brasil, la coyuntura de liquidez del sector ha reducido la demanda de financiamiento institucional.

Los mayoristas de cereales necesitan menos capital de trabajo que los molinos debido a la alta rotación de su actividad, y por otra parte, tienen menos activos fijos para otorgar en garantía. En consecuencia, los montos y los plazos de los créditos son menores y tienen menor acceso a financiamiento bancario que los molinos: grosso modo, 1 de cada 3 mayoristas de granos tiene acceso a crédito formal, es decir, los mayoristas de mayor tamaño relativo.

Los acopiadores de materia prima financian su capital de trabajo con fondos provenientes de fuentes mixtas: como regla general el capital de trabajo se compone al 60 por ciento de fondos propios, 20 a 30 por ciento de fondos bancarios y 10 a 20 por ciento de anticipos de compradores. Los comerciantes detallistas tradicionales también trabajan con recursos propios y créditos comerciales de sus proveedores. Tanto acopiadores como comerciantes al detalle se relacionan más con instituciones de microfinanzas que con la banca comercial.

En Ecuador y en menor grado en Perú, los prestamistas informales financian un porcentaje importante de la comercialización de productos agrícolas, a pesar de que imponen tasas de interés en torno al 5 por ciento mensual, frente al 1 y 3 por ciento mensual de el financiamiento formal, porque tienen condiciones muy flexibles, una tramitación sencilla y desembolso inmediato.

- En la **cadena de frutas y hortalizas en fresco** de países con sistemas tradicionales como Perú y Ecuador, los mayoristas solicitan frecuentemente financiamiento de punta a fuentes

informales: 1 de cada 2 comerciantes, mientras que el acceso a fuentes formales es mucho más reducido, se podría hablar de 1 de cada 6 comerciantes. Sin embargo, como los montos del financiamiento bancario son mucho más elevados, el financiamiento institucional supone en volumen un alto porcentaje del total de financiamiento externo. En cambio, los detallistas tradicionales de productos hortofrutícolas dependen principalmente del crédito que les otorgan sus proveedores mayoristas.

Por el contrario, en países con cadenas más estructuradas el acceso a financiamiento formal es mayor, en parte porque existe más orientación a segmentos de mayor valor agregado.

Los productores de frutas y hortalizas cumplen un rol esencial en el financiamiento de la cadena al esperar el pago de sus productos por un breve período de tiempo.

## **Financiamiento intracadena**

Los vínculos financieros en el sistema de distribución y comercialización agrícola y entre éste y los agricultores cumplen la función de lubricar las relaciones comerciales y redistribuir financiamiento entre los integrantes de la cadena de modo que la cadena en su totalidad optimice su rendimiento.

El financiamiento intracadena se desarrolla por dos motivos distintos:

- Para resolver problemas originados por la falta de acceso a capital de trabajo de los agentes más pequeños, esto es agricultores y pequeños comerciantes.
- Porque un agente tiene poder de negociación suficiente como para poder absorber capital de trabajo de otros actores, como sucede con la moderna distribución minorista.

### **• Vínculos financieros dentro del sistema comercial**

- En las agrocadenas se establecen muchos vínculos financieros en el sistema comercial. En los sistemas de comercialización de frutas y hortalizas los comerciantes mayoristas son la principal fuente de crédito de acopiadores y mayoristas. En la cadena de arroz los vínculos se desarrollan en torno a procesadores y mayoristas. Éstos otorgan avances a los acopiadores y dan créditos a otros comerciantes. Entre el 20 a 40 por ciento de las ventas de arroz y entre el 20 y 75 por ciento de las ventas de productos hortofrutícolas de mayoristas a comerciantes minoristas tradicionales son a crédito, pero existe una gran flexibilidad en función de las condiciones de oferta y demanda.
- Los créditos comerciales suelen ser sin interés explícito - aunque hay excepciones como el interés explícito aplicado en Brasil (3 por ciento mensual por espacio de 30 a 60 días) o el interés de mora en Ecuador (2 por ciento mensual) – porque su objetivo principal es asegurar el cumplimiento de los contratos y mantener las relaciones de largo plazo. En ocasiones hay un interés implícito, incluido en el precio de compra, que depende del producto y de las circunstancias de oferta y demanda, pero que en general es consistente con los costos de transacción y financiamiento en los que incurre el comprador. Tampoco se exigen usualmente garantías para su suscripción, si bien en algunos casos se solicitan cheques, letras o pagarés, pero no se inscriben formalmente.
- Los supermercados han alterado las relaciones financieras en la cadena al trasladar la carga financiera a sus proveedores, de los que obtienen financiamiento de capital de trabajo entre 30 y 90 días. Abastecer a los supermercados supone además hacer fren-

te a comisiones y gastos por diversos conceptos que pueden suponer un 10 por ciento de sobrecosto y a nuevas exigencias de capital de trabajo e inversiones para mejorar la calidad e inocuidad del producto, introducir código de barras y otros cambios en el etiquetado, etc.

- El financiamiento del sistema comercial se extiende hasta los consumidores, influyendo en las necesidades de financiamiento del comercio detallista.

- **Vínculos financieros con los productores**

- El financiamiento de agricultores por parte de comerciantes y procesadores es **habitual** en los países estudiados. Oscila desde un financiamiento primitivo a sistemas sofisticados que incluyen software de monitoreo, tenencia de contabilidad de los productores, asistencia técnica e investigación, entre otros. El grado de complejidad aumenta a medida que se incrementa el número de usuarios financiados, los plazos del crédito y el número de financiadores. En algunas cadenas, el 30 -40 por ciento de las agroindustrias financian a sus proveedores de materia prima.
- Los vínculos en la cadena siguen un esquema de **financiamiento en cascada**, según el cual los molinos o los comerciantes prestan los fondos obtenidos de fuentes formales. El acceso restringido a crédito de las firmas comerciales y agroindustriales impide la expansión de la habilitación.
- **La relación entre el agricultor y el comerciante o procesador que lo financia suele ser una relación win-win.** Se basa en relaciones comerciales repetidas que se extienden por un periodo de tiempo hasta que se concede el primer financiamiento y se perpetúa porque es beneficiosa para ambas partes. Las condiciones de los créditos atados evaluados parecen ser acordes al nivel de riesgo y a los costos de transacción en que se incurren. De todas formas siempre se pueden mejorar los términos del financiamiento introduciendo técnicas que disminuyan estos parámetros.
- Suelen aplicarse **tasas de interés implícitas** sobre todo cuando la habilitación es en insumos. Los recargos reportados pueden parecer excesivos a primera vista, pero resultan lógicos cuando se suman al costo de fondeo del prestamista (de por sí ya elevado), los costos de transacción y un margen para cubrirse del riesgo no cubierto generalmente por garantías de ningún tipo. En Perú un estudio ha demostrado que no existe abuso de poder de compra en las transacciones de habilitación de productores por parte de los molinos.
- Los habilitadores prestan **servicios complementarios a la actividad principal**, que de una forma u otra aseguran tanto la compraventa como la recuperación del crédito. Por ejemplo, los molinos de arroz brindan una gama de servicios al productor habilitado, que incluye el servicio de almacenaje de arroz en cáscara en Ecuador y la asistencia técnica en Perú y Argentina. La asistencia técnica puede estar ligada a la promoción de nuevas áreas y/o nuevas técnicas de producción.
- Cada vez es más frecuente que varios actores realicen una **habilitación conjunta con la asistencia de una entidad de tipología variada**: ONG, organismos internacionales, agencias estatales, firmas consultoras, instituciones financieras, etc. Las modalidades de intervención son variadas, desde la provisión de servicios de gestión a agricultores organizados para obtener financiamiento hasta la estructuración del financiamiento de los compradores y otros actores como parte de un paquete completo de bienes y servicios. Esto se debe en parte a la reducción de la extensión agrícola estatal respecto a décadas anteriores.

- **Las necesidades de financiamiento de los actores en la cadena han cambiado radicalmente** en los últimos años como consecuencia de las **crisis sufridas y de la desvinculación del estado del financiamiento y la extensión agrícola**. La situación patrimonial de los actores o las relaciones de gobernancia entre ellos pueden alterarse, modificándose así los patrones de comercialización y financiamiento. Por ejemplo, los cambios en el entorno de las cadenas han fortalecido los vínculos financieros entre los integrantes de las cadenas en Ecuador y Perú, mientras que en Argentina y Brasil se han debilitado.
- La globalización y la liberalización han puesto presión en la demanda de capital de inversión de elaboradores y comercializadores de productos agrícolas. **Las inversiones en instalaciones o equipos exigidos por las cadenas mejoradas, pueden copar la capacidad de endeudamiento e inhibir el financiamiento a corto plazo usado para habilitar.**
- En Argentina y Brasil las **cooperativas** tienen un papel destacado en el financiamiento del acopio y de los socios productores, en el resto de países estudiados la habilitación es descentralizada con acuerdos directos entre habilitador y productor.
- Algunos **proveedores de insumos agrícolas** que habilitan productores reciben el producto en especie y han entrado en el negocio de comercialización agrícola. Se han expuesto los casos de las cadenas de cereales de Ecuador y Argentina, con el plan de canje de insumos por producción.
- La habilitación no es la única modalidad de relación financiera entre comerciantes y productores. El **comprador puede mejorar el perfil de su proveedor de materia prima** de varias formas: avalar el crédito del productor o ayudar a gestionarlo mediante una simple recomendación ante las instituciones financieras con las que trabajan o mediante la oferta de garantía de compra de los productos o el descuento del crédito en el momento del pago al agricultor.
- **Los agricultores financian también a sus compradores** mediante la aceptación de pagos diferidos. Es una situación que se verifica en todos los países en función de la oferta y la demanda. Aunque el retraso del pago suele ser por períodos muy breves, en tiempos de crisis los plazos se estiran al máximo. Durante la crisis argentina, los plazos de pago de productos hortofrutícolas se extendieron a varios meses, lo que ameritó la promulgación de una norma que sentaba un plazo máximo de 30 días.

## **Financiamiento institucional**

- **Financiamiento de capital de trabajo**

El estudio ha revelado que los comerciantes de productos agrícolas hacen uso de tres tipos de productos financieros para la cobertura de necesidades de capital de trabajo:

- Los productos tradicionales de crédito personal y corporativo de la banca comercial, para cuya obtención se precisa contar con garantías reales.
- El microcrédito, que goza de gran aceptación entre los comerciantes de productos agrícolas, y en especial de vendedores de frutas y hortalizas. La tecnología del microcrédito, basada en la capacidad de generar utilidades y la prestación de garantías personales individuales o de grupos, se adapta mejor a las características de los pequeños comerciantes.
- Nuevos instrumentos financieros que ganan terreno como el descuento de facturas y el fideicomiso. El uso de estos instrumentos es aún reducido porque implican la

pertenencia al sector formal y en un inicio se orientaban exclusivamente al financiamiento de grandes empresas. Actualmente se están adaptando al financiamiento de pequeños y medianos agronegocios, como sucede con el fideicomiso garantizado por Sociedades de Garantía Recíproca en Argentina.

- **Financiamiento de inventarios**

En Argentina, Brasil y otros países de América Latina el crédito prendario agrícola es muy usado por comerciantes, procesadores y productores de cereales, y sobre él se ha desarrollado el comercio de futuros. En otros países de la región, el crédito prendario no ha logrado gran difusión debido a experiencias fallidas en el pasado por debilidades en el marco legal (normas inadecuadas sobre comercio y almacenamiento de productos agrícolas, inexistencia de estándares de los productos agrícolas, regulaciones bancarias inapropiadas) o por la falta de confiabilidad de los almacenes de depósito autorizados. Muchos comerciantes utilizan productos de crédito bancario tradicional para financiar existencias de productos agrícolas, lo que les da un margen de maniobra limitado.

- **Financiamiento de inversiones**

Las instituciones financieras son reacias a prestar fondos a largo plazo (más de cinco años) porque es una actividad riesgosa que requiere habilidades específicas para manejar el riesgo a costos razonables (Hollinger, 2004). De hecho, las instituciones financieras tienden a limitar los créditos plurianuales a un máximo de tres años y exigen garantías reales que los comerciantes no están generalmente en disposición de ofrecer. Existen otras formas de financiamiento a mediano plazo (de uno a cinco años) como el arrendamiento financiero, aunque su difusión es aún limitada en el sector agrícola ampliado en comparación con otros sectores, y triangulaciones con casas automotrices que financian una parte de las unidades de transporte.

**Figura 17. Dimensiones del financiamiento institucional.**



Fuente: Elaboración propia.

## **RECOMENDACIONES**

El estudio muestra que existe una demanda insatisfecha de financiamiento formal de magnitud desconocida, por parte de los agentes que participan en la comercialización agrícola en América Latina. El insuficiente acceso a productos financieros adecuados para la cobertura de

necesidades de capital, colocación de excedentes a corto plazo y medios de pago, resta competitividad a los agronegocios. La problemática no es homogénea en los países latinoamericanos, entre otras cosas porque la producción y comercialización agrícolas han evolucionado de modo diverso y la situación de los sistemas financieros y de los mercados de capitales es desigual.

Esta demanda insatisfecha de capital de trabajo se ha visto en parte paliada gracias al financiamiento cruzado entre diferentes actores de las cadenas productivas, la cual permite a los comerciantes de productos agrícolas subsistir pero no siempre crecer o mejorar. La demanda de financiamiento a largo plazo sigue desatendida.

El estudio apunta hacia posibles alternativas para mejorar las condiciones de acceso a financiamiento de los comerciantes de productos agrícolas:

1. Apoyar las iniciativas de financiamiento intracadena, generando las condiciones y facilitando los servicios de apoyo que estimulen su desarrollo.
2. Fomentar la difusión de las buenas prácticas individuadas a lo largo del estudio que permitan a las instituciones financieras atender más eficientemente a los comerciantes de productos agrícolas: crear créditos adaptados a las necesidades del comprador de productos agrícolas;
  - desarrollar otros servicios financieros necesarios para desarrollar fluidamente la actividad comercial como facilidades de depósito, transferencias, entre otros;
  - modificar las estrategias de mercadeo de productos financieros para atender mejor este colectivo;
  - desarrollar y difundir instrumentos financieros innovadores;
  - diseñar esquemas financieros basados en la cadena de valor. Dichos esquemas se basan en un cambio de percepción de los compradores de productos agrícolas por parte de gobiernos, sector financiero e instituciones de desarrollo: socio estratégico en lugar de explotador.
3. Adoptar un enfoque integral que incluya medidas que aumenten la profundidad de los mercados financieros rurales (González Vega, 2003), ya que la dificultad de acceso a financiamiento de los comerciantes agrícolas se afonda en la falta de profundidad de estos mercados: Inducir la demanda de servicios financieros. No se trata de crear programas estatales de promoción de cultivos o de proyectos agroindustriales, sino de apoyar el desarrollo de las agrocadenas ya existentes.
  - Expandir la oferta de servicios financieros. Se requiere impulsar a los intermediarios financieros formales, sobre todo la banca privada, para que incursionen con más fuerza en actividades agrícolas (productivas y comerciales), y no solo con crédito, sino con una multiplicidad de servicios financieros.
  - Mejorar el entorno institucional, por ejemplo revisando la normativa de supervisión financiera en lo relativo al crédito a pequeños y medianos agronegocios, para asegurarse que no existe un sesgo en contra de ese sector.
  - Promover las innovaciones financieras. Es deseable identificar y difundir tecnologías que permitan respuestas eficaces y a bajo costo a las barreras de información, incentivos y cumplimiento de contratos.
  - Manejar el riesgo aplicando alternativas innovadoras, como los seguros de índice, los futuros de bienes básicos y los mercados de opciones, esquemas utilizados desde hace décadas en otros países.

4. Dado que el nivel de informalidad en la comercialización agrícola limita considerablemente el acceso a financiamiento formal, la adopción de medidas para reducir los costos de legalización de las pequeñas empresas redundarían positivamente en el financiamiento de agronegocios.
  - El presente estudio señala la necesidad de profundizar en el futuro la investigación en ciertas áreas:
  - Documentar casos exitosos de apoyo a iniciativas de financiamiento intracadena y de alianzas estratégicas entre agrocadenas e instituciones financieras: análisis de las mejores prácticas.
  - Estudiar los factores de éxito para la difusión de instrumentos financieros alternativos: identificación de estrategias de resolución de obstáculos normativos, técnicos y operativos.
  - Definir estrategias de apoyo a instituciones financieras para adaptar tecnologías crediticias y de mercadeo más adecuadas a las necesidades de la comercialización agrícola.
  - Analizar la equidad de los créditos eslabonados a la comercialización agrícola en las cadenas más representativas.
  - Determinar el impacto de la distribución minorista moderna sobre las necesidades de financiamiento de elaboradores y comerciantes de productos agrícolas.
  - Estudiar cómo evitar el efecto desplazamiento de los vínculos comerciales ante intervenciones de las instituciones financieras públicas y privadas.
  - Estudiar los productos y sistemas de las instituciones financieras que han servido exitosamente a los comerciantes agrícolas.



## Bibliografía

- Ágreda V. y Granda A.** 1999. Análisis social de los potenciales usuarios del PIIEA en el valle de Chíncha. Documento de Trabajo. Lima, Proyecto de Información, Investigación y Extensión Agraria – Ministerio de Agricultura.
- Alvarado J., Portocarrero F., Trivelli C., Gonzales E., Galarza F. y Venero H.** 2001. El financiamiento informal en el Perú: lecciones desde tres sectores. *Serie Análisis Económico* 20. CEPES – IEP – COFIDE.
- Caro J.C.** 2003. La Dimensión de las Microfinanzas Rurales en América Latina: Un Análisis Comparativo de Cuatro Países. *Boletín Intercambios* N° 32. RIMISP. <http://www.rimisp.org/boletines/bol32/INTERCAMBIOS32Noviembre.pdf>
- Chiriboga M. y Arellano J.F.** 2004. Diagnóstico de la comercialización agropecuaria en Ecuador: implicaciones para la pequeña economía campesina y propuesta para una agenda nacional de comercialización agropecuaria. VECO-CESA.
- Conning J.** 2000. Of pirates and moneylenders: product market competition and the depth of lending relationships in a rural market in Chile. Department of Economics, Williams College. <http://www.williams.edu/Economics/wp/pirate.pdf>
- Dirección General de Promoción Agraria del Ministerio de Agricultura del Perú.** 2002. Propuesta de lineamientos para la conformación de alianzas productivas de maíz amarillo duro en el valle de Huaura – Lima.
- Dorward A. y Kydd J.** 2005. Making Agricultural Market Systems Work For The Poor: Promoting Effective, Efficient And Accessible Coordination And Exchange. Imperial College London.
- Escobal J.** 2000b. Competitividad y eficiencia en la comercialización mayorista de alimentos en el Perú. GRADE.
- Fafchamps M.** 2004. Market Institutions in Sub-Saharan Africa. Theory and Evidence. MIT Press.
- Farina E., Nunes R. y Monteiro G.F.** 2004. Supermarkets and their Impacts on the Agrifood System of Brazil: the competition among retailers. São Paulo University. <http://www.ifama.org/conferences/2004Conference/Papers/Farina1059.pdf>
- Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola.** 2003. Agricultural Marketing Companies as Sources of Smallholder Credit in Eastern and Southern Africa. Experiences, Insights and Potential Donor Role. Eastern and Southern Africa Division, International Fund for Agricultural Development (IFAD) <http://www.ifad.org/ruralfinance/policy/pf.pdf>
- Fries R. y Akin B.** 2004. Value Chains and Their Significance for Addressing the Rural Finance Challenge. Microreport No. 20. AMAP/USAID.
- González-Vega C.** 2003. Deepening rural financial markets: macroeconomic, policy and political dimensions. *Paving the Way for Rural Finance, Washington, D.C.: WOCCU.*
- González-Vega C.** 1998. Servicios Financieros Rurales: Experiencias Del Pasado, Enfoques Del Presente.

- Heyden D., Camacho P., Marlin C. y Salazar M.** 2004. Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas. Ruralter para CICDA, SNV e Intercooperation. [www.ruralter.org/buscar/bdd\\_txt/art\\_114.pdf](http://www.ruralter.org/buscar/bdd_txt/art_114.pdf)
- Hollinger F.** 2004. Financing agricultural term investments. *Agricultural Finance Revisited No.7*. FAO.
- Huarachi J.** 2004 Diagnóstico de la cadena productiva del maíz amarillo duro en la Región Lambayeque. Documento de trabajo No. 21. Chiclayo. Centro de Competitividad – Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Lourenzani A.E. y Silva A.L.** 2003. Análise da Eficiência da Distribuição de Hortaliças no Estado de São Paulo. Ribeirão Preto, IV Congresso Internacional de Economia e Gestão de Negócios (Networks) Alimentares. Proceedings.
- Mainville D., Branco E. y Vidar T.** 2003. Cooperativa Agropecuária de Ibiúna-São Paulo (CAISP): Estudio de caso de una acción colectiva exitosa para incrementar el bienestar de los pequeños agricultores Michigan State University y CAISP.
- Nava O.** 2003. “Políticas de financiamiento de la producción agropecuaria en la Argentina”. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA-Argentina.
- Pearce D. y Goodland A.** 2004. Production Credit from Input Suppliers, Processors, and Buyers. *Agricultural Investment Note N. 7*. World Bank Group
- Pearce D.** 2004 Buyer and Supplier Credit to farmers: Do Donors have a Role to Play? CGAP. *Paving the Way for Rural Finance, Washington, D.C.: WOCCU*
- Pearce D., Davis J., Onumah G. y Butterworth R.** 2004. Making rural finance count for the poor. Agriculture and Natural Resources Team of the UK Department for International Development (DFID) in collaboration with the Natural Resources Institute, UK
- Reardon T. y Berdegue J.** 2003. La rápida expansión de los supermercados en América Latina: Desafíos y oportunidades para el desarrollo. *Development Policy Review vol 20 (number 4): 371-388*.
- Reardon T., Berdegue J., Balsevich F. y Flores L.** 2004. Supermarkets and Agrifood Systems in Latin America: An Overview. [http://www.regoverningmarkets.org/regions/latin\\_america/regional\\_summary.html](http://www.regoverningmarkets.org/regions/latin_america/regional_summary.html)
- Rodriguez A. y Stein, E.** 2004. Access to Financing for Small and Medium Enterprises. *Chapter 14 of the Economic and Social Progress in Latin America - 2005 Report*, Banco Interamericano de Desarrollo.
- Salcedo R. y Stiglich E.** 2002. Abuso de poder de compra y determinación de los precios en el mercado de arroz cáscara (El caso de los valles del Bajo Piura y Chancay-Lambayeque) *Revista Debate Agrario No. 37. Lima, CEPES*
- Shepherd A.W. y Coulter J.** 2000. El crédito prendario. Una metodología para desarrollar los mercados agrícolas. *Boletín de Servicios Agrícolas de la FAO No. 120*.
- Shepherd A.W. y Eaton C.** 2001. Agricultura por contrato. Alianzas para el crecimiento. *Boletín de Servicios Agrícolas de la FAO No. 145*.
- Shepherd A.W.** 2004. Financing agricultural marketing. The Asian experience. *AGSF Occasional Paper 2. FAO*.
- Sotomayor N. y Nelson C.** 2002. Credit-trade linked relationships: the case of coastal Peru. Superintendencia de Banca y Seguros de Perú y University of Illinois.
- Trivelli C., Morales R., Galarza F. y Aguila G.** 2004. La oferta financiera en el ámbito rural. Elementos para una agenda de trabajo. IEP.
- UNCTAD.** 2004. Financiación del comercio y el desarrollo en el sector de los productos básicos: mecanismos de financiación innovadores en la agricultura. Comisión del Comercio de

- Bienes y Servicios y de los Productos Básicos. *Reunión de Expertos en financiación del comercio y el desarrollo en el sector de los productos básicos: mecanismos de financiación innovadores (Ginebra, 16 y 17 de noviembre de 2004)*
- Verona J.** 2002. La evasión del IGV en la comercialización del arroz. *Revista Tributemos, Año X, No. 108. Lima, SUNAT.*
- Vidal A. J.** 2003. Análise da Relação Comercial entre o Horticultor e o Supermercado. Ribeirão Preto, *Proceedings IV Congresso Internacional de Economia e Gestão de Negócios (Networks) Alimentares.*
- Viteri M. y Ghezán G.** 2000. Impacto de la gran distribución minorista en la comercialización de frutas y hortalizas. INTA
- Wenner M.D. y Proenza F.J.** 2000. Financiamiento rural en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades. Documento de trabajo del Banco Interamericano de Desarrollo.
- Zamora M.** 2004. La rápida expansión de los supermercados en Ecuador y sus efectos sobre las cadenas de lácteos y de papa. *Regoverning Markets.*
- Zeller M. y Sharma M.** 1998. Informe sobre política alimentaria. Financiamiento y alivio de la pobreza en las zonas rurales. Instituto Internacional de Investigaciones sobre Políticas Alimentarias (IIIPA)



# Anexo 1

## Descripción de las cadenas de arroz

### ARGENTINA

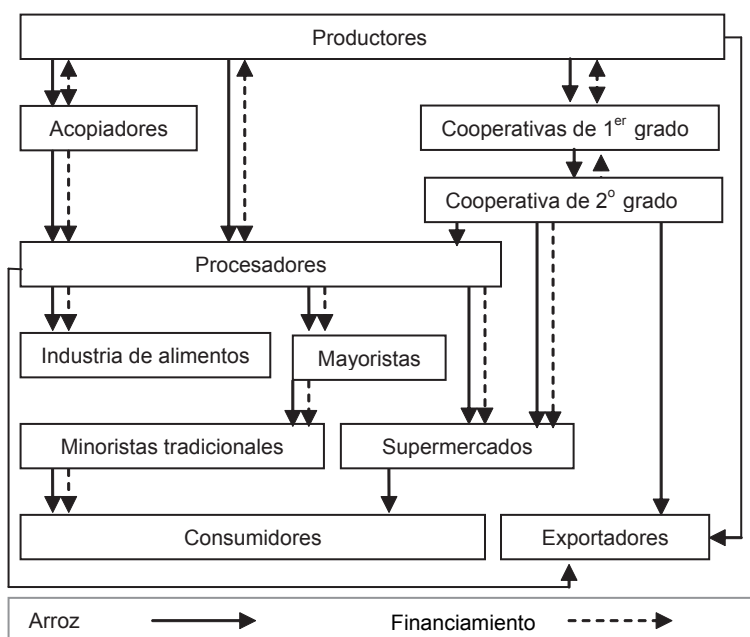
El sector arrocero argentino disfruta de grandes escalas de operación agrícola. 800 productores cultivan alrededor de 172 000 hectáreas, produciendo más de un millón de toneladas de arroz cáscara (Faostat, 2004). En Entre Ríos, la zona arrocera con unidades productivas más pequeñas, tan solo el 58 por ciento de las fincas arroceras tiene menos de 100 hectáreas.

Los grandes productores se vinculan directamente con la industria, mientras que los pequeños lo hacen a través de cooperativas y acopiadores. Las cooperativas del sector, agrupadas bajo la Federación de Cooperativas Arroceras, acopian el 20 por ciento del arroz cáscara nacional. Son el principal interlocutor de los pequeños productores, a quienes financian en efectivo y/o en insumos agrícolas.

El eslabón industrial está muy concentrado e integrado verticalmente. En 1997 la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de Argentina registró 75 plantas molineras, frente a 140 en operación a principios de los 80. Hay tres categorías de molinos: los molinos de las cooperativas (11 por ciento del total), los molinos integrados y los no integrados. Los molinos integrados predominan en la industria y representan un grupo heterogéneo en cuanto a tamaño y forma jurídica. Se integran verticalmente hacia atrás, y en ocasiones hacia delante en la cadena, y también en horizontal con otros grandes molinos y cooperativas según las condiciones de mercado (Néstor, 2001). Hay dos grandes molinos no integrados con una participación importante de mercado, que se articulan con productores independientes bajo un sistema similar a la agricultura por contrato.

La producción se destina a la exportación regional y al mercado interno. La distribución doméstica de arroz se reparte en volúmenes similares entre tres canales: minoristas tradicionales, autoservicios y supermercados, si bien las ventas de arroz en esta últimos están en fuerte crecimiento. Los supermercados han lanzado marcas propias de arroz, para lo que han contratado con procesadores.

## Flujos de comercialización y financiamiento de arroz en Argentina



## BRASIL

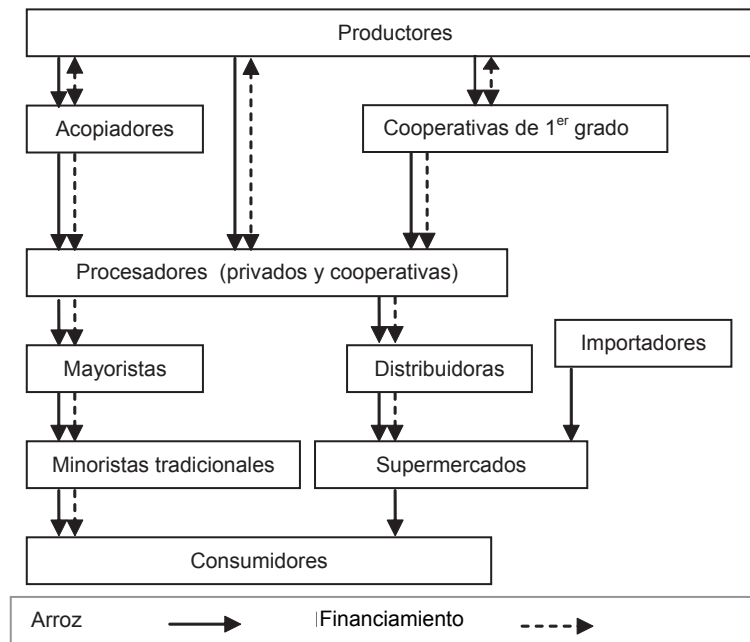
Brasil es el principal productor de arroz de América Latina (13 millones de toneladas de arroz cáscara en 2004). En el país coexisten grandes latifundios y numerosos pequeños agricultores. Estos últimos son responsables del 37 por ciento de la producción nacional de arroz. El tamaño de las fincas varía notablemente desde 200 hectáreas de promedio en la zona sub tropical a las 10 hectáreas de Santa Catarina, que junto a Rio Grande do Sul son los principales estados productores de arroz.

Las cooperativas son importantes en Brasil, sobre todo en Rio Grande do Sul donde hay más de 40 (la mayoría operan molinos) agrupando entre 10 000 y 12 000 productores. Cerca de un 50 por ciento del arroz es procesado por molinos privados, un 35 por ciento por cooperativas y el resto se usa como semilla o se procesa en otros estados. El sector de procesamiento de arroz brasileño tiene una alta concentración: las 50 firmas más grandes concentran el 71 por ciento de la molienda total. En Rio Grande do Sul hay más de 700 molinos en operación, de los cuales el 24 por ciento procesa más de 3 000 toneladas anuales. Los cinco molinos más grandes están integrados verticalmente desde la producción hasta la comercialización. Aunque no hay información disponible sobre la molinería en otras regiones del país, se sabe que los molinos tienden a ser más pequeños y menos avanzados tecnológicamente.

Los supermercados tienen una importante cuota en la comercialización minorista de arroz en Brasil, sobre todo en los grandes centros urbanos de São Paulo, Rio de Janeiro y Belo Horizonte. Algunos supermercados importan directamente arroz, sobre todo de Argentina y Uruguay, aunque lo más usual es que contraten con alguna distribuidora (hay un

reducido número de firmas que controlan la distribución nacional). Estos distribuidores compran a la industria nacional, importan directamente el arroz elaborado o importan arroz cáscara y contratan el servicio de molienda en molinos brasileños. Los pequeños supermercados y las tiendas detallistas tradicionales predominan en los pequeños núcleos urbanos y áreas rurales.

### Flujos de comercialización y financiamiento de arroz en Brasil



### COSTA RICA

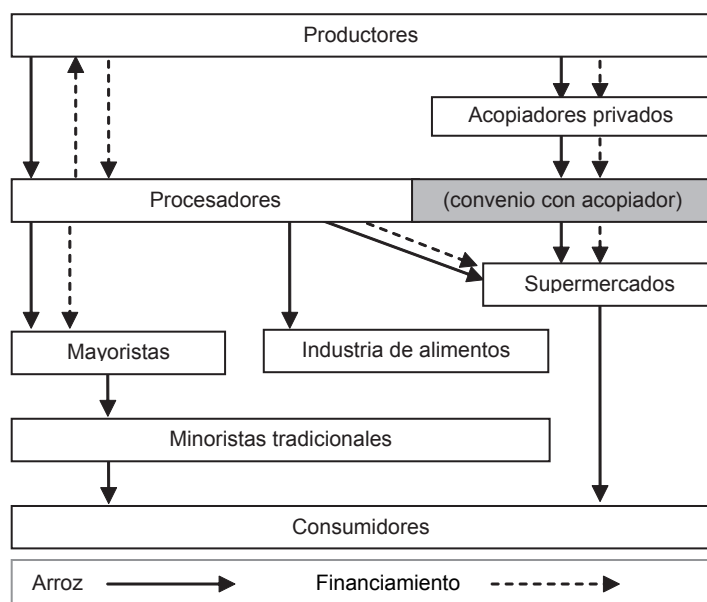
La producción y elaboración de arroz en Costa Rica son relativamente concentradas. Hay cerca de 800 agricultores y 25 plantas de proceso instaladas, aunque no todas en operación (datos de Conarroz, 2004). En el año 2004 se sembraron 53 000 hectáreas, alcanzando una producción de 222 142 toneladas de arroz cáscara (Faostat, 2004). Los principales productores son tres molinos y un productor independiente que cultivan en conjunto más de 9 000 hectáreas y grandes. El resto son pequeños y medianos agricultores que cultivan menos de 50 hectáreas.

El arroz es la única actividad agropecuaria regulada en Costa Rica. La Ley 8285 de Creación de la Corporación Arrocera Nacional (Conarroz) reglamenta las relaciones entre productores y agroindustriales (SEPSA, 2004). Conarroz establece los costos de producción para una finca modelo y fija los márgenes de ganancia para productores y procesadores, que al ser estrechos fuerzan la venta directa del productor al procesador. Conarroz regula también la importación de arroz, que está abierta únicamente para el industrial, previa autorización y bajo distintos esquemas arancelarios. La normativa establece cuotas de importación (bajo arancel preferencial y sin sujeción al control de precios) ligadas a la compra de producción nacional por parte del procesador.

Los molinos colocan sus marcas propias a través de mayoristas no especializados que son grandes empresas comercializadoras de alimentos y artículos para el hogar. Es común que el procesador y las empresas mayoristas lleguen a acuerdos de zonificación o segmentación, de modo que solo un mayorista distribuya el producto en cada zona.

Los minoristas por su parte, son de muy variada naturaleza y pueden ser «pulperías» (tiendas de barrio), «tramos» (puntos de venta en los mercados municipales), abastecedores, «mini-supers», supermercados y los vendedores de las ferias del agricultor. Algunos procesadores tienen convenios con los centros de acopio de cadenas de supermercados, canal con participación importante en el mercado de arroz. El actor dominante es la Corporación de Supermercados Unidos, vía su empresa acopiadora Hortifruti, que opera en Costa Rica, Nicaragua y Honduras. Hortifruti realiza acuerdos tripartitos con procesadores y productores de arroz, gracias a los cuales, entre otras cosas tiene acceso a arroz importado.

### Flujos de comercialización y financiamiento de arroz en Costa Rica



### ECUADOR

En Ecuador el arroz es cultivado por alrededor de 76 000 productores, 65 por ciento de los cuales siembra menos de 10 hectáreas (III Censo Nacional Agropecuario, INEC-MGA-SICA). En 2004 se cosecharon 350 000 hectáreas, con una producción de 1 300 000 toneladas de arroz cáscara (SICA/MAG)

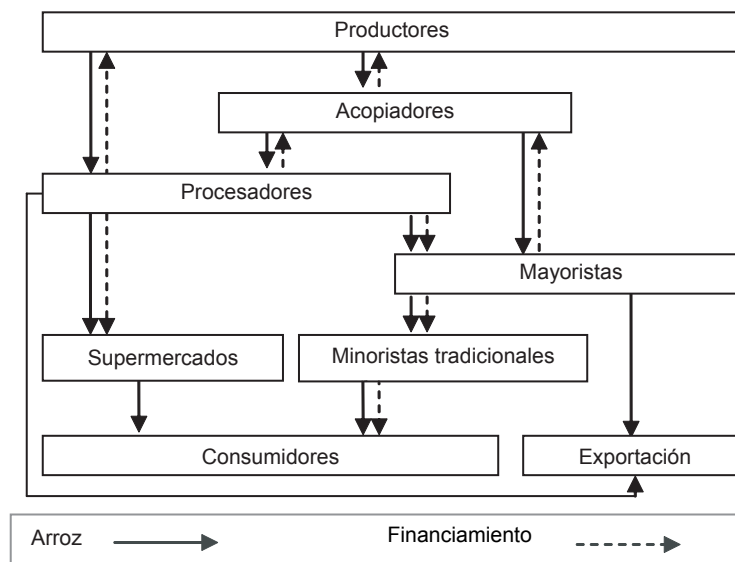
La estructura industrial también es muy fragmentada. El *Censo de Piladoras del SICA/MAG*, efectuado en 1999, registró la operación de 910 plantas procesadoras de arroz. El eslabón industrial es el eje central de la cadena ya que integra dos o más etapas, desde el acopio, almacenamiento, elaboración y comercialización. Es común además, que los procesadores financien a otros agentes de la cadena, ya sea con adelantos en efectivo o en especie (insumos agrícolas, servicios de maquinaria, etc.)

La gran fragmentación productiva e industrial origina una larga cadena de intermediación comercial. Según el *III Censo Nacional Agropecuario*, entre el 76 y el 86 por ciento de los agricultores con predios menores a cinco hectáreas entregan su producción a intermediarios, ya sean acopiadores, transportistas o agentes comisionistas del molino o del mayorista. El acopiador se encarga del transporte del arroz cáscara de la finca hasta la planta y en algunos casos incluso de la cosecha. Asimismo hay intermediarios que solicitan el servicio de pilado para vender arroz procesado a otros comerciantes.

Los comerciantes mayoristas adoptan distintas estrategias de aprovisionamiento. Algunos compran directamente al molino pero otros establecen convenios con productores y/o con acopiadores rurales que concentran la oferta. Es frecuente que los mayoristas realicen algún tipo de elaboración: algunos cuentan con pequeños molinos, otros reclasifican y empaacan el arroz para la venta al menudeo.

Los comerciantes mayoristas y los molinos comercializadores venden el arroz procesado a minoristas tradicionales (mercados municipales y pequeñas tiendas detallistas), supermercados y nichos especiales. Los supermercados son el canal más dinámico: han casi duplicado el número de tiendas en los últimos seis años y tienen una participación entre el 25 y 40 por ciento del total del sector detallista de alimentos (Zamora, 2004). A pesar de esto, aún predomina la venta detallista a granel. Existe asimismo un importante comercio transfronterizo informal con Perú y operaciones formales de exportación a Colombia.

## Flujos de comercialización y financiamiento de arroz en Ecuador



## PERÚ

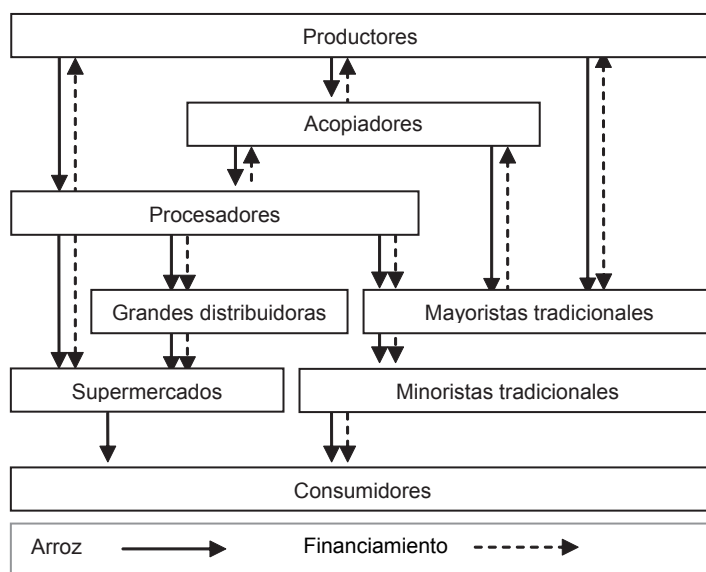
Perú es un gran productor y consumidor de arroz. En 2004 se cosecharon 350 000 hectáreas de arroz, con una producción de 1 473 422 toneladas de arroz cáscara (FAOSTAT, 2004). La producción es muy atomizada, a cargo de más de 90 000 productores arroceros, de

los cuáles un 60 por ciento cultiva menos de 10 hectáreas (*III Censo Nacional Agropecuario de 1994*). Algo similar sucede con la industria: hay más de 500 plantas procesadoras de arroz en cáscara, cuya capacidad de fila es pequeña incluso para los estándares regionales. Los molinos juegan un papel clave en la cadena de arroz, pues muchos comercializan también y desarrollan vínculos con la producción financiando a pequeños productores, quienes a cambio comprometen la venta de la cosecha.

Los flujos comerciales de arroz desde las zonas productoras a las de consumo, en especial Lima, son intensos. Esto explica que el principal mercado mayorista de Lima, Santa Anita, sea donde se forma el precio que se refleja en las transacciones en finca. Los comerciantes mayoristas de Santa Anita se dividen en tres grupos definidos en función de su tamaño y especialización. En primer lugar están los grandes mayoristas especializados, entre los que se encuentran propietarios de molinos, que cuentan con flota propia de transporte y son a su vez acopiadores y habilitadores de agricultores, es decir se integran verticalmente. Un segundo grupo lo constituyen los medianos mayoristas, aquellos que además de arroz venden azúcar o sal. Algunos de ellos tienen molinos en zonas productoras o son acopiadores de segundo nivel. Finalmente los mayoristas de menor escala venden una gama de productos alimenticios entre los que está el arroz. Este grupo abastece generalmente a bodegas (pequeñas tiendas detallistas) y conductores de los puestos de mercados minoristas de Lima Metropolitana. Una estructura similar pero más simplificada se reproduce en los mercados provinciales. El comercio minorista es desarrollado por un sinnúmero de actores. Solo en Lima se estima que hay más de 60 000 bodegas.

Tradicionalmente la venta al detalle del arroz es a granel. Sin embargo, en los últimos años la rápida expansión de las cadenas de supermercados ha contribuido al aumento de ventas de arroz envasado. El arroz envasado puede llevar la marca blanca de los supermercados o marca propia de grandes distribuidoras alimentarias que se aprovisionan de arroz importado y en menor medida, a través de convenios con grandes molinos nacionales.

### Flujos de comercialización y financiamiento de arroz en Perú



## Anexo 2

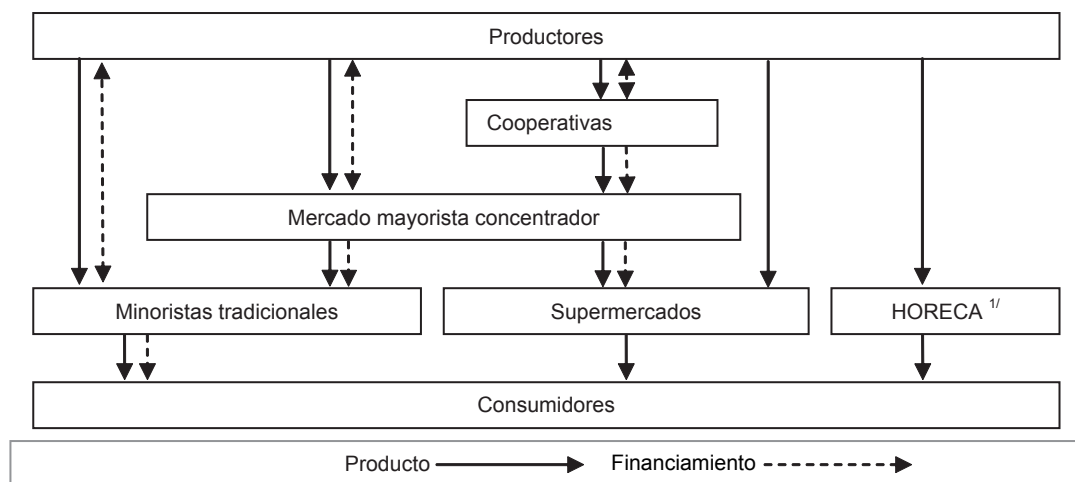
# Descripción de las cadenas hortofrutícolas

### ARGENTINA

En Argentina las cadenas de frutas y hortalizas siguen estrategias diferentes de comercialización. Las frutas frescas se orientan hacia la exportación, dedicándose al mercado interno la producción que no alcanza los estándares internacionales, mientras que la mayor parte de la producción de hortalizas y tubérculos se destina al consumo interno. Esto acarrea diferencias entre las dos cadenas, tanto a nivel de escalas de producción, como de grados de integración de la producción, procesamiento y comercialización, de la formalidad de las operaciones, los requerimientos de calidad y la disponibilidad y condiciones del financiamiento (prefinanciamiento de exportaciones) para operaciones corrientes e inversiones.

Las dos cadenas tienen algunos elementos en común, sobre todo en los eslabones orientados al mercado interno. El principal es que los agentes puros, que solo producen, comercializan o transforman, son minoría, debido a los procesos de concentración e integración acaecidos en los 90.

Los productores se relacionan sobre todo con los «mercados concentradores» pero algunos venden directamente a los minoristas tradicionales y a los supermercados. Existen más de 50 mercados concentradores en el país, además del Mercado Central de la capital federal, y en ellos las operaciones se llevan a cabo en general de manera informal. Estos mercados son el eje central de la cadena hortofrutícola e irradian financiamiento hacia arriba y hacia abajo en la cadena.



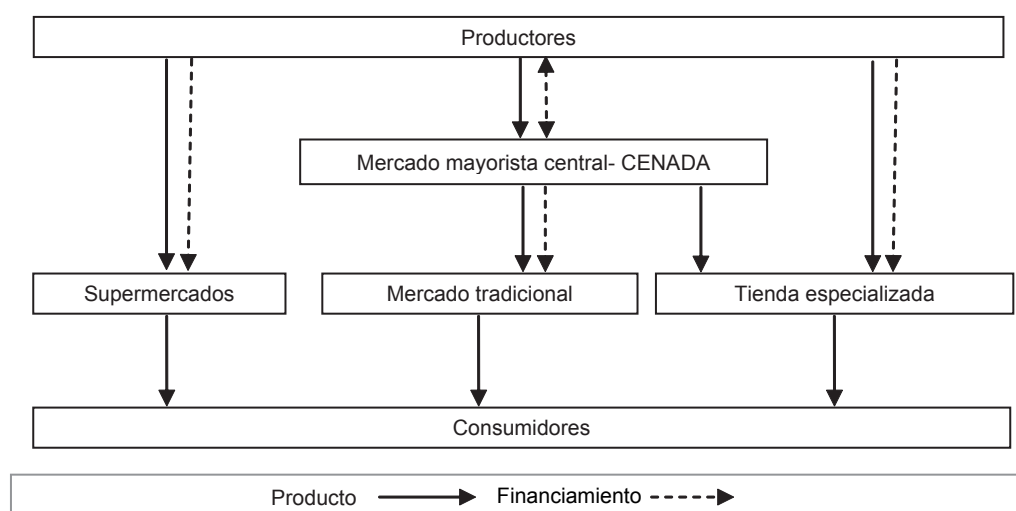
1/ HORECA: hoteles, restaurantes y cafeterías.

## BRASIL

El sector minorista de frutas y verduras brasileño comprende los mercados tradicionales, las fruterías y verdulerías y los supermercados. Estos últimos tienen una cuota de más del 50 por ciento del sector hortofrutícola detallista del país (Vidal et al, 2003)

Los productores de los vegetales más comunes y en especial los de hoja - que se producen en todos los estados - sostienen una relación directa con los mayoristas y en ocasiones con los agentes del sector detallista. En el caso de la fruta, como se produce solo en ciertas áreas o estados, los «mercados mayoristas centrales» desempeñan un papel clave como concentradores de oferta. De este modo, estos mercados abastecen de frutas y de verduras no disponibles localmente a las tiendas especializadas y a los detallistas tradicionales. Muchos mercados centrales son propiedad del gobierno, quien además paga los servicios básicos y lo otorga a los mayoristas en usufructo.

### Flujos de comercialización y financiamiento de frutas y hortalizas en Brasil



## COSTA RICA

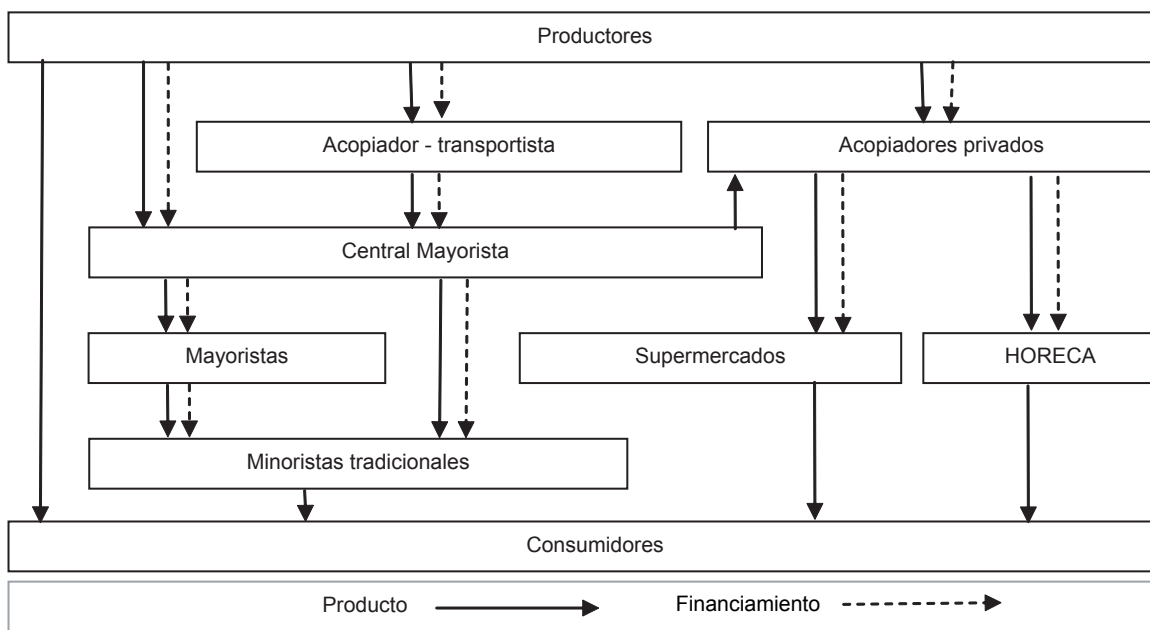
El sector hortofrutícola costarricense ha implementado con éxito en las dos últimas décadas una estrategia de diversificación de cultivos hortofrutícolas y ha desarrollado una industria de procesamiento primaria y secundaria de frutas y hortalizas con una clara orientación a la exportación.

La estructura productiva y la comercialización de productos hortofrutícolas en Costa Rica también ha cambiado gracias a la apertura comercial y a la introducción de las «ferias del agricultor» en los años 80. Estas ferias urbanas hacen una fuerte competencia a los mercados mayoristas tradicionales y han reducido la participación de intermediarios en la comercialización. Adicionalmente, se creó el Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos

(CENADA) impulsado por el Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA). Es una central mayorista, y en parte centro de acopio, donde se negocia el 60 por ciento de los alimentos producidos en Costa Rica, aunque los porcentajes varían según el producto. Se estima que al año se negocian en Cenada, casi 80 000 toneladas de frutas y más de 100 000 de hortalizas.

Junto a las ferias de agricultor y el CENADA, están los grandes «acopiadores privados», en particular, la empresa Hortifruti, que es por su volumen de operación la primera comercializadora de frutas y hortalizas en la región centroamericana.

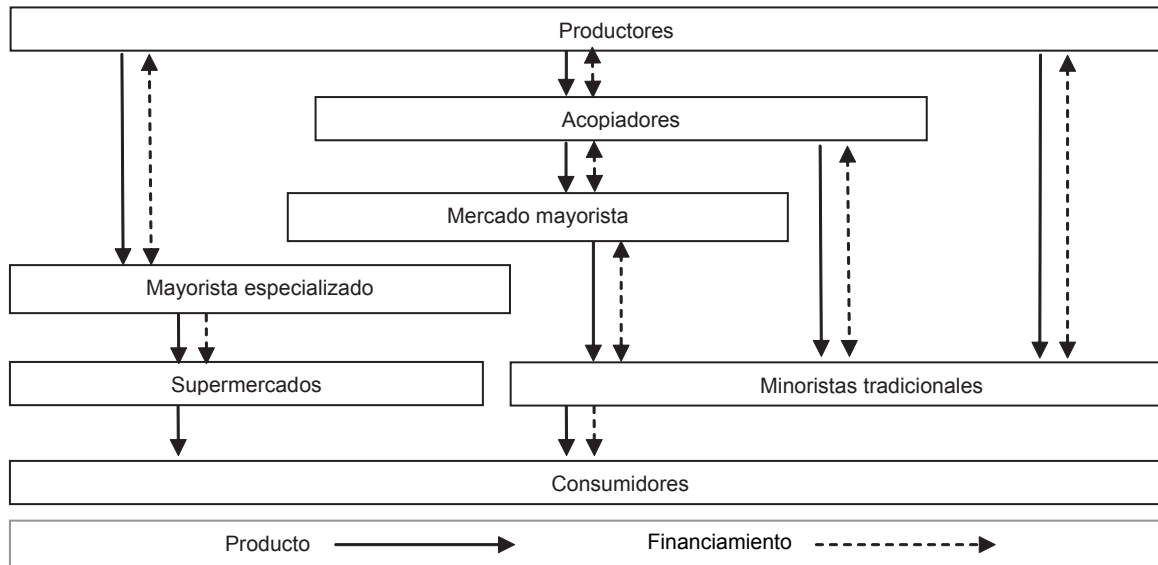
### Flujos de comercialización y financiamiento de frutas y hortalizas en Costa Rica



### ECUADOR Y PERÚ

Las cadenas de fruta y hortalizas están orientadas principalmente al mercado doméstico con excepciones notables como el banano en Ecuador y los espárragos en Perú. El mercado de productos hortofrutícolas en estos dos países es de gran importancia. En Perú, por ejemplo, se estima que alrededor del 37 por ciento de todo lo que se comercializa en los mercados de alimentos corresponde a frutas y hortalizas en estado natural, que son producidos mayormente por pequeños productores (Escobal, 2000b). Los mercados mayoristas juegan un papel substancial en la distribución de la oferta para el mercado interno y se caracterizan por su alto grado de concentración.

## Flujos de comercialización y financiamiento de frutas y hortalizas en Ecuador y Perú



## Financiación de la comercialización agrícola en América Latina

El presente documento examina cómo los comerciantes y procesadores de cereales y productos hortofrutícolas financian sus actividades en América Latina. El estudio se centra en las cadenas domésticas de comercialización, cuya financiación no se cuenta entre las prioridades de políticos, donantes e instituciones financieras, más interesados en la producción y la exportación. Dicho desinterés podría deberse a los prejuicios contra los comerciantes que aún subsisten en los ámbitos políticos y académicos. O bien, podría indicar que la financiación no supone un problema para los comerciantes.

El documento pretende arrojar luz sobre cuáles son las fuentes de financiación de la comercialización agrícola en la región, y si éstas son eficientes, equitativas, sostenibles y con cobertura adecuada. Asimismo, analiza cómo los comerciantes usan los fondos para financiar el acopio, inventarios o activos fijos. Esta información se complementa con un análisis de la relación entre los comerciantes de productos agrícolas y las instituciones financieras formales, explorando los puntos de vista de ambos. Finalmente, se presentan algunas estrategias y productos financieros que aparentemente facilitan el acceso de los comerciantes agrícolas de la región a financiación formal.

Por otra parte, el estudio ha revelado que existe una densa red de vínculos financieros en las agrocadenas que pivotan en torno a los comerciantes y procesadores de cereales y productos hortofrutícolas. Éstos transfieren fondos a los agricultores y a otros actores dentro del sistema de comercialización, desempeñando así un papel esencial en el funcionamiento de la cadena. Algunas entidades financieras y de desarrollo han percibido estos vínculos como una oportunidad para canalizar crédito a los agricultores a través de sus compradores. El documento recoge algunas iniciativas interesantes en este campo.