



Revista on line:

<http://atenas.utn.ac.cr>
www.infoagro.go.cr

Consejo estratégico:

Ing. Rodney Cordero Salas
 M.Sc. Eduardo Barrantes Guevara
 M.Sc. Javier A. Herrera Herrera
 M.Sc. Federico Arce Jiménez
 Xinia Marín González



Producción general:

Xinia Marín González
 XMG Publiactualidad S.A.

Coordinación

administrativa y técnica:

M.Sc. Eduardo Barrantes Guevara
 Dirección de Investigación y Transferencia

Consejo editorial:

M.Sc. Eduardo Barrantes Guevara
 M.Sc. Javier A. Herrera Herrera
 M.Sc. Federico Arce Jiménez
 Ing. José Fabio Alpizar Bonilla
 Ing. Rodney Cordero Salas
 M.Sc. Manuel Campos Aguilar
 Bach. Sonia Castro Sandí

Edición y revisión de estilo:

Xinia Marín González
 Sonia Castro Sandí

Periodistas:

Luis Castrillo Marín

Impresión:

Impresión Comercial, Grupo Nación

Fotografías:

Paulo Cuevas Marín
www.123rf.com

Diseño y Diagramación:

Johnny Quesada Alfaro

Circulación, promoción y ventas:

Xinia Marín González
xmarin@utn.ac.cr

Universidad Técnica Nacional, Sede Atenas
 Balsa de Atenas, Costa Rica
 Teléfonos: (506) 2455-1000 • 2455-1056
 Fax: (506) 2446-8000
xmarin@utn.ac.cr

La revista oficial de la Universidad Técnica Nacional (UTN) - Sede Atenas



Contenido


Normativa básica de sanidad e inocuidad para el establecimiento de una planta pequeña de lácteos.....	6
Productos lácteos con mayor valor agregado	14
Inversiones Monteco S.A. piensa en grande.....	20
Brindan crédito por ¢1.216 millones en la Zona Sur	22
Cetosis subclínica: una enfermedad metabólica silenciosa presente en las lecherías	25
Nueva Ley ofrece trato especial para terrenos productivos	38
Nutrición de precisión	42
Encadenamientos productivos en la microempresa agropecuaria, como base para el desarrollo rural	48
Esplendor de su porte intelectual	51
La brucelosis bovina en Costa Rica	56
Nuevo laboratorio fortalecerá proceso de enseñanza.....	60
Los cuatro factores más importantes que afectan el rendimiento del pollo de engorde (broiler) moderno	62
Efecto de los epibiontes en los sistemas productivos de camarón en Costa Rica	70
Buenas prácticas de manufactura en planta de alimentos para animales	76



Universidad Técnica Nacional (UTN)
 La Nueva Universidad Estatal de Costa Rica, Sede Atenas

Lic. Marcelo Prieto Jiménez
Rector

Ing. Rodney Cordero Salas
Decano



Encadenamientos productivos en la microempresa agropecuaria, como base para el desarrollo rural

► Caso de quesos Canaán



Félix Zumbado Morales

Investigador
ProDUS
Universidad de Costa Rica
felzum@hotmail.com

Las zonas rurales costarricenses y, en general, las latinoamericanas presentan grandes desafíos ligados a la supervivencia de las actividades productivas tradicionales y a la cultura de las mismas. Entre los principales retos que se pueden citar, se tiene la escasez de empleo y de oportunidades para iniciar emprendimientos, desigualdad de oportunidades laborales para las mujeres y jóvenes, migraciones, inapropiado manejo ambiental de los desechos, retrasos en la protección de fuentes de agua y, en mu-

chos casos, ausencia o falta de voluntad política para la aplicación de medidas de ordenamiento territorial.

Las soluciones que se plantean frecuentemente se centran en la generación de empleos en zonas rurales, dando énfasis a la inclusión de políticas de género, creación de microempresas, los encadenamientos productivos entre sectores económicos, la repartición equitativa de las ganancias y el incentivo del comercio local.

En el presente documento, aunque breve, se pretende mostrar, mediante un análisis de caso, los beneficios que se pueden generar al aplicar técnicas de innovación y encadenamientos productivos intersectoriales en las microempresas rurales.

Innovación, valor agregado y los encadenamientos

La innovación según Cruz, 2001 se define como el proceso de tomar una idea creativa y transformarla en un proceso, servicio o método de operación útil. En el caso de las actividades productivas agropecuarias y forestales, la innovación se puede dar al procesar o incluir procesos agroindustriales dentro de la cadena de producción; por ejemplo, fabricación de chips, harinas, pelado y congelado del producto, generación de subproductos como aceites, fabricación de artesanías, muebles, tableros y un gran sinnúmero de productos que se pueden desarrollar.

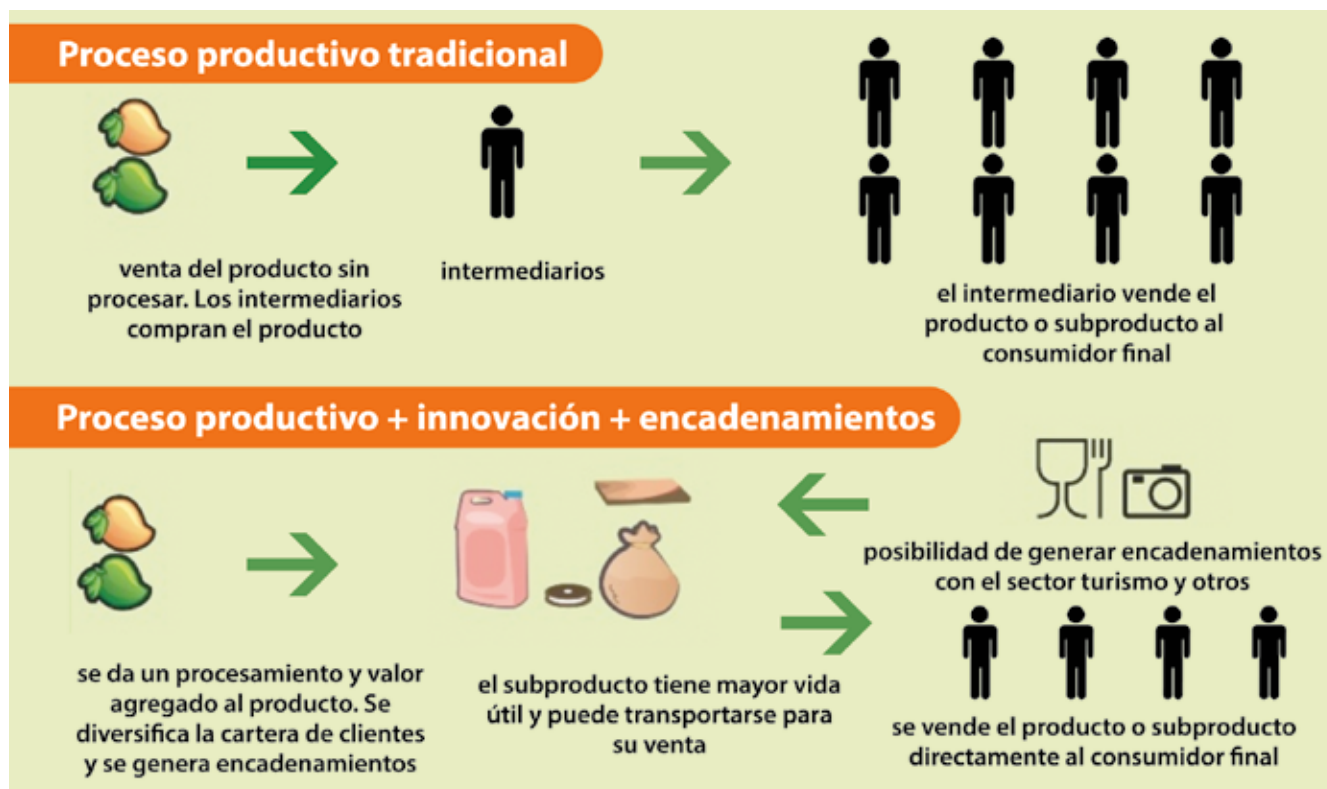


Figura 1. Esquema resumen del proceso productivo tradicional, en comparación con el que incorpora innovación y encadenamientos.

Fuente: propia

El objetivo de la innovación es abrir nuevas posibilidades a la empresa, mediante la generación de nuevos clientes; evitando la dependencia de un solo producto; disminuyendo los riesgos ante la llegada de la competencia; dando valor agregado al producto o productos actuales; con otras relaciones comerciales; incursionando en nuevos nichos de mercado; aprovechando los residuos de cosecha o subproductos, que se desperdician y cerrando ciclos energéticos, entre otras.

Los procesos de innovación deben responder a un objetivo concreto, de manera que las investigaciones o ensayos para iniciarlos puedan verse como una inversión que se pagará con los beneficios futuros. Algunos objetivos podrían responder a las necesidades de insumos de clientes potenciales o al ingreso al mercado de competidores, que pueden restar competitividad a la empresa,

El sistema económico actual es cada vez más exigente y obliga al productor a

mejorar sus sistemas tradicionales, utilizando la tecnología como un aliado que le permite acceder a conocimientos que, a la larga, le servirán para mantener su empresa en el tiempo.

Por medio de la innovación, se puede dar un valor agregado al producto y alargar el tiempo de comercialización del mismo. El ejemplo clásico costarricense es el café, en el que muchos productores han dejado de exportar el grano tostado para crear sus propias marcas, lo que les ha permitido obtener mayores ganancias y acceder a nuevos nichos de exportación.

Los encadenamientos productivos han generado oportunidades de relaciones con otros sectores comerciales, como el turismo, ejemplo los tours o recorridos del café Britt, don Ramón, Pittier, don Juan, Diríá, Espíritu Santo, Doka State, Coope Dota R.L, Golden Bean. También las ferias de productos representativos de cada zona aportan ese importante intercambio entre productores, comercio y mercado.

Gran parte de estas empresas poseen vínculos comerciales con operadores turísticos y empresas de alojamiento, las cuales se ocupan de recomendar la visita a los recorridos del café, como un atractivo turístico de importancia para la zona generadora del producto. Lo importante es que las dos partes se benefician con el acuerdo comercial.

En el caso de un hotel que envía turistas a un proyecto de agroturismo, éste se favorece al recibirlos y vender sus productos; al mismo tiempo que puede ofrecerles mayor cantidad de atractivos. Sí, además, el hotel utiliza productos elaborados en la zona estará apoyando los procesos para mejorar la calidad de vida de los pobladores locales. El consumo de productos locales es un atractivo extra del viaje.

Propensión a la adquisición interna

Este indicador muestra la preferencia de las empresas por adquirir productos locales y no importados (Ciarli y Giuliani, 2005).

Si se aplica este indicador al caso agropecuario, se confirmará que muchos de los productos agropecuarios se comercializan como materia prima, sin valor agregado; lo que limita las posibilidades de acceder a otras industrias, generando mayores ganancias para los intermediarios. Esto sucede en el sector agrícola, pecuario y pesquero, pues en muchas comunidades costeras se presentan las mismas limitantes para dar valor agregado al producto y generar encadenamientos.

Uno de los mayores retos es lograr que los productos locales se vuelvan competitivos, a nivel de precios y calidad. Cuando esto ocurre, es más fácil que se den relaciones comerciales locales.

Es importante destacar que debido a las condiciones de mercado, en algunos casos, los insumos importados son más baratos que los producidos a nivel nacional, ya que para ciertos productos en masa o volumen, se vuelve difícil la competencia. Ante estas circunstancias, el reto sería buscar la innovación para salir adelante.

En la figura 1, se ofrece un resumen del proceso productivo tradicional, en comparación con aquel que incorpora innovación y encadenamientos.

Encadenamientos en la zona de San Gerardo de Rivas, Pérez Zeledón

La zona de San Gerardo de Rivas es conocida como la entrada al Parque Nacional Chirripó. En el poblado se han desarrollado gran variedad de establecimientos, que ofrecen hospedaje turístico y servicios complementarios, como alimentación, recorridos, jardines, agroturismo y otros. La mayor parte de las empresas son de base local y generan empleo para las familias de la zona. En el mes de junio del año 2012, se visitó la zona como parte de un proyecto elaborado por ProDUS de la Universidad de Costa Rica y se logró entrevistar a los propietarios de la finca Quesos Canaán. Posteriormente, se completó la información con entrevistas telefónicas.



Figura 2. La Sra. Kattia Hernández participa activamente en el proceso de producción de queso. PRODUS, 2012

Breve historia de Quesos Canaán

En la comunidad cercana de Canaán, en San Gerardo de Rivas, Pérez Zeledón, se desarrolla el proyecto Quesos Canaán, propiedad de la familia Mata Hernández. Tradicionalmente, se ha dedicado a las labores agropecuarias, específicamente café y producción de leche.

En el año 2002, el señor Wilberth Mata y su esposa Kattia Hernández, realizaron un curso que se ofreció gratuitamente en su comunidad, sobre fabricación artesanal de quesos maduros, impartido por un suizo, Martin Chatagny. En principio

esta iniciativa, no tuvo gran acogida y la mayor parte de los asistentes abandonaron el curso, excepto ellos, por el compromiso que sentían con el instructor. Luego de esta experiencia, siguieron produciendo quesos ocasionalmente y sin mayor interés en el tema.

Como resultado del curso, la pareja entabló una gran amistad con el capacitador, quien acordó visitarlos en un par de años para ver el progreso del proyecto. Cuando se acercaba la fecha de recibirlo, decidieron retomar el proyecto de producción de quesos, logrando perfeccionar la receta y obtener un producto adecuado a la zona y condiciones de la finca (Figura 2).

Con la segunda visita y consecuente capacitación, depuran el proceso, logrando producir un queso de gran calidad (Figura 3).



Figura 3. Queso maduro, producido en la finca Canaán, con asesoría del experto Suizo, Martin Chatagny. PRODUS, 2012

Uno de los principales obstáculos que enfrentaron, fue que el queso maduro no era conocido en la zona, suscitando comentarios desalentadores sobre el proyecto.

El proyecto en la actualidad

Con el paso del tiempo, se expandió el mercado del queso, incluyendo a empresarios hoteleros de la localidad. El hotel Monteazul recomendó a sus clientes visitar dicha fábrica artesanal de queso, como un atractivo turístico de la zona. Esto alentó a los propietarios a incursionar en el agroturismo, con recorridos por la lechería y la fábrica. El hecho de iniciarse en esta nueva actividad, sin capacitación previa, presentó obstáculos; pero, con base en la experiencia diaria, se ha logrado generar un paquete turístico de calidad, muy apreciado por los visitantes.

Recorrido turístico

El recorrido consta de una visita a la lechería y otra a la fábrica artesanal de queso, con una duración aproximada de dos horas treinta minutos; sin embargo, pueden adaptarse a las necesidades del turista.

La primer parte se inicia con una explicación del trabajo en la finca, la historia del proyecto y su evolución. Se visita la sala de ordeño, operado en forma manual y se promueve el contacto de los visitantes con dicha actividad productiva. Se da una charla sobre las prácticas de manejo ambiental de los desechos de la finca y los procesos

generados para minimizar el impacto ambiental, tales como el uso de un biodigestor y producción de abonos con las excretas. También, se visita uno de los petroglifos, con la correspondiente descripción y significado del mismo. En la segunda parte del programa, se visita la fábrica artesanal de queso, ubicada junto a la vivienda de la familia. Los visitantes participan en el proceso de elaboración de cuatro quesos de aproximadamente 700 gramos. El paquete incluye una degustación de los productos, así como la opción de adquirir quesos maduros, algunos con especias.

En la actualidad, varios hoteles de la zona han generado encadenamientos con esta fábrica artesanal de quesos. Por ejemplo, el Hotel El Pelicano envía turistas y tiene en su página web una sección sobre la misma, como una opción a visitar. El Hotel Monteazul ofrece degustaciones gratis de este tipo de queso a sus visitantes y, constantemente, envía turistas al proyecto, lo que ha generado mayores oportunidades de ingresos para todas las partes.

En este proyecto, la innovación fue clave para generar un subproducto, darle valor agregado a la materia prima y forjar encadenamientos comerciales con otras empresas de la zona.

Hoy, la mayor parte de las ganancias se derivan de las actividades agropecuarias, representadas en la venta del queso, como acción principal y del turismo, complementariamente.

Lecciones aprendidas del caso:

- La generación de una marca comercial y una etiqueta para el producto, fue clave dentro del éxito del proyecto. En un principio no parecía necesario este esfuerzo; pero ahora los propietarios expresan que es una necesidad en su negocio.
- Los propietarios del proyecto resaltan como un logro, el poder demostrar con su experiencia, que no siempre se necesitan donaciones externas para generar proyectos productivos innovadores y exitosos. Por medio del esfuerzo personal, han logrado superarse y

posicionarse en la zona, abriendo su nicho comercial.

- La innovación fue fundamental en el desarrollo exitoso de Quesos Canaán. El generar un producto con valor agregado, les ha permitido conseguir un mayor precio de venta del producto. Asimismo y por tratarse de un queso maduro, el período de vigencia (vida en anaquel) es mayor; por consiguiente, tienen más oportunidades de venta.
- La agroindustria es una opción de generación de oportunidades en las comunidades rurales. En el caso de quesos Canaán, la capacitación junto con el uso de tecnología adecuada fueron dos de las herramientas principales para lograr el cambio de productor tradicional a agroindustrial.
- Los sectores de turismo y agropecuario pueden generar encadenamientos productivos, que apoyen el desarrollo rural. Las actividades productivas y cultura rural son un atractivo turístico que, en algunos casos, puede explotarse mediante el agroturismo.
- La agroindustria e innovación son herramientas que pueden generar empleo para la mujer en zonas rurales. Los problemas de igualdad de género y falta de oportunidades laborales son una realidad en gran parte de las zonas rurales latinoamericanas. Los proyectos, como el mencionado en este estudio de caso, muestran una exitosa incorporación de la mujer en el mercado laboral agroindustrial.

Referencias:

- Ciarli, T.; Giuliani, E. 2005. Heterogeneidad estructural, asimetrías tecnológicas y crecimiento en América Latina, capítulo: Inversión extranjera directa y encadenamientos productivos en Costa Rica. Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe / CEPAL. 162 p.
- Cruz, J. 2000. Seminario encadenamiento productivo y gestión del riesgo en Pymes. San José, Costa Rica, PROCOMER. 14 p.
- Hotel El Pelicano. 2012. Atractivos locales (en línea). Consultado 08 jun 2012. Disponible en: http://www.hotelpelicano.net/esp/subcategoria_det.php?id=23.
- Hotel Monteazul. 2012. Recorridos en la zona (en línea). Consultado 08 jun 2012. Disponible en: <http://www.monteazulcr.com/en/hotel/activities/on-site-tours>.