

Comercialización Campesina

Resumen
de
Experiencias



Rojito, orgánico y bien pagado

La experiencia
de Pancasán
acompañada por ADDAC
Página 7



Samulalí, La lucha por la salsa de tomate

Página 31



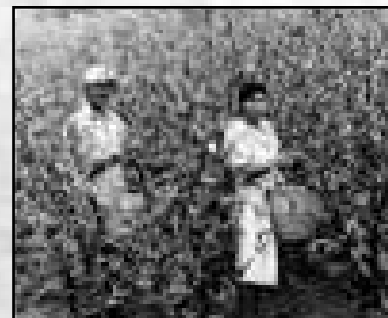
De las vacas a las abejas, de la leche a la miel

La experiencia de la
Cooperativa apícola
"Las Flores"
Página 19



Productoras de vino con sabor a Nandaime

El grupo Chorotega
experimentadores
en el área vinícola
Página 25



Comercialización Campesina

Resumen
de
Experiencias

De los algodónales como desiertos a la diversificación ecológica

La experiencia
de APRENIC
Página 43



Un banco de los Pobres

Producción, Acopio
y comercialización
de granos
Página 49



Rancho de producción ecológica "Ebenezer"

parte de la Naturaleza
Página 59



N

380.141

C169

Calvo Reyes, Harold Raúl

Comercialización campesina: resumen
de experiencias / Harold Raúl Calvo Reyes,
Germán Pomares Herrera. --1 a ed. --Managua:

SIMAS, 2003

83 p.

ISBN: 99924-55-10-1

1. DESARROLLO AGRÍCOLA 2.
DESARROLLO SOSTENIBLE 3. MERCADO
PRODUCTOS AGRÍCOLAS

Textos Originales:

Harold Calvo Reyes
Germán Pomares Herrera

Edición:

Carmelo Bermúdez Obando

Cuido de Producción:

Gioconda Marengo
Roberto Stuart / SIMAS

Diseño y Diagramación:

Marvin Mejía Chamorro
José Quintanilla Ramírez

Fotos Portada y Contraportada:

Archivo SIMAS

Fotos Interiores:

Archivos SIMAS
Carmelo Bermúdez Obando

Impresión:

EDISA

Primera Edición:

500 Ejemplares,
Agosto 2003

Para contribuir desde la comunicación al desarrollo
sostenible del mundo rural, SIMAS recibe financiamiento de:



Hivos
Holanda



Cooperación técnica de:



unité



Presentación

A finales de 1991, CICUTEC percibió que en los países mesoamericanos existían múltiples conocimientos empíricos, experiencias organizativas novedosas, proyectos locales, investigaciones y prácticas campesinas tradicionales relacionadas con la búsqueda y la promoción de modelos de desarrollo ecológicamente sostenibles, económicamente viables y socialmente justos.

Sin embargo, había pocos canales y medios de comunicación y de coordinación entre todas las instancias y actores involucrados. Tampoco existía el hábito ni la capacidad de documentar estas experiencias por parte de estos actores, ni mucho menos, una instancia específica dedicada a recopilar, sistematizar y difundir toda esta información “invisible”.

Por eso, a inicios de 1992, **CICUTEC** creó el **Sistema de Información Mesoamericano sobre Agricultura Sostenible (SIMAS)**, una instancia de promotoría y facilitación destinada a cumplir dos objetivos centrales:

- Facilitar y promover el rescate, la sistematización y la producción de información científica y técnica sobre agricultura sostenible.
- Facilitar y promover el intercambio de información entre las instituciones involucradas en el desarrollo agropecuario del país.

El SIMAS fue concebido como un ente animador de procesos, un promotor del intercambio y la coordinación, un defensor de la democratización a través del libre acceso a la información para que los recursos lleguen a quienes mejor lo optimizan.

Como parte de un proceso de reingeniería institucional iniciado en el 2002, en junio del 2003 el SIMAS se constituye oficialmente como un organismo no gubernamental que cuenta con sus propias autoridades y documentos legales de fundación y reglamentación.



Introducción

*Detrás de las cifras, las noticias y las estadísticas está
la vida de miles de seres humanos,
que son quienes pagan con sus esperanzas,
los grandes hechos sociales.*

C. Wright Wills

Los países ricos y las transnacionales han divulgado que la liberalización del comercio internacional de bienes y servicios es la principal estrategia para lograr el desarrollo económico de los países “subdesarrollados”.

Sin escuchar debidamente a los principales actores de la sociedad civil, el gobierno de Nicaragua ha ratificado Tratados de Libre Comercio con México y República Dominicana; se están negociando Tratados con Panamá y Chile; y en conjunto con los gobiernos de los países centroamericanos se negocia un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.

La estrategia desde el norte sigue en esencia siendo la misma pero vendida en un envase distinto: redefinir nuestro papel de suplidores de materia prima y mano de obra barata y redimensionarnos como nuevos mercados donde puedan vender sus productos industriales y agropecuarios. Ya no solo están interesados en vendernos televisores y lavadoras,

ahora también quieren vendernos la carne, los huevos, el azúcar, el aceite, la sal, los frijoles, el maíz, las tortillas...

Pero frente a estos procesos ilegítimos, existe un proceso legítimo surgido desde las familias productoras y acompañados por ONG's que pretenden construir lazos de cooperación con sus pares y una nueva relación con el mercado. Se trata de experiencias que aún con sus errores llevan en su interior un enorme potencial de cambio en tanto contribuyen a una producción agropecuaria diversificada, amigable en términos ambientales, que asegura la alimentación familiar y contribuye al desarrollo sostenible del país.

Frente a las arbitrariedades de un sistema que nos atomiza en el mercado para debilitarnos como nación, las cualidades de cada persona se convierten en las potencialidades de la organización y la sociedad, para acercar al productor con el mercado, para hacer que las personas cuando compremos seamos más que consumidores, ciudadanos, que orientamos nuestra mirada hacia el país y hacia nuestro pueblo que es al mismo tiempo nuestro origen y nuestro destino.

Este libro es un aporte modesto para visibilizar ese esfuerzo.



Rojito, orgánico y bien pagado

La experiencia de Pancasán acompañada por ADDAC

En el corazón de la historia y geografía de Nicaragua y de la espesura de las montañas de la Perla del Septentrión, Matagalpa, se encuentra ubicada la legendaria comarca Pancasán.

La comarca Pancasán se ubica a 70 kilómetros de la ciudad de Matagalpa, en el municipio de San Ramón y la conforman las comunidades El Aporquillo, El Sitio, Las Parcelas, El Laberinto, Cerro Colorado, El Bálsamo, La Quijada y el mero Pancasán. Este lugar está situado entre lo que llaman el trópico sub-húmedo y el trópico húmedo de Nicaragua, en una zona que se conoce como trópico intermedio.

La colonización de este lugar comenzó más o menos a partir del año 1920 con la llegada de grandes finqueros y de campesinos pobres de los municipios vecinos. Los finqueros ampliaron sus fincas cercando grandes extensiones de

tierra, razón por la cual se dieron muchas veces conflictos con los grupos indígenas ahí asentados. Muchos campesinos también se hicieron de sus propios terrenos, pero cuando miraban que las huertas estaban cansadas y producían poco, buscaban nuevas tierras. Los grandes finqueros compraban estas tierras para hacerlas potreros y juntarlas a sus propiedades.

La gran mayoría de los campesinos que se quedaban en la zona, terminaban convirtiéndose en mozos de los grandes finqueros, quienes les daban permiso para sembrar una parcela con granos básicos para el autoconsumo. A estos “campesinos mozos” por su parte les tocaba sembrar café, hacer potreros para el ganado, despalar y sacar la madera, entre otros trabajos. Con los despales también se dieron cita en la zona las compañías madereras asentadas en Matagalpa.

Aún con esto, el clima y la tierra de Pancasán han sido super generosos. Si es el café, se da muy bien, los granos básicos igual, no en vano es uno de los lugares privilegiados del país donde se dan las 3 cosechas, la primera, la postrera y la de apante; para ganadería en la zona se da muy buen pasto; igualmente hay condiciones para la crianza de cerdos y aves de corral; para la producción de hortalizas, plátanos, yuca, malanga y jengibre, entre otros.

Don Esteban y La Washington

Don Esteban Mc Ewan fue uno de los grandes propietarios que se asentó en esta zona; este señor fue comprando tierras hasta conformar una enorme hacienda que se extendía prácticamente en casi toda la comarca de Pancasán a la que bautizó con el nombre de "La Washington". Él tenía muchas fincas dedicadas a rubros distintos y la Washington era para ganadería extensiva. Madre hacienda ganadera, eso era.

Con el triunfo de la Revolución Sandinista en 1979, la hacienda La Washington fue expropiada al hijo de Esteban Mc Ewan, quien trabajaba para el gobierno de Somoza como Cónsul en los Estados Unidos. Después de ser parte de las empresas del Estado, finalmente la propiedad fue entregada a los campesinos a través del Programa de Reforma Agraria, impulsado por la Revolución, para que la trabajaran en forma de cooperativa.

Los socios de la cooperativa, nuevos dueños de la hacienda cambiaron la



ganadería extensiva por el monocultivo, por la agricultura de maíz y frijol, también de forma extensiva, manteniendo sin reparo alguno la vieja costumbre de talar y quemar para aumentar las áreas de siembra.

Los mismos viejos problemas

Con el Gobierno de la Revolución los campesinos tenían garantizada la semilla y los insumos químicos para la siembra. El Banco Nacional de Desarrollo les daba crédito y el Estado por medio de ENABAS (Empresa Nacional de Alimentos Básicos) les garantizaba la comercialización. Sin embargo, a pesar de este apoyo, la cooperativa tenía muchos problemas ya que con costo lograban pagar los préstamos debido a que el precio que les pagaban por la cosecha era muy bajo: al final tanto los campesinos socios como el Gobierno terminaban asumiendo las diferencias.

Los campesinos seguían entonces enfrentando los mismos viejos problemas que les impedían mejorar su situación: malas condiciones sociales, problemas de vivienda, semillas inadecuadas, baja productividad, plagas y

enfermedades, financiamiento únicamente para la siembra y no así para cambiar o transformar el sistema de producción en su conjunto, y relaciones de comercialización injustas por los bajos precios en que les pagan sus productos.

Al ser una zona de difícil acceso donde viven pocos habitantes, hay dificultades para la venta de los productos. Frente a esta situación los comerciantes se aprovechan y compran las cosechas a precios bajísimos.

Una Asociación para la Diversificación

A la gente de Pancasán les llegó una nueva propuesta: Producir de forma orgánica, sin echar mano de productos químicos; y diversificar los cultivos. La propuesta se la hicieron por el año de 1989 los compañeros de la Asociación para la Diversificación y el Desarrollo Agrícola (ADDAC), quienes estaban convencidos que había que cambiar esa forma de producción de un solo cultivo (monocultivo) que mantenía a los campesinos “coyol quebrado, coyol comido”, como reza el refrán.



Se trataba pues de romper con la forma tradicional de trabajar la tierra, mandar al carajo la agricultura y ganadería extensiva que tala los bosques, echa mano de la quema, y utiliza los productos agroquímicos para matar las plagas y abonar la tierra.

La agricultura orgánica y la diversificación de cultivos, muy contrario a lo tradicional, se acomodan a producir en medio del bosque, no hace falta quemar el monte o los rastrojos ya que estos se utilizan para hacer abono, aprovecha los recursos naturales del lugar para fabricar tanto los abonos orgánicos como los insecticidas naturales, que no son contaminantes para el medio ambiente ni peligrosos para la salud humana.

En este tiempo ADDAC realizó algunos intentos de organización y capacitación con productores individuales, pero realmente fueron pocos los que se integraron. En 1990, cuando ganó las elecciones la Unión Nacional Opositora (UNO), las cooperativas empezaron a

tener serios problemas para seguir produciendo. Los bancos cortaron los préstamos y el Estado dejó de hacerse cargo de la comercialización. Las plagas y enfermedades aumentaron porque no había dinero para comprar los venenos químicos; los rendimientos bajaron ya que no tenían reales para los fertilizantes; los comerciantes por su parte ponían el precio a los productos a su gusto y antojo.

Fueron años difíciles, duros, como los de las vacas flacas que menciona uno de los pasajes bíblicos.


En un callejón sin salida

Los socios de la cooperativa estaban como en un callejón sin salida. No sacaban ni para pagar lo que gastaban en producir. Algunos comenzaron a endeudarse, otros viendo la posibilidad de irse a otra zona en busca de una mejor vida. Fue entonces cuando la cooperativa empezó a desgranarse, a desintegrarse. Las tierras fueron divididas y repartidas, cada socio se

quedó con un pedazo de más o menos 20 manzanas.

Ni modo, la realidad ahora era otra. Cada quien tenía que ingeniárselas para salvar su pellejo. Algunos empezaron a construir su propia finquita, sin embargo no todos trabajaban con el mismo entusiasmo. Don Emilio Hernández Sánchez, originario del lugar, se acuerda muy bien de esos años: "Vea amigo, eran tiempos difíciles, el despale estaba en lo fino, la tierra y los ríos secos, secos y si eran los cultivos sólo pegaban si habían buenos inviernos".

Los de ADDAC ya tenían como un año de promover la agricultura orgánica y la diversificación de cultivos en la zona, y por cierto ya habían logrado convencer a algunos agricultores, quienes miraban con buenos ojos la idea ya que ante la falta de financiamiento se les hacía prácticamente imposible comprar los productos químicos. Pero el resto de productores seguía con su sistema



tradicional, ellos decían que era más barato y menos pesado, no tenían que trabajar tanto, incluso hasta se burlaban de los otros porque abonaban sus parcelas con el estiércol o caca de los animales, son unos pinches, les decían.

La propuesta que hacían los de ADDAC era la de no quedarse con uno o dos cultivos, sino más bien diversificar, producir aprovechando los recursos de la zona, recuperar el bosque que estaba convertido en un potrero, proteger el medio ambiente, o sea pues que la idea era establecer un modelo de finca en la que se produjeran cosechas saludables, sanos para garantizar un mejor mercado y que a la vez asegurara y garantizara a la familia una alimentación balanceada.

Como el café se mueve a buen precio y convive como cultivo con frutales y maderables, también era una de las alternativas que se proponía, con la diferencia de que se trataba de café orgánico y no del café tradicional tratado con químicos.

Los primeros valientes

Quienes se lanzaron de primerito y aceptaron la propuesta fueron: Coronado Alfaro, Juan García, Encarnación Suárez, Emilio Hernández, Cristina Barrera, Santiago Rodríguez, Manuel Rodríguez, Santiago Castro y Manuel García. Estos fueron pues como decimos “los primeros valientes y decididos”.

A propósito don Emilio Hernández nos cuenta: “Había que tener fuerza de carácter, porque la gente aquí decía que uno estaba loco, porque con el café orgánico uno no iba a hacer nada, pero yo seguí siempre en la locura y ya ve que me ha dado buenos resultados”.

Una de las primeras tareas fue convencer a los productores que resultaba más barato producir de forma orgánica que de forma tradicional. “Había que enseñarles a hacer números porque el problema es que muchos campesinos cuando sacan la cosecha no hacen cuentas y se olvidan de lo que gastaron al comprar el gramoxone,

la urea y hasta de la mano de obra. Por eso cuando venden el producto salen perdiendo y terminan enjarrándose para poder seguir trabajando”, nos comparten don Coronado Alfaro.

La primera cosecha del rojito orgánico

El primer café orgánico se cosechó en 1993-1994, esta fue la primera cosecha de café orgánico aquí en la zona. Cada quintal se logró vender a 45 dólares, a este mismo precio se vendió también el quintal de café tradicional o convencional (tratado con químicos).

En ese tiempo no había en Nicaragua una empresa que certificara o confirmara la producción a los cultivos orgánicos, además no se hacía diferencia entre los productos orgánicos y los tradicionales y por eso la gente pagaba el mismo precio porque no entendía la diferencia entre uno y otro producto.

Algo importante de esta primera cosecha fue que comprobaron que realmente resultaba más barato producir de forma orgánica porque para producir un quintal de café orgánico gastaban 20 dólares menos que para producirlo de forma tradicional.

Uno de los problemas que tuvieron fue el no haberse logrado organizar para juntar la cosecha y encontrar un beneficio donde secar por separado el café orgánico del café tradicional. También tuvieron algunos problemas relacionados con la comercialización, lo cual se dio por la falta de experiencia tanto de los productores como de los técnicos de ADDAC.

Lo bueno es que aprendieron que la organización era fundamental para comercializar, que era muy importante ponerse de acuerdo en las fechas y los mecanismos para acopiar y vender la producción, porque entre más café juntaran, tenían mejores posibilidades de vender y conseguir precios más favorables.

En búsqueda de nuevos mercados

Para la segunda cosecha (1995) se hizo el primer intento de acopiar y buscar nuevos mercados donde vender el café, logrando hacer un arreglo con compradores de una empresa exportadora la cual vendió el café en el extranjero a buen precio pero a ellos sólo les dieron 75 dólares por quintal, 5 dólares más por quintal con relación al café tradicional, el cual se vendió a 70 dólares.

Esta situación produjo decepción; se percataron que si no resolvían lo de la comercialización continuarían como antes, rompiéndose el lomo para que otros se quedaran con las ganancias. Estaban claros que sin buenos contactos de comercialización de nada servía el esfuerzo que hacían en sus fincas.

Ante estos problemas la gente de ADDAC entró en apoyo y logró hacer contacto con la Liga de Cooperativas

de los Estados Unidos (CLUSA), quienes trabajaban con proyectos dirigidos a mejorar la comercialización, asistencia técnica, procesamiento y catación de café.

También se hizo contacto con una Certificadora Internacional de Productos Orgánicos (OCIA), la cual certificó todas las fincas que cumplían con su estándar o requisitos. A cambio cada productor pagaba a esta empresa anualmente por la certificación. Este respaldo les abrió las puertas para entrar al mercado de café orgánico. En todas estas gestiones no estaban solos, ADDAC a través de un proyecto que pretendía llevar a los productores orgánicos a nivel de exportadores, subsidiaba muchas de estas acciones.

Ponchados en la primera, pero...

Durante este mismo período ADDAC hizo contacto con un organismo de Canadá con el cual se estableció un

primer compromiso para la cosecha de 1997-1998, había que garantizar una cuota de 750 quintales oro de café orgánico. No pudieron cumplir con este arreglo, llegaron a febrero de 1998 sin lograr reunir la cuota.

El problema fue que como los productores no tenían financiamiento por adelantado muchos habían vendido parte del café que iba saliendo al mercado nacional. Lo que pasa es que cuando se vende un quintal para exportación, hay que despulparlo, llevarlo a un beneficio seco, esperar que lo certifiquen, que lo embarquen y llegue al país de destino, que hagan el cheque, que lo envíen, que lo cambien en el banco, en fin mientras esto ocurre ya han pasado sus tres o cuatro meses para lograr ver el dinero, y como las necesidades de la familia o de la finca aprietan, no todos podían esperar.

Los canadienses entendieron esta situación, mantuvieron el arreglo o

contrato y aumentaron la cuota en 20 quintales para el ciclo 1998-1999. El reto era resolver el problema de la cuota, sólo así podían mantener ese mercado.

Se habló entonces con los productores, haciéndoles conciencia para que acopiaran el café para ser exportado, y a la vez ADDAC les apoyó con un financiamiento que les permitiera resolver sus necesidades más urgentes. Además tenían otra motivación. El quintal de café oro era pagado aquí por los intermediarios a 94.50 dólares, mientras que los canadienses lo pagaban a 161.00 dólares. Esto, más la buena organización les permitió cumplir con la cuota, a pesar de los daños causados por el Huracán Mitch, que azotó en Octubre de 1998.

Para 1999 los canadienses aumentaron la cuota, razón que motivó a los productores a aumentar el área de siembra y atender mejor los cafetales para aumentar la

producción. Como no había suficiente dinero para financiar la producción a todos los productores, mucho café orgánico se continuó vendiendo a los intermediarios. Frente a este problema ADDAC aumentó el monto de dinero para financiar a los productores.

Como parte de la organización, estos productores de café orgánico con el apoyo de ADDAC, crearon cinco Casas Base para acopiar el café en pergamino oreado. Cada Casa Base cuenta con una báscula, sacos, mecates y espacio para almacenar el café. A la hora de trasladar el café pergamino oreado al beneficio, le pagan a ADDAC por el servicio de transporte por cada quintal. Junto con estas Casas Base, formaron una Asociación.

Esta Asociación se encarga de realizar todas las gestiones, incluyendo los pagos, incluso establecieron un contrato directo con los beneficios secos. ADDAC continua apoyándolos en la búsqueda de

nuevos mercados, pero acordaron que a partir del 2002, los productores iban a comenzar a pagar por el servicio, por los días de trabajo invertidos en gestión, por los estudios de costos, correo electrónico, teléfono..., o sea que la idea es que si el servicio funciona bien debe pagarse por sí solo.



Comida asegurada y sin riesgos

Después de 13 años de estar trabajando como productores y agricultores orgánicos, los campesinos de Pancasán han logrado recuperar una buena parte del bosque que había sido despalado.

Las fincas que antes eran sólo potreros ahora tienen árboles de sombra, árboles para leña, de madera de cuadro, que mantienen un ambiente fresco y agradable.

Pero no solo eso porque con la agricultura orgánica también han diversificado la producción lo que ha permitido que estos agricultores siempre tengan comida barata y sana a su disposición. Al respecto don Manuel Díaz Ochoa nos dice: “Ahora me siento más tranquilo porque tenemos la comida asegurada y no corremos riesgos porque aquí no usamos venenos químicos, no hay perjuicio para la salud”.

Hoy por hoy aún quedan muchos problemas por resolver, hace falta más experiencia, buscar nuevos mercados y negociar con ellos mejores condiciones, hacer las gestiones aduaneras de forma más ágil y oportuna, en fin como dice el dicho “Queda caña por moler”. Pero lo más importante es que la gente comience a ser más independiente y dependa cada vez menos de la ayuda o cooperación externa, ya que cada año esta ayuda disminuye, lo cual no hay que verlo como un problema, sino como “una oportunidad para ser más eficientes con los recursos que tenemos y tratando de dar más énfasis en el fortalecimiento de las organizaciones locales”, sostienen los compañeros de ADDAC.

Sin organización poco se puede conseguir

En todos estos años los campesinos de Pancasán han aprendido que de nada sirve trabajar duro si no consiguen vender a buen precio lo que producen. La cuestión es que para conseguir un

buen precio no es asunto sólo de conseguir un buen comprador, sino de organizarse y trabajar mucho para garantizar que el producto llegue a ese comprador, por eso las lecciones aprendidas no sólo tienen que ver con la comercialización, sino con todo el proceso que significa producir un quintal de café orgánico.

Lamentarnos porque nos compran barato y salimos perdiendo, es un grave error en el que podemos caer. El pequeño productor no va a conseguir un buen precio si vende por separado, de forma individual, “Una sola golondrina no hace verano”, dice el refrán, por eso el primer problema que hay que resolver es el de la organización. Si la gente no está organizada poco se puede conseguir.

Los campesinos de Pancasán han sabido resolver este problema; para estos productores organizarse ha significado trabajar las tierras individualmente, respetando la propiedad de cada quien, pero

uniéndose y juntándose en aquellas tareas y actividades que les garanticen mayores beneficios. Como nos dice uno de estos productores: “Uno solo o dos de nosotros no llenamos un contenedor, pero si nos juntamos 100 ó 200 podemos llenar tres o cinco contenedores y eso si se puede exportar”.

Las 6 reglas del juego

Para terminar los campesinos de Pancasán, nos secretean las 6 reglas de su juego, de su experiencia como productores orgánicos.

Primera:

La buena organización es clave.

Es la que mantiene unido al grupo. Es importante que haya confianza entre los miembros para discutir los problemas y buscar soluciones, y que nadie sienta que se están aprovechando de su trabajo para enriquecerse, sino que todos están trabajando juntos por el bien de cada uno y el bien común.

Segunda:

Hay que resolver el problema de la producción.

De nada sirve un buen precio si no hay nada que vender. Se tiene que garantizar que un buen grupo de campesinos asuma el propósito y compromiso de producir de manera limpia y sana para que toda la producción tenga la misma calidad para evitar que sea rechazada.

Tercera: Solucionar la falta de dinero, el crédito para producir.

Si se da respuesta a este problema se puede esperar mejores precios. Esto se consigue dando un pago de adelanto para la cosecha. Si uno no está organizado es imposible que un organismo financiador se interese por dar dinero. Los de Pancasán montaron un sistema que llaman Banco de Retención de granos y les ha dado muy buenos resultados.

Cuarta: No gastar el dinero

innecesariamente. ¿Para qué gastar, reales en productos químicos, pudiendo hacer los abonos orgánicos y

los insecticidas naturales? Esto lo logramos con asistencia técnica y una capacitación adecuada, pero hay que tener voluntad y disciplina para experimentar los distintos remedios o recetas hasta encontrar los que dan mejores resultados. Hay que tener iniciativas y ganas de aprender.

Quinta: Buscar lo más económico y de mejor calidad.

Para resolver esta situación en Pancasán crearon sus Casas Base, donde acopian el café en pergamino oreado y después lo llevan a un sólo beneficio que no les revuelve su grano con otros y les garantiza una mejor calidad.

Sexta: Buscar nuevas maneras de comercializar.

No solo es buscar compradores fuera del país que paguen un mejor precio, sino también empacando el producto y ofrecerlo en lugares que vendan productos orgánicos o participando en ferias agrícolas. En fin hay que ingeniárselas, de eso se trata.



De las vacas a las abejas

De la leche a la miel

En el mero Valle del Guayabal

Ha oído hablar usted alguna vez del Valle del Guayabal, tal vez no, es lo más probable, pues bien, la experiencia que les vamos a compartir se sitúa en este lugar, en el municipio que hoy se conoce como El Sauce, lo que pasa es que hace muchos años a este lugar se le llamaba Valle del Guayabal, a lo mejor porque habían muchas guayabas.

Para ubicarlo mejor, este municipio se localiza a 87 kilómetros, en dirección nor-oriental de la ciudad de León, departamento al que le pertenece, y a 177 kilómetros de Managua, capital de Nicaragua.

La gente de este lugar siempre ha sido bastante religiosa y entre sus principales tradiciones ha conservado la

celebración de sus fiestas patronales dedicadas al Señor de Esquipulas, cuyas festividades se realizan en el mes de Enero, con procesiones, misas, chicheros, montaderas de toros, bailes, carreras de cinta, y muchas actividades más.

El derrumbe del algodón y a sobrevivir

Durante los años 60, 70 y parte de los 80, la economía de los sauceños, a como se le llama a la gente de El Sauce, dependió básicamente de la ganadería y el cultivo del algodón, no en vano esta zona ha tenido fama de muy buenos ganaderos. Con la crisis provocada con la caída o baja de los precios del algodón, los productores de la zona se las vieron de a pelito, como decimos, y tuvieron que buscar otras alternativas de producción que les permitieran sobrevivir, fue entonces cuando le entraron al cultivo del maíz, frijol, ajonjolí, ganado menor y café, entre otros.

La propuesta de un Proyecto Amigo

En 1990 un Proyecto llamado “Manuel López”, implementó una nueva alternativa de carácter productivo que por cierto despertó mucho interés entre los productores y que en los últimos años se ha colocado como un rubro de producción importante para la economía local. Se trata de la Apicultura, de la producción de miel de abeja, pero orgánica, sin químicos.

Don Carlos Huete, hoy presidente de “La Cooperativa Apícola Las Flores”, nos va a platicar con sus propias palabras la historia de esta bonita experiencia, le prestamos pues la guitarra a don Carlos para que nos suene la música.

“En los años 80 habíamos varios productores que nos dedicábamos a la cría de abejas, lo hacíamos a nuestra manera porque no conocíamos las técnicas apropiadas, pero con el

Proyecto Manuel López, en 1990, comenzamos a ver la Apicultura como un rubro económico importante, que nos podía ayudar a mejorar nuestros ingresos que en esos años dependían principalmente del cultivo de los granos básicos.

En la primera fase del proyecto, entre 1990 y 1994, nos organizamos 80 productores. El Proyecto Manuel López nos brindó capacitación, asistencia técnica en el manejo, cría de abejas, recolección de miel, y además nos dieron un crédito para la compra de equipos y materiales. Esta primera fase fue como un proyecto piloto, un proceso de aprendizaje que nos permitió ver las bondades de la apicultura, sus limitantes y potencialidades. Incluso nos sirvió como evaluación para ver nuestras capacidades como productores. En esta primera fase el número de productores bajó a 60, se corrieron los primeros 20.

A producir más para vender

Para la segunda fase, como objetivo del proyecto nos propusimos aumentar la producción de miel para comercializarla. El Proyecto Manuel López nos apoyó en la comercialización de la miel, nosotros les vendíamos el litro de miel a 8 córdobas y ellos se encargaban de comercializarla en el mercado local y en otros lugares. Este apoyo fue fundamental y varios productores nos apropiamos de la apicultura, otros se desanimaron. En 1997 de los 60 quedamos solamente 43 productores, los otros se iban corriendo al ruido de los caites.

En 1998, el Proyecto Manuel López nos propuso que nos organizáramos en una Cooperativa, primero porque sería más ventajoso para nosotros en la gestión de recursos para producir y comercializar la miel, y segundo porque el Proyecto (Manuel López) finalizaba su trabajo en el año 2000.

Así fue como los 43 productores empezamos a realizar las gestiones con el fin de constituirnos en una Cooperativa, lo cual logramos a inicios del mes de noviembre de 1998, despucito del Huracán Mitch, el cual por cierto arrasó con nuestras colmenas, nos destruyó todas las colmenas y algunos de los productores quedaron en la calle.

El Mitch nos fregó pero no nos desmoralizó

A pesar del desastre que nos causó el Huracán, no nos desmoralizó, lo único que podíamos hacer era buscar como salir adelante. Nuevamente disponíamos de la mano amiga y solidaria del equipo del Proyecto Manuel López, quienes nos ayudaron a formular un proyecto de reconstrucción de nuestras colmenas. Logramos hacer el proyecto y lo enviamos a una Agencia de Ayuda de Dinamarca que se llama Ibis-Dinamarca, en los primeros meses de 1999.

¡Tuvimos éxito!, nos aprobaron el proyecto y nos desembolsaron 20 mil dólares; el proyecto Manuel López nos apoyó también financieramente con 9 mil dólares. En marzo de este mismo año obtuvimos la personería jurídica, ahora ya constituidos legalmente éramos “La Cooperativa Apícola Las Flores”.

Camino a una Apicultura Orgánica

Comenzamos a trabajar en la reconstrucción de las colmenas y a tratar de pasar de una apicultura convencional a una apicultura orgánica para sacar o producir una miel más sana, con miras a un buen mercado.

Preparamos las condiciones para la producción y la comercialización de la miel. Alquilamos una casa en Sutiava, compramos pesas, barriles y hasta un tanque fermentador para procesar la miel. Establecimos contactos con la Empresa Del Campo, que nos empezó



a comprar la miel a 18 córdobas el litro. La política de la Cooperativa era comprar a los productores a 10 córdobas el litro y después reembolsarles 6 córdobas por cada litro, los dos córdobas restantes quedaban para la capitalización de la Cooperativa.

En este tiempo tuvimos problemas con algunos socios que no estaban acostumbrados a estar organizados. 18 de estos socios decidieron colgar los guantes y quedamos 25.

De lleno con la comercialización

No recuerdo como fue que nos dimos cuenta del famoso Comercio Justo nos dice don Carlos, pero sigue- la cosa es que nos asociamos con una empresa exportadora llamada Productores de Nicaragua (PRONIC), localizada en Managua. Después hicimos contacto con una empresa certificadora de los Estados Unidos de nombre OCIA. Esta empresa nos certificó las colmenas

orgánicas y así empezamos a vender a 354 dólares el barril de miel orgánica. 10 colmenas producen aproximadamente un barril de miel al año. Después logramos conseguir precios hasta de 554 dólares por cada barril de miel orgánica. También hemos logrado vender miel convencional (no orgánica) en los Estados Unidos.



En lo que respecta al mercado interno o nacional no nos va mal. Vendemos miel en nuestra oficina, a dos farmacias botánicas de Managua y en Estelí le vendemos a dos organizaciones, Isnaya y Cecalli.

Como Cooperativa tenemos la visión de mejorar, de instalar una planta envasadora de miel, mejorar el envase, el etiquetado y aumentar el número de socios y socias. Yo sé que es difícil estar organizado, uno tiene que ser ordenado, participar en reuniones, ser solidario y tener deseos de ayudar a la Cooperativa.

La realidad es que para trabajar en Cooperativa y tener éxito, debemos de tenernos confianza, trabajar unidos, pero sobre todo creer en nosotros mismos.





Productoras de Vino

Con sabor a Nandaime

Atan sólo 77 kilómetros de Managua, capital de Nicaragua, nos encontramos con un lugar muy acogedor, nos referimos a Nandaime, municipio del departamento de Granada, la Gran Sultana.

Este lugar es muy famoso por sus fiestas patronales, las cuales se celebran en el mes de Julio en homenaje a Santa Ana. Son fiestas de mucho colorido que atraen año con año a gente de diferentes puntos del país.

La gente de Nandaime es muy trabajadora y tradicionalmente se ha dedicado a la agricultura y a la ganadería. Sin embargo, gran parte de los habitantes de la zona urbana, hasta hace pocos años se dedicaban a vender su fuerza de trabajo en el Ingenio Azucarero Javier Guerra, pero cuando este cerró sus operaciones, mucha gente se vio obligada a emigrar a Costa Rica en busca de un mejor

futuro, ya que aquí no lograban conseguir ningún tipo de empleo.

Las familias campesinas que se quedaron siguieron apostando a la agricultura y ganadería, actividades productivas en las que han contado con el apoyo de diferentes Organismos, sobre todo No Gubernamentales, entre los que sobresale la Asociación Nochari.

Nochari, amiga del campesinado

En 1996, durante la ejecución de un proyecto llamado "Amigo del Campesinado", un grupo de mujeres de la comunidad Monte Grande Oriental No. 2, perteneciente a Nandaime, apoyado por la Asociación Nochari y una Agencia de Cooperación de Bélgica de nombre COOPIBO, inició un trabajo de procesamiento de frutas. La idea era que este



grupo de mujeres aprendieran a elaborar productos, aprovechando las frutas que tenían en sus patios y con ello conseguir un valor agregado a las mismas.

Para iniciar decidieron entre ellas intercambiar las recetas que conocían, después organizaron actividades de cocina y finalmente elaboraron un folleto como resultado de toda su experiencia.

En esta primera etapa elaboraron vinagres, vinos, encurtidos, dulces y jaleas, pero se toparon con el problema que debido a los métodos muy tradicionales que utilizaban para elaborar los diferentes productos, no lograban buena calidad en los mismos, lo cual incidía a la hora de venderlos.

En 1998 a través de un convenio la Agencia de Bélgica COOIBO, logra negociar con la Organización Mundial para la Salud (OMS), la asesoría de una persona experta en alimentos para

que apoyara a este grupo de mujeres. Como resultado de este apoyo instalaron un pequeño laboratorio para el procesamiento de frutas y comenzaron a realizar las capacitaciones y los trabajos de experimentación con la finalidad de mejorar la calidad de los productos procesados por las campesinas y ver las posibilidades de qué nuevos productos elaborar o procesar.

El grupo Chorotega

Mejor dejamos a doña Magali Jirón, para que nos hable de todo este rollo.

“Yo primeramente trabajé en un grupo que se llamaba “Frutas Frescas”, conformado por 11 mujeres que producíamos y procesábamos vinos de flor de jamaica, tigüilote y coyolito.

En este grupo hubo problemas de coordinación y comercialización, y en el año 2000 nos tuvimos que separar. En el año 2001 la Asociación Nochari,

conformó un nuevo grupo que se llama Chorotega, y es en el grupo que yo estoy ahora. En este nuevo grupo somos 17 mujeres productoras y 4 que nos encargamos de elaborar los vinos.

El grupo está funcionando bien, tenemos una Junta Directiva, Comités de trabajo, y una persona responsable de la producción y otra de la comercialización.

Como todo inicio es difícil, tuvimos momentos en que algunas de las compañeras dudaban de la experiencia de otras, pero lo que sucedía realmente era que estábamos mal organizadas, trabajábamos de forma independiente, cada quien administraba y comercializaba a su gusto y el vino que estábamos sacando o produciendo no tenía buena calidad, no disponíamos de un buen filtro, de buen envase, ni de etiquetas para la presentación del producto”.

Acumulando experiencias

Para resolver lo del envase, al inicio teníamos que comprar botellas de segunda mano en Managua, pero como se pusieron escasas tuvimos que comenzar a envasar en botellas plásticas, pero muchas personas nos reclamaron, incluso hasta los del Ministerio de Salud (MINSA), tuvieron que ver con lo del envase. Lo que pasa es que conseguir las botellas de vidrio es fregado, aquí





en Nicaragua son escasas y si uno las trae de otro país son caras, en Costa Rica por ejemplo cuesta una botella 60 centavos de dólar, y esto hace que nuestros costos de producción se eleven y por lo tanto que el producto sea más caro.

En la medida que transcurría el tiempo, fuimos acumulando experiencia y estos problemas se fueron aminorando.

Con la ayuda del equipo de Nochari nos organizamos mejor, y ellos nos capacitaron para mejorar la calidad de nuestro vino, utilizando ingredientes naturales, además nos apoyaron para la compra de un filtro en el exterior y nos dotaron de algunos equipos.

Despuécito gestionamos ante el Ministerio de Salud el registro sanitario y logramos elaborar la etiqueta de nuestro producto para tener una mejor

presentación y hoy hasta licencia de comercialización tenemos. Lo bueno es que nosotros producimos nuestra propia materia prima, la tenemos en nuestros patios, por ejemplo, un palo de nancite nos da suficiente para producir 200 litros de vino.

El vino y otros productos

Y es que la verdad de las cosas producir vino es rentable. El costo para producir un litro de vino es de 12 córdobas, sin incluir la mano de obra, y nosotros lo comercializamos a 50 córdobas el litro. Obtenemos un margen de ganancia bruta de 38 córdobas.

De esta ganancia una parte la destinamos a la administración, para lo de la papelería y los salarios.

En lo que es la comercialización nos sentimos un poco débiles, sin em-

bargo, hemos avanzado, ahora participamos en las ferias agropecuarias y en la actualidad alquilamos un local donde además del vino vendemos otros productos que nos permiten aumentar nuestras ganancias.

En mi opinión creo que hemos avanzado mucho, confiamos en nosotras mismas, sabemos cosas que antes no sabíamos, tenemos muchos más conocimientos y lo mejor y más importante es que estamos dispuestas a ayudar a otras y otros para que salgan adelante.

SALSA DE TOMATE

Samulali

PRODUCTO CENTROAMERICANO HECHO EN
NICARAGUA POR INDUSTRIAS SAMULALI
MATAJALPA TEL. (502) 22781
(FAX) (502) 22781



Samulalí

la lucha por la salsa de tomate

Una zona bien fértil

Samulalí, al igual que Susulí, es una de las comunidades de origen indígena pertenecientes al municipio de San Dionisio, departamento de Matagalpa. El grupo indígena que estaba asentado en esta zona era el de los Matagalpas con influencia cultural del grupo de los Chontales o Chontayes. La presencia de estos indígenas o antepasados se ha comprobado gracias al hallazgo en estos lugares de osamenta o huesos humanos, al igual que cerámicas de uso doméstico.

San Dionisio se encuentra ubicado en el sector suroeste del departamento de Matagalpa. La cabecera del municipio se ubica a 37 kilómetros de la ciudad de Matagalpa y a 166 kilómetros de Managua, la capital de Nicaragua. Esta zona se caracteriza por tener un clima de sabana tropical, es una

zona bien fértil, las tierras son muy buenas para la agricultura, la ganadería, el cultivo de café, hortalizas y frutas; entre otros.

“Aquí no nos podemos quejar del terreno, las tierras son buenas, lo importante es saber trabajar, procurar tener un poco de todo en la finca”, nos dice don Rulpino Sánchez, un campesino de la zona.

Un estudio prendió la mecha

En 1976 el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE), inició trabajos de investigación en tomate en Samulalí, principalmente con las variedades de tomate de mesa, que es el tomate grande que se usa para las ensaladas; y con el tomate industrial, que es el que se usa para elaborar la salsa de tomate.

A raíz de estos trabajos de investigación y experimentación del CATIE, los campesinos empezaron a cultivar el tomate, aunque no le entraron de lleno al asunto porque en estos años los precios del maíz y los frijoles eran muy buenos en el mercado, pero no



así los de las frutas y verduras. Los que salían a vender frutas o verduras a la ciudad de Matagalpa no obtenían ganancias, lo que lograban sacar de la venta se les iba en el transporte.

El problema es que vendían por debajo de los costos de producción, además la producción era tanta en los meses de cosecha que saturaban el mercado. También tenían el problema de lo difícil que es tratar las frutas ya que son bien delicadas y necesitan de mucho cuidado. Todo esto resultaba complicado para los productores, por eso preferían comerse lo que podían y el resto que se perdiera, pues el precio regalado les quitaba la voluntad de ir a vender o de comercializar.

En 1986 el Centro Internacional de Cooperación para el Desarrollo Agrícola (CICDA), Organismo Internacional de origen francés, inició su apoyo a San Dionisio

realizando un diagnóstico o investigación socio económica de toda esta cuenca. Como el proyecto era para trabajar en la cuenca de San Dionisio y posteriormente apoyar en Esquipulas, se le llamó PRODESSA, que significaba algo así como Proyecto de Desarrollo de Esquipulas y San Dionisio. Hasta el año de 1990 esta institución fue conocida como CICDA-PRODESSA, pero en este mismo año se decidió legalizar dicha institución como un Organismo No Gubernamental con el nombre ya sólo de PRODESSA, que significa Centro de Promoción y Asesoría en Investigación, Desarrollo y Formación para el Sector Agropecuario.

La investigación realizada en 1986 señaló que hay una fuerte producción de frutas y hortalizas en algunas comunidades de la cuenca de San Dionisio, pero principalmente en la comunidad Samulalí.

Después del estudio la reflexión

En 1987 CICDA-PRODESSA inició un estudio de pérdidas post-cosecha del maíz en varias comunidades de San Dionisio, posteriormente apoyó en la construcción o fabricación de más de mil 800 silos metálicos para el almacenamiento de granos. También inició con un proceso de reflexión de pérdidas post-cosecha de frutas y tomate en Samulalí con más de 70 personas interesadas. En todo este proceso de reflexión se analizaba y discutía como a pesar de que la producción era abundante, ésta se perdía debido a la saturación del mercado, que además imponía un precio muy bajo a los productos en la época de cosecha.

Entre el equipo técnico de PRODESSA se tenía conocimiento de cómo otros productores de Centroamérica habían resuelto el problema de tener un producto que satura el mercado. La solución consiste en agregarle valor al producto, o sea que en lugar de cortar la fruta y venderla en el mercado, lo que había que hacer era procesarla y convertirla en un producto que se venda a un mejor precio.

PRODESSA también pertenecía a una organización latinoamericana llamada REDAR que significa Red de

Agroindustria Rural. A esta organización estaban integrados varios países como Honduras, Costa Rica, Guatemala, Panamá, Chile, Perú, Colombia, Ecuador, Cuba, República Dominicana y otros. PRODESSA pertenecía a REDAR Nicaragua. Pertenecer a esta organización le permitió al equipo técnico de PRODESSA conocer diferentes experiencias sobre agroindustria rural en otros países.

Al analizar los resultados de las distintas experiencias de los otros países y compararlas con la situación de Nicaragua, el equipo de PRODESSA llegó a la conclusión de que la agroindustria rural tenía una larga historia en Nicaragua, lo que sucedía es que la gente aquí no reconocía que por ejemplo, las cajetas, los gofios, los dulces, la leche de burra y otras confituras, eran el resultado de un proceso industrial rudimentario rural. El término de agroindustria rural no se conocía, no era familiar.

Después de la reflexión a la acción

Cuando en 1987 los de PRODESSA realizaron el estudio y proceso de reflexión sobre las pérdidas postcosechas de frutas y tomates en Samulalí, invitaron a los productores a proponer soluciones para evitar la pérdida de frutas en las fincas. De esto resultó el diseño de un proyecto para instalar una planta y su equipo necesario para procesar productos. En este momento también se analizó cuál era el producto que podía tener más impacto o demanda ya una vez procesado.

Después de todo un proceso de análisis y discusión en 1988, se llegó a la conclusión de que el tomate por ser el cultivo que más sembraban los productores de la zona de Samulalí, fuera el que se procesara como salsa de tomate, pero que también podían experimentar o hacer la prueba con frutas.

Para echar a andar el proyecto, en 1989, se juntaron entre unos 30 y 35 productores de tomate y frutas de la zona, que después se convirtieron en socios de la empresa, los cuales aportaron el terreno, los materiales de construcción y la mano de obra, para construir el local.

Este aporte fue de más o menos 2 mil 400 dólares. PRODESSA por su parte respaldó a estos productores con apoyo técnico y económico por un monto de 4 mil dólares para conseguir equipos para procesar. Entre estos equipos se compró por ejemplo uno llamado “despulpador”, que sirve para frutas y hortalizas y separa en el caso del tomate la semilla y la cáscara del jugo. Este equipo costó 2 mil dólares y se compró en 1988.



Para arrancar primero probar

A principios de 1989 iniciaron con la etapa piloto o de prueba, logrando procesar la salsa de tomate, mermeladas de naranja, grapefruit y mango, frutas confitadas de mango, naranja, papaya, grapefruit y granadilla, y vinagre natural de naranja. Con el tiempo se fue mejorando en la presentación de la salsa de tomate que era el producto de mayor demanda, al cual se dedicaron prácticamente de forma exclusiva.

“Lo primero fue probar la mezcla de ingredientes más idónea, que resultara mejor para que una vez ya embotellado el producto, no se perdiera”, nos platica don Rulpino Sánchez, campesino productor de la zona.

Componente de este proyecto era también darle empleo a la juventud de la comunidad, y en particular a las

jóvenes, durante los 3 meses de pilotaje además de establecer la fórmula para la elaboración de la salsa de tomate, las muchachas que trabajaban en la fábrica aprendieron a manejar la máquina y a controlar la calidad de la salsa de tomate ya que cada ingrediente tiene su proporción y su mezcla exacta, así como su tiempo de elaboración. Este proceso de controlar la calidad del producto y establecer un mecanismo de procesamiento mientras la gente se adiestraba en el uso de las máquinas duró unos 3 meses.

Después de la prueba a evaluar

A los tres meses del pilotaje el equipo técnico de PRODESSA y los productores hicieron una evaluación, los resultados fueron los siguientes:

Mermeladas: buen sabor y consistencia, tenían problemas por la falta de envases y además tenían poca demanda.





Frutas confitadas: buen sabor, problemas por la falta de envase, precio un poco alto y falta de algunos equipos para mejorar el proceso de elaboración.

Vinagre de naranja: buen sabor, tenían problemas de sedimentación en el producto y de muy poca demanda.

Salsa de tomate: buen sabor y muy buena demanda.

Don Manuel Gaitán, productor de la zona nos comparte su opinión: “En ese tiempo la gente no estaba lista para esos productos, otro gallo nos hubiera cantado si la gente hubiera tenido la costumbre de consumir esos productos, como ahora la tiene. Fijese que ahora cuando uno va a Matagalpa encuentra las frutas confitadas y la gente las compra y se las come y lo que son las mermeladas se venden mucho, pero a nosotros nos fue mal por la falta de costumbre. Tampoco nos fue bien con los jugos de mango y de naranja porque se nos ponían muy ácidos, hicimos esfuerzo pero siempre el líquido se nos echaba a perder,

además tenían al igual que el vinagre de naranja, el problema de la sedimentación. Ese primer año fue de aprendizaje, aprendimos a ver a largo plazo, también nos dimos cuenta que si queríamos vender la salsa de tomate, debíamos mejorar su presentación”.

“Cuando comenzamos el proyecto hubo una producción de 23 cajas mensuales de salsa de tomate, más de 250 cajas en todo el año (1989). Fue un tiempo de mucha experiencia que nos enseñó a pensar en sembrar para tener producción durante todo el año, porque sino se garantizaba el producto, la planta paraba la producción”, nos cuenta don Rulpino Sánchez.

“Los técnicos de PRODESSA nos explicaron que todos los productores nos teníamos que poner de acuerdo en la producción para abastecer la planta procesadora todo el tiempo”, nos dice por su parte don César López.

Los primeros pegones

Tanto los productores como el equipo técnico de PRODESSA, descubrieron que al envasar la salsa de tomate las botellas plásticas se encogían. Esto pasaba porque la mezcla tenía que envasarse caliente y por eso las botellas se encogían o reducían de tamaño. Otro problema que detectaron fue referente a los tapones. Vieron que lo mejor era usar tapones metálicos, pero como costaba conseguirlos tuvieron que resolver con tapones plásticos, aunque estos tenían la desventaja que acortaban o reducían el tiempo o la fecha de vencimiento de la salsa.

Conseguir los tapones no era nada fácil, por eso PRODESSA a través de unos contactos que tenía en Costa Rica les ayudaba en la compra de los envases, los tapones y la materia prima que se usaba para la salsa, la cual se hacía en ese país vecino.

Para decir verdad, la presentación de la salsa de tomate no era buena, la ventaja que tenían era su buen sabor, además como en esa época había escasez, no había un mercado establecido, por lo tanto no tenían competencia con otras salsas.

Expertos en la materia, pero...

En 1990, las 6 muchachas que trabajaban en la fábrica ya eran duchas en la materia, ya sabían cómo calcular, formular y hacer el producto. Habían aprendido a usar los instrumentos que sirven para la mezcla, logrando procesar y mantener la calidad del producto. Sin embargo los del equipo técnico de PRODESSA observaron que no había equilibrio entre lo que producían y el mercado, porque los productores habían logrado crear un sistema de producción que mantenía a la fábrica abastecida, entonces el problema es que no se lograba vender toda la producción.

La propuesta por parte del equipo de PRODESSA ante esta situación, fue la de contratar a una persona tiempo completo para que se hiciera cargo de la venta de la salsa de tomate, en otras palabras, de la comercialización del producto. El objetivo era equilibrar la producción y el mercado.

A competir se ha dicho

En este mismo año la Unión Nacional Opositora (UNO), gana las elecciones nacionales, y al poco tiempo las puertas del mercado se abren de par en par. En menos de un año comienzan a entrar otras empresas productoras de salsa de tomate, lo cual prácticamente obliga a los productores de Samulalí a mejorar la presentación de su producto para poder competir. Una de las primeras iniciativas que toman es la de cambiar los envases de plástico y conseguir botellas de vidrio de reciclaje. Las botellas las compran en Matagalpa a unos señores que se encargan de comprar botellas en

carretones y los tapones los compran en Managua a una empresa llamada Briomol. En todas estas gestiones les apoya PRODESSA.

En 1991 se contrata a un señor de Matagalpa de nombre Octavio, para que se hiciera cargo de la comercialización de la salsa de tomate en Matagalpa. Este señor en poco tiempo estableció un buen mercado logrando equilibrar así la producción con la demanda del mercado.

La Cooperativa Agroindustrial de Samulalí

En 1992, la pequeña Fábrica o empresa de Samulalí, se estableció como “Cooperativa Agroindustrial de Samulalí”, con 12 socios, el resto de aquellos 30 ó 35 del año 1988, sobre el camino se vinieron desgranando como una mazorca de maíz por diversas razones, la verdad es que en este tipo de proyectos arrancan el

montón y al final terminan 3 ó 4.

La Cooperativa en este tiempo producía 200 cajas de salsa de tomate cada mes y todas se lograban vender porque la realidad es que esta salsa tenía mucha demanda en Matagalpa.

Cuando menos se lo esperaban, se les vino un gran problema: la plaga conocida como la mosca blanca atacó los cultivos de tomate y como ya no era tan fácil, como en los años ochenta, conseguir los venenos o productos químicos, por la falta de reales, no pudieron controlar la plaga. “Esto fue grave, nos quedamos sin la materia prima principal para hacer la salsa de tomate”, recuerda don Rulpino Sánchez, socio de la Cooperativa. Para seguir produciendo y no perder el mercado, tuvieron que comprar el concentrado de salsa de tomate a la Empresa Valle de Sébaco. También compraron concentrado a otras empresas como La Nestlé, La Delta Comercial y La Briomol.

Comprar el concentrado para la salsa aumentó los costos de producción porque no es lo mismo producir el tomate, que comprar el concentrado, que cuesta más por estar ya procesado. Pese a toda esta situación lograron mantener la Cooperativa a flote y con buena ganancia porque la ventaja de esta salsa era su buena calidad, su buena fórmula.

Clavos y más clavos

En 1995 se presentó un nuevo problema; la persona que estaba a cargo de la comercialización, don Octavio el señor de Matagalpa, dejó de trabajar para la Cooperativa, debido a que tuvo problemas con los socios por haber utilizado dinero de la empresa para prestarlo a otra gente. A este señor le iba bien como prestamista, el problema y lo que molestó a los socios es que lo hacía con el dinero de la Cooperativa.

A partir de este problema las cosas empezaron a marchar mal respecto a

la comercialización. “Fue una suma de mal tiempo, mala suerte y falta de organización”, sostiene don Manuel Gaitán, socio de la Cooperativa.

Para mientras conseguían otro comercializador la Cooperativa le dio un adelanto de 2 mil dólares a una persona para que les comprara concentrado de salsa de tomate, esta persona murió y no pudieron recuperar la plata, razón por la cual la Cooperativa casi quedó en quiebra.

Para hacerle frente a esta situación tuvieron que hacer un préstamo al Banco de Crédito Campesino de San Dionisio.

Con lo que sacaron de producción lograron pagar el préstamo pero como la situación de la producción se volvió irregular tuvieron que recurrir a hacer más préstamos.

Una de cal y otra de arena

Durante los años de 1996 y 1997 la Cooperativa contrató a una administradora a tiempo completo. Esta persona en este período consiguió mantener la Cooperativa con ganancias, pero al final terminó renunciando debido a que un hermano de ella, quien se había hecho cargo de la comercialización perdió un dinero de la Cooperativa.

Después de este tiempo la producción se volvió cada vez más irregular, conseguir el concentrado de salsa de tomate con el mismo ritmo de antes se convirtió en un serio problema, la Empresa Valle de Sébaco dejó de vender el concentrado, y para acabar de rematar la plaga de la mosca blanca ataca nuevamente el cultivo de tomate, entonces se da la escasez de tomate y por lo tanto sube el precio en el mercado. La caja de tomate que se vendía a 20 córdobas, sube a 100 córdobas. Tomando en cuenta esta

situación no resultaba ganancioso procesar el tomate, se le ganaba más vendiéndolo sin procesar en el mercado.

Para el año 2001 la Cooperativa estaba produciendo apenas 31 cajas de salsa de tomate al mes, sin embargo hubo meses en que no producían. “Esta empresa toda rústica, nos eleva los costos de producción, la materia prima nos sale bastante elevada y como si fuera poco nos toca competir con grandes empresas”, sostiene César López, uno de los socios de la Cooperativa.

La competencia es arreacha

Y es que realmente la competencia con las otras marcas o empresas era fuerte. Habían 13 marcas productoras de salsa de tomate en el mercado de la zona como la Kern's, la Regia, la Especial y otras más pequeñas que producían más de 600 cajas de tomate

de 24 unidades cada mes. La ventaja de estas marcas es que tienen producción continua todo el año y una buena estrategia de comercialización.

Toda esta situación ha llevado a la Cooperativa a perder clientes, de los 70 clientes que tenían antes ahora sólo cuentan con 10. También han perdido buenas oportunidades de negocios en el mercado nacional. Una empresa, por ejemplo, les propuso comprarles 300 cajas de salsa de tomate mensualmente, pero por la falta de efectivo para producir no pudieron hacerle frente a la oferta.

La realidad es que es muy difícil y casi imposible hacerle frente a este tipo de ofertas cuando hay deudas de por medio y este es el caso de la Cooperativa de Samulalí, que en la actualidad carga sobre sus hombros con dos buenas jaranas, una de 50 mil córdobas con el Banco de Crédito Campesino de San Dionisio, y la otra de 2 mil dólares con PRODESSA,

deuda que se viene arrastrando desde 1989.

Otro problema que enfrentan es que los mismos socios de la Cooperativa se auto prestan dinero para sembrar, el clavo es que cuando no producen consecuentemente no pagan, quedando la Cooperativa en números rojos y con la obligación de producir para hacerle frente a sus deudas.

De rodillas pero no muertos

Actualmente el Banco de Crédito Campesino de San Dionisio y otras personas, le han propuesto a la Cooperativa comprarle la empresa, o sea la planta procesadora, pero los socios no aceptan esta propuesta porque creen que aún pueden levantar cabeza para salvar la empresa, mejorando la comercialización y consiguiendo lo necesario para sembrar.

En estos 12 años de experiencia, sorteando las altas y bajas del mercado, los socios de la Cooperativa Agroindustrial de San Dionisio, han encontrado algo positivo: la agroindustria campesina promete mejorar la vida de los campesinos (as), y hasta la fecha no se han explorado todas las posibilidades de esta iniciativa.