

**International Symposium-cum-Workshop**  
**"Resource Utilization: Globalization and Local Structure "**  
**Monterrey, Mexico, November 18 – 22, 2002**

**Los fenómenos de proximidad y los Sistemas agroalimentarios localizados: el caso de Santa Cruz de Turrialba**

Cascante- Sánchez,, Maricela <sup>1</sup> y Boucher, Francois <sup>2</sup>

**1- Consideraciones teóricas:**

Las concentraciones de empresas y servicios ubicadas en ciertas localidades, y los fenómenos ligados a su interacción y desarrollo, han sido objeto de estudio por parte de diversos autores desde hace años. Como resultado de estas reflexiones se han definido algunos términos aplicables a ciertas realidades y circunstancias muy específicas. Tal es el caso de la definición del término “cluster” referido a un agrupamiento de empresas de un mismo sector a nivel de un territorio dado. (Porter, M. 1998) De igual forma el término “distritos industriales” ha sido empleado para describir concentraciones industriales que se benefician de los efectos positivos ligados a fenómenos de proximidad de las empresas observadas. (Marshall, A. 1920) Estos conceptos fueron retomados posteriormente en diversas latitudes para explicar algunos fenómenos sobre concentraciones industriales.

En el marco del estudio de la AIR (Agroindustria Rural), también se han observado “concentraciones de AIR”, basadas en agrupamientos de estas empresas en territorios rurales determinados, alrededor de ciertos productos. Las concentraciones de AIR se han definido como un agrupamiento de empresas AIR en territorios cuyas condiciones climáticas, de suelos, socioeconómicas y culturales son favorables a su reproducción (Requier-Desjardins, D. 1997). Con base estos fenómenos, se ha desarrollado todo un marco teórico-metodológico que reúne éste y otros conceptos que definen el “*Sistema Agroalimentario Local*” (SIAL) como: *aquel sistema constituido por organizaciones de producción o servicio (unidades agrícolas, empresas agroalimentarias, comercios, etc.) asociados mediante sus características y su funcionamiento, a un territorio específico.* En este caso el *territorio* es un espacio que ha sido elaborado y construido histórica y socialmente, está marcado culturalmente y en el cual hay regulaciones institucionales. Asociados al territorio pueden identificarse los *fenómenos de proximidad* que son resultado de la cercanía de los actores y comprenden tres elementos claves: un aspecto *tecnológico* en busca de *soluciones técnicas y organizacionales*, un *crecimiento endógeno* fundamentado en las *externalidades de capital humano* y la *confianza entre los actores* (Requier-Desjardins, 1997)

La eficacia de las actividades económicas en el territorio están fuertemente condicionadas por las relaciones de proximidad y de pertenencia a este espacio caracterizadas por una historia común. La constante interacción entre los actores puede dar origen a *acciones colectivas*, que son aquellas en que los individuos se movilizan para lograr algunos fines compartidos. Además, el concepto del territorio está unido al elemento “*terruño-territorio*” que es un espacio de relaciones muy estrechas entre los habitantes y sus raíces territoriales, y a un sistema local de innovación. Dentro de ese territorio se combinan los productos, las personas, las instituciones, su saber hacer, sus redes de relaciones, sus costumbres alimentarias, etc., para producir una forma de organización agro-alimentaria en un espacio determinado.

La territorialidad es el efecto del territorio visto como *recursos estratégicos* de los actores económicos integrando a un espacio de proximidad. Está fundamentada en cuatro elementos que son el sentido de pertenencia, la transmisión de conocimientos tácitos, el efecto permanente y la fuerza de los actores individuales. (ver: Resumes de communications, Colloque Les systèmes agroalimentaires locaux, 2002)

---

<sup>1</sup> Universidad Nacional de Costa Rica, Direcciones Académicas. mcascan@una.ac.cr

<sup>2</sup> IICA-PRODAR-CIRAD. fboucher@cirad.fr

Las concentraciones pueden caracterizarse por tener *ventajas pasivas* que son elementos específicos del territorio, y *ventajas activas* que se obtienen de la activación de las ventajas pasivas mediante acciones colectivas. La activación del SIAL se basa precisamente en la “activación” de las ventajas pasivas mediante la concepción y puesta en marcha de estrategias y planes de desarrollo formulados de forma participativa con los actores.

Todos estos elementos se han conjugado en una novedosa estrategia metodológica que permite su análisis en los casos SIAL de América Latina.

## 2- Metodología

Como punto de partida para la investigación del SIAL, se utilizó la identificación previa de una serie de concentraciones de AIR presentes en diversos países de América Latina (Costa Rica, Panamá, Colombia, Ecuador y Perú) mediante el levantamiento de los Diagnósticos sobre AIR efectuados por PRODAR-IICA (Programa Cooperativo para el Desarrollo de la Agroindustria Rural) y otros estudios complementarios (Cascante, M. 2000) alrededor de productos como la panela, quesos artesanales, bocadillos de fruta, almidón agrio de yuca, etc.

La metodología propuesta en estos estudios comprende el establecimiento de los siguientes elementos:

**a)- Diagnóstico rápido:** una vez identificado el sector o actividad de interés sobre la cual se quiere investigar sobre la existencia de un SIAL, se procedió a efectuar un diagnóstico rápido mediante visitas de comprobación al sitio. Éste tuvo como fin la comprobación de dos elementos básicos: la existencia de una relación entre las empresas que origine un capital social, y la posible “delimitación” del “territorio” en los términos antes expuestos.

Además, este primer acercamiento debe brindar información sobre los actores principales y secundarios presentes.

**b)- Recolección de información básica:** aplicando la técnica de entrevista abierta a una muestra del 10% estimado de los actores más importante del SIAL, o sea las empresas AIR. Esta entrevista tenía por propósito: identificar los tipos de empresas presentes, sus orígenes, las relaciones que mantienen con otros actores, el tipo de producto que elaboran, su saber hacer, su percepción sobre las ventajas y desventajas locales, la integración en acciones colectivas, etc.

**c)- Historia común:** con el propósito de identificar la historia común del SIAL, las ventajas activas y pasivas, de construir las redes de relaciones y las acciones colectivas, se llevaron a cabo otras entrevistas abiertas a los dirigentes de las fuerzas vivas locales, las instituciones gubernamentales que brindan servicios en el territorio, los actores secundarios del SIAL, personajes de mayor edad y conocimiento de la zona, etc.

**d)- Redes comerciales:** para el análisis de las redes comerciales, construcción de precios y destino del valor agregado, se entrevistó a otros actores de la cadena, comerciantes y consumidores locales y fuera del SIAL.

**e)- Definición del “territorio”:** se efectuó con la suma de todos estos elementos y la ayuda de mapas y herramientas de posicionamiento geográfico.

**f)- Taller de mapeo participativo:** toda la información anterior se sometió a juicio de todos los actores del SIAL mediante la presentación de un primer informe sobre los resultados en un Taller Participativo de Activación. La finalidad de este Taller era la confrontación de los diversos actores ante la realidad, mediante el método de espejo, así como la valoración y corrección de los resultados mismos por medio de una construcción participativa. Un objetivo primordial del Taller de Activación es precisamente la elaboración de propuestas de activación para el propio SIAL.

La metodología de estudio del SIAL se encuentra en actual construcción y validación mediante el análisis y discusión de nueve casos SIAL en América Latina. La sistematización de la información obtenida mediante aplicación de esta metodología, ha permitido un primer análisis

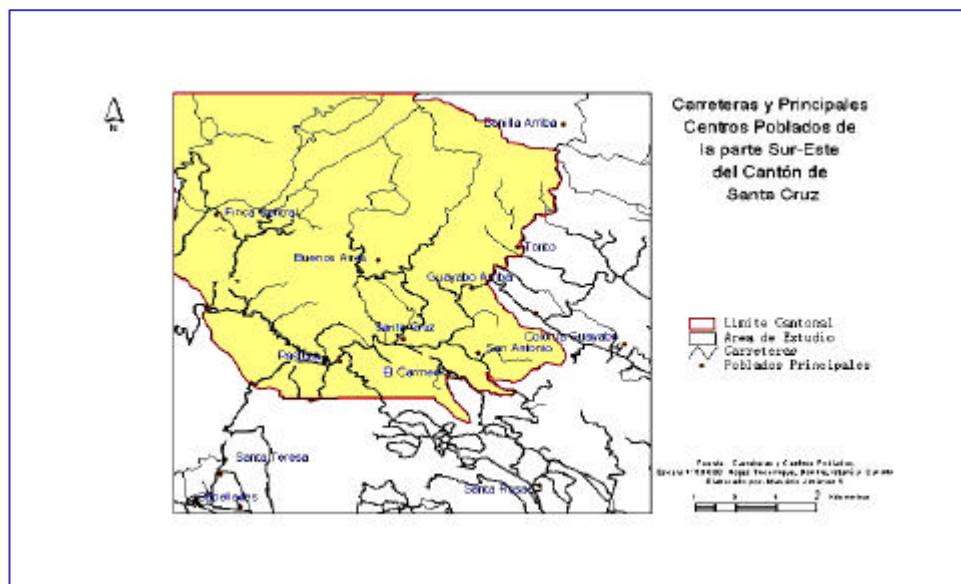
de este caso SIAL. Algunos de sus resultados preliminares en términos de la definición del territorio SIAL, sus actores y relaciones se presentan a continuación.

### 3- Resultados

#### 3.1- Territorio e historia común actores principales:

Con base en el análisis de la información recolectada se definió el territorio del SIAL como el área correspondiente al Distrito de Santa Cruz de Turrialba, cuyas características físicas, históricas y organizativas comprenden la totalidad de acciones y funciones del SIAL. El distrito de Santa Cruz está ubicado al noreste de la cabecera del cantón de Turrialba, en una zona montañosa a alturas entre los 900 y 3200 msnm (Miguel Salguero, 2000:116 ss) y comprende varios caseríos. Entre los poblados de este distrito están: El Carmen, San Antonio, Calle Vargas, Calle Leiva, La Pastora, Buenos Aires, Las Virtudes, La Cinchona, San Rafael, Guayabo arriba y El Torito. Ver ubicación geográfica.

**Figura 1. Mapa del Distrito de Santa Cruz de Turrialba y sus caseríos**



Fuente: Elaboración propia

Este territorio cubre una superficie aproximada de 127.40 Km<sup>2</sup> y posee 3,274 habitantes (según IFAM 1992:89). Entre sus recursos el territorio presenta una temperatura promedio está entre los 10 y 19° C, una precipitación anual 3000-3500 mm y una humedad relativa del 85%. Sus suelos son de origen volcánico con aptitud a la explotación ganadera de leche. Los alrededores del distrito de Santa Cruz de Turrialba, se han caracterizado por una creciente actividad centrada en la ganadería de leche, cuyo origen coincidió con la colonización agrícola de la zona hace más de un siglo. Para los años 60, ya se había introducido el pasto “quicullo” en la zona, se iniciaba la producción ganadera intensiva y el correspondiente mejoramiento de los pastos y apartos. Las fincas se dividieron cada vez más pasando a ser ocupadas por productores ganaderos más pequeños en fincas con un promedio de 7 Ha. Actualmente, la mayor parte de los lecheros de esta zona se ubican a los largo de los caseríos de este Distrito y con el paso de los años, el queso se ha convertido en el producto elaborado más importante de la zona (Ivankowich, C. y Aguilar, F. 1989). Se estima que un 70% del queso fresco popularmente consumido a nivel nacional, proviene de los alrededores del Volcán Turrialba. (Boucher, F. y Blanco, M. 1991)

### **3.2- Actores principales y sus relaciones: capital social**

#### **3.2.1 Tipología de las queserías presentes en el SIAL:**

Los actores principales de este SIAL son los dueños de las queserías, las cuales tienen como característica común su organización primordialmente familiar. Dentro de estas queserías se estableció una tipología con base en su diferenciación tecnológica según su tamaño y la clasificación de la AIR en “tradicional e inducida”, las categorías de actores principales para en este caso son: la quesería artesanal (o tradicional) y la miniplanta quesera (o inducida).

Las empresas familiares que producen queso artesanal cuentan con un arraigo cultural más fuerte que las miniplantas. Un 60 % de estas empresas laboran dentro del sector informal y poseen importantes limitaciones de calidad y en la comercialización de sus productos debido a que no poseen marcas ni registros sanitarios. Estas queserías integran la producción lechera a la elaboración de quesos mediante procesos manuales con técnicas y equipos rudimentarios (tecnología artesanal). Estas microempresas utilizan generalmente leches enteras con alto contenido graso, bajos rendimientos por kilo de queso procesado (6:1).

Se estima que, en toda la región de las faldas del Volcán Turrialba unos 400 pequeños productores lecheros que ocasionalmente elaboraban queso artesanal, unos 250 de ellos eran productores estables durante todo el año, mientras que los demás recurrían a la elaboración de queso en época de lluvias cuando la producción de leche es alta. Después de la crisis sufrida en 1990, el número de lecheros y queseros se redujo y actualmente existen dentro del territorio del Distrito Santa Cruz de Turrialba, unos 150 productores de queso artesanal (esta es la población meta de la cual se obtuvo la muestra para este estudio). Las miniplantas procesadoras que constituyen el segundo grupo de actores principales dentro de este SIAL, fueron creadas en 1989 como producto de la intervención del Ministerio de Agricultura y Ganadería, la Central Agrícola Cantonal, la asesoría de la Cooperación Suiza y los fondos del BID. En ese año se llevó a cabo un Programa de Queserías Rurales en la zona y por este medio se fundaron inicialmente 17 miniplantas privadas o cooperativas, a las que más tarde se unieron otras. Algunas de estas miniplantas pertenecían a familias de la zona con experiencia en la elaboración de queso artesanal que decidieron posteriormente modernizar su producción. Las miniplantas utilizan tecnología adaptada, con medidas más estrictas de calidad y operan dentro del sector formal de la economía. No obstante, también poseen problemas de comercialización debido a la competencia interna. Estas 17 plantas iniciales procesaban unos 35.000 litros de leche o 5.000 kilos de queso diarios y 600 kilos de natilla (Yee, M.1994).

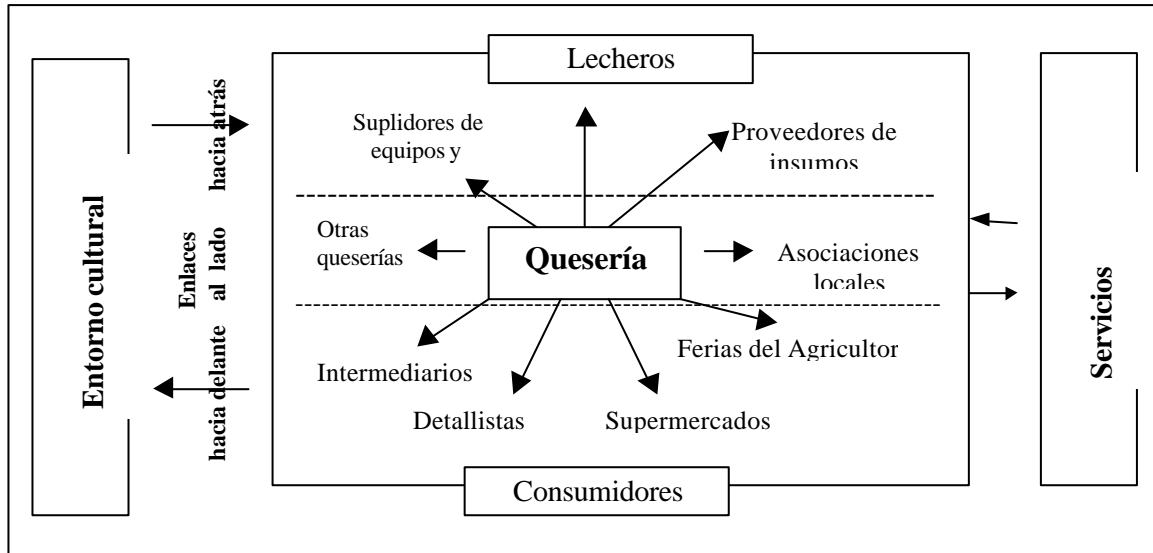
#### **3.2.2 Redes de relaciones**

Las queserías mantienen diferentes vínculos con otros actores tanto dentro como fuera del SIAL. El diagrama de la Figura 2., muestra de forma esquemática estos vínculos o enlaces hacia al lado, hacia atrás o hacia delante (antes, durante y posterior a la producción del queso).

**Enlaces hacia atrás:** las queserías artesanales presentan enlaces hacia atrás más fuertes ya que, el 100% de ellas posee una integración vertical con la producción lechera, mientras que las miniplantas se han especializado básicamente en el acopio de materia prima (leche) y las labores de transformación del queso y sus derivados. Entre los suplidores locales de leche de las miniplantas se encontró una controversia entre la posibilidad de especialización en la extracción y suministro lechero y la utilización de su leche para elaborar su propio queso, debido a los problemas en el recibo y pago de la leche por parte de las miniplantas y a la nueva competencia por la introducción de leches procedentes de otras localidades. Además, se identificaron y caracterizaron sus relaciones con distribuidores de insumos agropecuarios, distribuidores de insumos para el queso, distribuidor de medicamentos, distribuidores de productos para desinfección y limpieza, representantes de agencias de distribución y de mantenimiento de equipos de ordeño, artesanos locales dedicados a la elaboración de

instrumentos y utensilios en acero inoxidable y representantes de agencias de distribución y mantenimiento de equipos de procesamiento. Algunos de los cuales operan a nivel local al menos en cuanto a la distribución y suministro.

**Figura 2. Cadenas de producción local y mercadeo**



Fuente: Elaboración propia con base en Nadvi, K y Schmitz, H. 1994

**Enlaces hacia al lado:** dentro de un ámbito geográfico tan limitado como el de este SIAL, tanto las queserías artesanales como las miniplantas exhiben relaciones de competencia entre sí, en términos de los recursos locales, tales como la materia prima, la mano de obra y las oportunidades para vender su queso. Ambos grupos se identifican entre sí como competencia, pero ésta es menos acentuada en aquellos casos en que se cuenta con un producto y mercado estable. Además, los actores principales compiten por el mercado con plantas más grandes localizadas en los alrededores que no son tipo AIR.

**Enlaces hacia adelante:** ambos grupos de actores principales se relacionan con sus compradores de manera formal e informal. La vinculación con un determinado actor y su complejidad dependerán del tipo de quesería de que se trate, así por ejemplo, las unidades productivas más “desarrolladas” integran en su actividad un mayor número de etapas dentro de la cadena alimentaria, tales como transporte y comercialización (y los actores involucrados), mientras que tienden a reducir aquellas etapas concernientes a la producción pecuaria y extracción de leche mediante el acopio. Contrariamente, las empresas más tradicionales y pequeñas integran con mayor frecuencia la producción lechera propia de su cultura local, mientras que las etapas de transporte y comercialización que demandan capital “extra” y buenas vías de comunicación no se pueden cubrir.

En este caso las queserías presentan una amplia variedad de estrategias para vender su queso que van desde forma directa en su finca, mercados cercanos o lo entregan a los intermediarios que acuden a sus fincas y trasladan el producto a la zona Metropolitana del país. Muchos de estos productores utilizan la familia o un círculo de conocidos o compañeros para colocar su reducida producción y asegurar su venta. Las miniplantas tienen un mercado un poco más estable en comparación con las artesanales y colocan su producto en comercio detallista o mayorista mediante contratos formales e informales.

Dentro de este diagrama resaltan también la participación de servicios de apoyo institucional, de transportes e información, por un lado y todo el bagaje cultural e histórico común por el otro.

Toda esta información permitió elaborar diagramas sobre precios, canales de comercialización y destino del valor agregado de la producción, que no se han incorporado en esta comunicación por falta de espacio.

#### 4- Algunas conclusiones generales

En resumen la metodología aquí planteada y aplicada a este caso SIAL permitió llegar a las siguientes conclusiones:

- Los recursos estratégicos físicos y geográficos, del Distrito de Santa Cruz de Turrialba brindan condiciones para el establecimiento y desarrollo de un SIAL.
- Pudo constatarse que existe dentro del territorio SIAL un alto nivel de comunicación y relacionamiento entre los actores principales, así como una cultura común de sus pobladores y vecinos que han desarrollado un sentido de pertenencia ligado al territorio SIAL. Ésta constituye un potencial para la difusión de información, el fortalecimiento de la cooperación interna y la activación del SIAL.
- Las relaciones que se establecen entre los actores principales y con otros actores dentro del SIAL, dan origen a un *capital social* que se expresa en sus acciones colectivas, procesos de información e innovación y otras características.
- Se constató que los actores buscan información y conocimientos en su círculo familiar en primer lugar y en sus amistades locales posteriormente y que este es el medio más utilizado para la difusión de la escasa “innovación” presente y del “saber hacer”. Estos elementos develan la presencia de *fenómenos derivados de la proximidad* manifestados en la búsqueda de soluciones técnicas comunes y organizacionales, el crecimiento endógeno fundado sobre las externalidades de capital humano y la confianza entre ellos.
- No obstante, existen algunas limitaciones derivadas del funcionamiento del mercado, que pueden llegar a afectar a largo plazo este crecimiento endógeno en favor o detrimento de los actores principales. Entre los fenómenos de proximidad también se identifican algunas relaciones de exclusión e inclusión grupal.
- Las relaciones de proximidad manifestadas dentro del SIAL generan *externalidades* favorables al crecimiento de una o varias empresas, o sea que las externalidades construidas por una empresa pueden llegar a afectar de manera positiva a las demás. En este sentido, el queso originario de Santa Cruz ya tiene una fama y prestigio bien posicionados en el mercado nacional. Aunque existen algunas fallas de calidad, hay una experiencia previa tácita en el manejo y la comercialización de sus productos queseros sin haber recurrido nunca a canales de divulgación formales. Esta externalidad afecta de manera conjunta a cada productor de queso dentro del SIAL.
- Entre las *acciones colectivas* manifestadas por los actores del SIAL se identifican acciones formales e informales. Las acciones colectivas formales dentro del SIAL se materializan en la existencia de organizaciones como la *Asociación de Miniplantas queseras de Turrialba* (ASOPLUT) y la “*Asociación de productores agropecuarios de Santa Cruz de Turrialba*”, que agremian a gran parte de los dueños de las queserías locales y responden a objetivos comunes muy concretos. Existen también acciones colectivas informales tales como la organización de la Feria del Queso a nivel nacional, la transmisión de conocimientos, saber hacer e informaciones entre familiares y amigos. Recientemente, se hacen esfuerzos por buscar una marca común con denominación de origen.
- El SIAL identificado en este caso podría ser sujeto de “activación” de las “ventajas pasivas” en él presentes, tales como la historia, tradición y experiencia de sus actores, sus recursos físicos diferenciados de clima, una marca común y de suelos, pastos y hato lechero, así como la fama y prestigio de sus quesos a nivel nacional.
- Entre sus ventajas activas pueden enumerarse los procesos de obtención de una marca común con denominación de origen, el mejoramiento de la calidad y posicionamiento en el mercado de sus productos con mayores ventajas competitivas.

- Es necesario llevar a cabo esta conciliación entre los actores principales del SIAL con participación de otros actores presentes en el territorio, y que las organizaciones aprovechen mejor la cultura común. Algunas acciones inmediatas como el registro de origen del queso de Santa Cruz de Turrialba, establecer sus tipos, variedades y calidades de quesos crudos y pasteurizados, y una agresiva campaña comercial a nivel nacional con apoyo del Gobierno podrían fortalecerse con estos recursos tácitos.
- Existen también en el SIAL algunas desventajas derivadas de la proximidad y cercanía local, como lo es la práctica de la competencia desleal, que se traduce en la venta de quesos de mala calidad a precios muy bajos que perjudicaba directamente la venta de mejores calidades a los intermediarios. Este hecho se constituye en una “externalidad negativa” que pone de relieve el claro efecto que tiene el accionar de un quesero sobre los demás y el éxito individual de sus empresas.

## 6- Bibliografía

- ASOPLUT. 2000.** “Modernización y comercialización: plantas y producción quesera de la zona de Turrialba”. Propuesta a los Fondos de Reconversión Productiva del CNP.
- Boucher, F y Blanco, m. 1991.** “La Agroindustria rural en Costa Rica”. PRODAR/IICA. San José, Costa Rica.
- Boucher, F. 2001.** “Futuro de la quesería de Cajamarca”. Serie Documentos de Trabajo SIAL No.10. IICA-CIRAD-CIAT. Lima.
- Cascante-Sanchez, M. 2000.** “Entwicklungsmöglichkeiten und Perspektiven der ländlichen Agrarindustrie..”. Techtum Verlag. Marburg Lahn. .
- IFAM. 1992.** “Cantones de Costa Rica”. 6 Ed. IFAM. San José.
- Ivankowich, C. y Aguilar, F. 1989.** “Generalidades sobre motivaciones asociadas al consumo de queso”. CITA. Costa Rica.
- Kilksberg, B. 1999.** “Capital Social y cultura, claves esenciales del desarrollo”. In: Revista CEPAL 69.
- Marshall, A. 1920.** “Principles of economics”. Mc Millan. London.
- Masis, G. 1989.** “La elaboración de productos lácteos en Costa Rica”. Mimeo. San José, Costa Rica.
- Nadvi, K y Schmitz, H. 1999.** “Clustering and industrialization: Introduction”. World Development. 27:9.
- Porter, M.E. 1998.** “The competitive advantage of nations”. The Free Press. New York.
- Requier Desjardins, D. 1997.** “Globalización y evolución de la Agroindustria Rural en los países andinos: un enfoque sobre los Sistemas Agroalimentarios Localizados”. In: [www.cybercable.tm.fr](http://www.cybercable.tm.fr)
- Yee, M. 1994.** “Las queserías rurales de Costa Rica”. MAG, Turrialba, Costa Rica.
- Salguero, Mm. 2000.** “Cantones de Costa Rica”. Ed. Costa Rica.
- SYAL. 2002.** Colloque Les systemes agroalimentaires localices: produits, entreprises et dynamiques locales. Resumes des communications. Montpellier.