MERCADO DE EXPORTACIÓN

SISTEMATIZACIÓN:

AGRINUTS

Curso virtual

Determinación de costos y experiencias de mercados en Bolivia

Un proyecto de:

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Embajada de Suiza

Cooperación Suiza en Bolivia

Suecia
Sverige

Instituciones ejecutoras:

ipdrs
INSTITUTO PARA EL DESARROLLO RURAL DE SUDAMÉRICA

swisscontact

SOLIDAR SUIZA

inter aprendizaje
Campus virtual por la tierra y el desarrollo rural

Con el apoyo de:
Mercados Inclusivos

Mercado de exportación
AGRINUTS SA
La comercialización de maní en Bolivia

Bishelly Elías[1]

Trayectoria

AGRINUTS es una sociedad anónima creada en 2010, con el objetivo de exportar el maní nativo boliviano, actualmente es una empresa 100% boliviana que realiza exportaciones de maní a más de 20 países, que trabaja cuidando el medio ambiente e implementando políticas en beneficio de sus productores y trabajadores.

Figura 1 Plantas de maní

Bolivia es probablemente el principal centro de origen de maní en el mundo[2]. El estudio de Krapobickas et all, 2009 señala que se han identificado 62 razas autóctonas distintas de maní boliviano y se identificaron sistemáticamente 42 variedades locales, con muy pocas excepciones, las variedades locales encontradas son casi enteramente endémicos del país. Los cacahuetes más típicos pertenecen a las variedades locales ´´Crema´´, ´´Colorado San Simón´´, ´´Bayo americano´´, ´´Overo´´ y ´´Overo carenado´´, que se cultivan ampliamente en todo el país.

Al ser la diversidad genética en Bolivia muy alta, la empresa. al iniciar, se enfoca en ese nicho de mercado, dirigido hacia la exportación. En Europa se creó un producto específico para los mercados que tenía la denominación de maní nativo boliviano de pequeños productores.

[1] Es economista e investigadora. Maestría en investigación participativa en la UCM (Madrid) cursando el doctorado en Economía de la UPB, tiene experiencia de trabajo en desarrollo rural y mercados campesinos en instituciones de desarrollo rural y desarrollo productivo y planificación estratégica en el Estado. También es parte de la Red de Mujeres Transformando la Economía - REMTE y el grupo de trabajo de CLACSO género y agroecología.

[2] Krapovickas, A., R. O. Vanni, J. R. Pietrarelli, D. E. Williams &C. E. Simpson. 2009. The peanut landraces from Bolivia. Bonplandia 18(2): 95-189. ISSN: 0524-0476.

Constitución de la empresa.

Al iniciar la empresa, 75% era capital boliviano y 25% del cliente europeo. Tenían 3 tipos de socios: el cliente que compraba el maní para comercializar en Europa, 2 Instituciones Financieras de Desarrollo y una persona natural, esto fue cambiando en el tiempo y uno de los socios es actualmente, la Fundación Innovación en Empresariados Social – IES, tiene la totalidad del capital de la empresa.

La Fundación IES es una institución privada sin fines de lucro que, nace en 2010 a partir de la experiencia de más de 10 años como Programa de la Fundación PRODEM, busca generar más y mejores empresas dinámicas de impacto, trabajando en el desarrollo del ecosistema empresarial y promoviendo el acceso de empresas al financiamiento y conocimiento adecuado para su crecimiento. En su línea de inversiones tiene como objetivo consolidar las inversiones en fondos y empresas estratégicas, como un mecanismo para lograr que un mayor número de empresas dinámicas en Bolivia accedan a los recursos adecuados para el financiamiento de su giro de negocios, apoyando la gestión de su desempeño económico y social y promoviendo la sostenibilidad de la unidad empresarial y su impacto. (www.fundacionies.org)

Algunas de las empresas en que la Fundación ha invertido son:

Buena Vista Agricabv S.A – La Paz y Santa Cruz	Accionista minoritario desde 2004
Agricafé S.A. – La Paz y Santa Cruz	En 2014 la Fundación IES ingresa en la sociedad con recursos de inversión y el compromiso de apoyar su gestión estratégica y de consolidar su gobierno corporativo.
Huayrihuana S.A – Tarija	En 2014 la Fundación IES se constituye como accionista mayoritaria de la sociedad.
Palma Verde S.A. - Cochabamba	En 2009 la Fundación IES se constituye como accionista mayoritaria de la sociedad.
Red de Hoteles Tayka (Potosí)	En 2002 la Fundación desarrolló un proyecto para construir una red de hoteles en asociación con las comunidades de la región sudoeste del departamento de Potosí. Las Asociaciones Comunitarias se convertirán en los únicos dueños de sus respectivos hoteles hasta el 2021.

Fuente: www.fundacionies.org

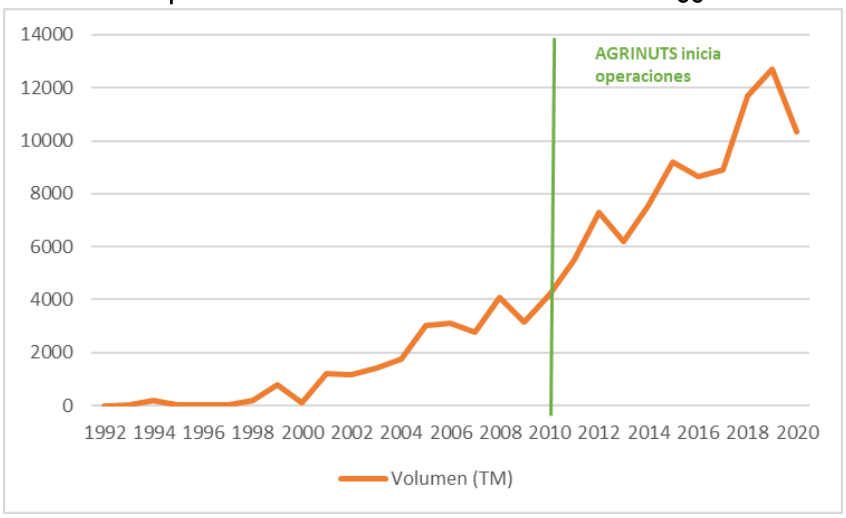
Esta base y filosofía de trabajo se encuentran presentes en la Empresa AGRINUTS, quienes han realizado distintas iniciativas para trabajar con los productores y promover mejoras en las formas y sistemas de producción de las distintas variedades de maní de las regiones donde intervienen.

El Mercado

El mercado inicial para Agrinuts estaba dado por su cliente y socio que trabajó en posicionar el maní boliviano en los supermercados de Holanda, a un principio se hicieron bastantes esfuerzos para abastecer el mercado, pero para 2015 por diferentes circunstancias, no se pudo sostener la previsión para ello, y el producto tuvo que salir de las góndolas de supermercado. Se intentó de nuevo, pero el producto ya no tuvo la misma acogida y finalmente el principal cliente en Europa prefirió no seguir comprando debido a los problemas de entrega tanto en cantidad como en calidad, sobre todo en el asunto de las aflatoxinas.

AGRINUTS ha cambiado también su estrategia, comprando otras variedades de maní más comerciales para la exportación: han exportado a 20 países: Chile, Ecuador, Perú, Colombia, Vietnam, al norte de África: Marruecos, Túnez y Argelia, en Europa a España, Italia, Holanda, Bélgica, Lituania, Líbano, Bulgaria, Ucrania y Rusia, entre otros. Sin embargo, el tamaño de las exportaciones es muy pequeña, a cada país se exporta entre 1 a 2 contenedores, pese a que existe la demanda, como en el caso de China por ejemplo, todavía tienen cierta vulnerabilidad en el crecimiento del volumen, por los que las exportaciones son cautas para poder garantizar el abastecimiento mínimo de los productos.

Gráfico 1: Exportaciones de maní bolivianas en toneladas (1992 – 2020*)



Fuente: SIIP (www.siip.produccion.gob.bo)

Los principales problemas para Agrinuts para mantenerse en el mercado externo son: Garantizar el abastecimiento de las cantidades necesarias para la exportación. En el caso del maíz chiquitano hay un mercado interesante, pero la alta variabilidad en la producción no permite el abastecimiento a la alta demanda constante, por tanto, aperturar mercados estables resulta un gran reto.

La falta de protocolos sanitarios para el maní con muchos países.

Bolivia no cuenta con protocolos sanitarios con algunos países, tal es el caso de México y China, por ello, se hace necesario aperturar estos protocolos que viabilicen las exportaciones. Para contar con protocolos, se tiene que lograr que los funcionarios públicos de esos países vengan al nuestro a realizar las verificaciones. En el caso de AGRINUTS esta tarea se hace imposible sin el apoyo del Estado, que aún no ha dado señales claras sobre este tipo de acercamientos.

Mercado Nacional

En el mercado nacional la empresa tiene muy poca participación, debido a que la oferta existente es informal, sin embargo, cuenta con algunos clientes como Chocolates Para ti, Breick, Pollos Campeón, entre otros.

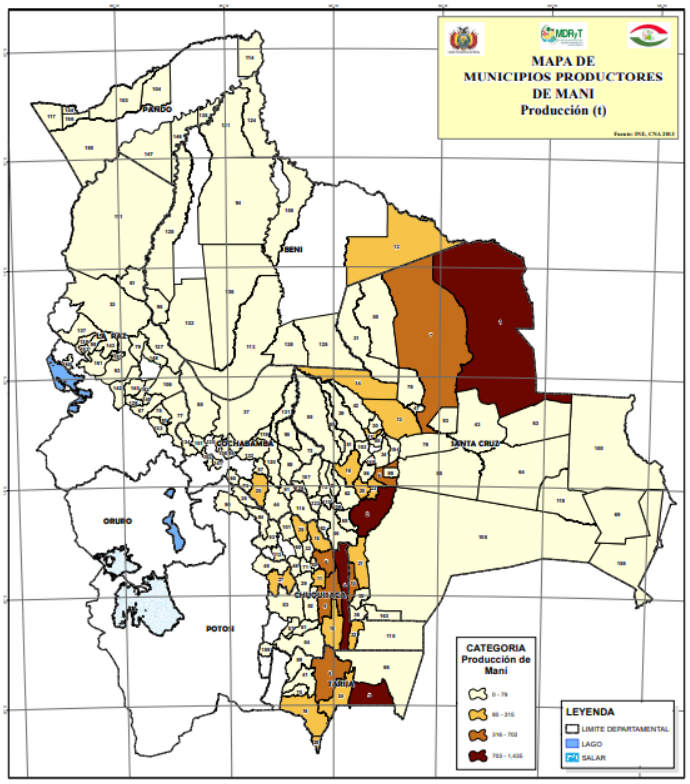
> *"El mercado es muy informal, te vas a las calles y a los puestos de barrio, la gente tuesta en su casa, en condiciones precarias, esa gente no busca calidad sino lo más barato y si te vas a supermercados, no existen muchas marcas nacionales, los principales son importados: Manitoba de Colombia, país que no produce maní, si nos detenemos a pensar, no hay marcas reconocidas bolivianas". (Entrevista a Iván Suela, Gerente de Agrinuts).*

Es por ello que la empresa está trabajando en una estrategia para posicionar una marca propia para hacer producto con valor agregado y vender en el mercado nacional.

Relación con productores

Al iniciar la empresa trabajaba a través de intermediarios rescatistas, principalmente en la zona del Chaco Chuquisaqueño Muyupampa, Monteagudo, lamentablemente estos no llegaban a cumplir los cupos establecidos ni los precios por lo que se eliminó y se decide trabajar directamente con los productores, sin intermediarios.

> *"En 2014 se había comprometido un volumen importante de maní y ellos decidieron no cumplirlo porque el 2015 había elecciones, gobernaciones y alcaldía compraban a un precio mayor para entregarlo después como semilla, por lo que nos dejaron colgados, esa fue la gota que colmó el vaso para no cumplir con el contrato con el socio europeo" (Entrevista a Iván Suela, Gerente de Agrinuts).*



Fuente: MDRyT 2015

Es así que la empresa establece toda una red de logística para asegurarse la producción de manera directa, establecer compromisos de siembra con los productores y poder generar a su vez compromisos de venta, brindando ciertos servicios como el acceso a semilla y asistencia técnica para mejorar la producción.

Bajo este nuevo esquema de trabajo han tenido distintas dificultades, desde la formalidad de los productores e inclusive no poder cumplir con algunos compromisos asumidos.

Algunas de las experiencias de incumplimiento han sido:

El compromiso de productores, realizado a través de contratos que incluían, áreas y precios cerrados, pero que, en el momento de realizar la cosecha, no llegaban en muchos casos ni al 50% de lo comprometido.

> *"Un año firmamos contrato con un área y precio cerrado, ellos sabían a qué precio iban a vender el maní al momento de cosecha y llegado el momento el que había firmado por 15 hectáreas había sembrado solo 7, y el que había firmado por 20, solo había sembrado 8 y cuando preveíamos con un grupo de 25 productores alcanzar 400 hectáreas al final a lo sumo se llegaba a 250. Esto repercute negativamente en la comercialización, porque si planteamos un volumen determinado, y no lo logramos, perdemos la confianza de los compradores. Altas expectativas de los productores respecto al mercado, al precio y a la forma de compra del Maní. Considerando que en Bolivia la matriz de producción está conformada por muchos pequeños productores, todos quieren que les compres su maní a un precio alto y pagándoles al contado, pero el precio depende mucho de cómo esté el mercado internacional y no podemos comprar para perder. Al contado representa un problema, porque si nosotros quisiéramos comprar 4000 toneladas de maní, como empresa requieres un capital de 4 o 5 millones de dólares y lamentablemente no somos una empresa grande como*

las de soya que tienen una espalda financiera más grande y se nos complica tener ese capital de trabajo." *(Entrevista a Iván Suela, Gerente de Agrinuts).*

En general una de las principales complicaciones que ha tenido la empresa, ha sido el poder comprar el maní, debido a que las expectativas de los productores son muy altas. Ha habido años que por temas de sequía en Yacuiba la gente ha obtenido Bs400 o Bs500 kilos por hectárea, y quieren precios de Bs450 o Bs500 el quintal, que equivalen 1.300 o 1.400 $us por tonelada, sin embargo, el precio internacional del maní es inferior, entonces la empresa no lograría sostenibilidad.

Proyectos y estrategias de relacionamiento con los productores

AGRINUTS ha realizado distintas acciones para acercarse a los productores: En los primeros años, su cliente en Holanda y la Cooperación Alemana promovieron algunos proyectos en los que se entregó maquinaria pesada a algunas comunidades del Chaco con el compromiso de que estos vendan el maní a la empresa:

En ese proyecto 2 asociaciones se quedaban con la maquinaria y se entregó la maquinaria a costo cero, firmaron un contrato en el que, por haber recibido la maquinaria tenían el compromiso de vender su producción a la empresa, al primer año incumplieron y la maquinaria no se está utilizando.

En 2018 la empresa realiza una alianza con el Banco de Desarrollo Productivo (BDP) y realizan un proyecto en algunas comunidades de Santa Rosa de la Roca para comprar maní chiquitano y que el BDP otorgué crédito a los productores que se comprometan con la empresa. La empresa y el BDP trabajarían en brindar asistencia técnica a los productores y la empresa garantizaría mercado en los próximos años. Lamentablemente el año 2019 fue un año de mucha sequía y los productores no pudieron cumplir sus compromisos, y lamentablemente, los productores que contaban con maní no quisieron cumplir con los compromisos asumidos con la empresa y el Banco.

> *"Ese año les ofrecimos la posibilidad de hacer asistencia técnica, se firmó el contrato con 20 o 25 productores, pero cuando le tocaba ir al ingeniero solo podían 12, de los 12 solo aparecían 6 y de estos solo hacían caso 3 a las recomendaciones. Tres de 25, es complicado, haces un esfuerzo de poner una persona, camioneta, viáticos, 500 km de distancia, 3 días de viaje para que luego no haya compromiso". (Entrevista a Iván Suela, Gerente de Agrinuts).*

Por otro lado, tampoco se cumplieron los compromisos de venta:

> *"Nosotros continuamos trabajando con el BDP, es un problema desde los productores, el año pasado, compramos por la zona y hubo gente que no nos*

entregó porque iba a subir el precio, y ¿Qué le decían al BDP? no hay mercado, las moras están muy altas en esa zona, pero no porque no hay mercado, ellos al final no entregan sino quieren…pero a mí me encantaría que ellos sintiesen que tiene un mercado seguro". (Entrevista a Iván Suela, Gerente de Agrinuts).

Pese a las distintas acciones, contratos, proyectos, visitas y otros, no se ha logrado establecer una relación duradera con muchos productores y esto es uno de los principales cuellos de botella para que la empresa pueda disponer de mayores volúmenes para la comercialización.

"Hemos llegado a facilitarles tanto las cosas, desde firmar contratos al momento de la siembra, en la que se garantizaba la compra de su producción completa y a un precio determinado. Ellos siempre quieren más, llegamos a una situación que es complicada e injusta. Si cerramos el precio en 350 bs el quintal, ellos planteaban: _ Pero si sube nos van a pagar más_, entonces yo les decía ¿Y si baja me van a vender más barato? _ No, no, me decían.

Entonces no es viable, tiene que ser una relación equitativa. Actualmente la relación con los productores es mucho más abierta: Llega la cosecha y si quieren vender menos lo compramos y sino hasta el año siguiente, si hay maní disponible lo compramos y sino no, (los productores) siguen teniendo relaciones con los intermediarios que acopian algunos camioncitos, y algunos prefieren eso". (Entrevista a Iván Suela, Gerente de Agrinuts).

Debido a estas condiciones y a la inseguridad de poder abastecer su producción la empresa ha tomado otras estrategias, por ejemplo: Comprar otra variedad de maní, producida por las colonias menonitas y más estandarizada, realizar cultivos propios e incrementar las áreas, que les permita garantizar cantidades de reserva para los compromisos de exportación.

Sanidad

El maní para su comercialización precisa pasar por el análisis de aflatoxinas[3], para ver si es consumible o no, muchas veces se rechaza el maní luego de los análisis de laboratorio, sin embargo, algunos productores no logran entender que es un tema de sanidad.

[3] Las aflatoxinas son un tipo de toxinas producidas por ciertos hongos en cultivos agrícolas como el maíz, el maní, la semilla de algodón y los frutos secos. Las personas pueden exponerse a las aflatoxinas cuando consumen productos de plantas contaminadas (como maní) o cuando consumen carnes o productos lácteos de animales que comieron alimentos contaminado. La exposición a las aflatoxinas se relaciona con un mayor riesgo de cáncer de hígado. Fuente: https://www.cancer.gov/espanol/cancer/causas-prevencion/riesgo/sustancias/aflatoxinas/

"Ellos ven el maní, dicen este maní está bonito, sin embargo, la aflatoxina no se ve, se analiza en un laboratorio con equipo especifico, eso limita las exportaciones a determinados mercados, en un gran porcentaje, estas se generan por un mal manejo en cosecha y post cosecha. Es una cuestión sanitaria, un maní con aflatoxina no se debería vender, sin embargo, aunque es rechazado aquí, ese maní llega de alguna manera al mercado". (Entrevista a Iván Suela, Gerente de Agrinuts).

Certificación Ecológica

AGRINUTS al iniciar ha intentado tener una certificación ecológica, sin embargo, por el tipo de cultivo y la forma de producción resulta difícil mantener el sello.

Figura 2 Producción de Maní, AGRINUTS

"Nosotros teníamos un producto certificado con Rainforest pero no se puede mantener en el tiempo porque una certificación de éste tipo te certifica la finca y por ende el producto, en un cultivo como café, cacao donde tienes sembrado 20 o 30 años ese producto, pero en un producto de rotación, tendrías que tener todos los cultivos con el mismo manejo. Son pequeños productores, que trabajan muchas veces en tierras alquiladas y con rotación de cultivo, tú tienes que conseguir que ese productor quiera hacer la producción orgánica, que el dueño del campo obligue a todos los que vengan antes y después sea orgánica, y que las rotaciones con el maní sea también cultivo orgánico, no hay esa metodología de trabajo, excepto en Mizque obtienen 36 toneladas al año aproximadamente, pero no se puede manejar en grandes cantidades". (Entrevista a Iván Suela, Gerente de Agrinuts).

Denominación de Origen

Bolivia es centro de origen del maní, se intentó iniciar este proceso, Fundación Valles durante muchos años ha trabajado por lograr la denominación de "Maní Boliviano", para esta institución la denominación ayudará a consolidar mercados y generará barreras de protección a la biodiversidad[4] pese al trabajo realizado no existen avances en este sentido y para una sola empresa sería un esfuerzo titánico.

[4] https://www.andescdp.org/cdp10/fundaci%C3%B3n-valles

Aprendizajes

La filosofía de la empresa la lleva a persistir de distintas maneras para trabajar en pro de los productores, sin embargo, existe cierta frustración respecto a cómo se ve la empresa por parte de los productores.

> *"Hemos intentado ya varias cosas, hemos llegado un punto en que la relación, llega a ser abusiva en el sentido de que tienen la concepción de que, al ser la empresa privada, gana mucho dinero, o que engaña a los productores y somos unos abusivos. Lamentablemente no se dan cuenta de que país es poco competitivo, no tenemos salida al a mar, los rendimientos son más bajo, hay que adaptarse, Cuando se trabaja de manera participativa con los productores, por ejemplo, la empresa participó en los talleres con la Fundación Valles, el principal problema apuntado por los productores era el mercado. Iván sin embargo nos dice: mercado hay, pero los precios son los que son, yo no quiero pretender vender el maní a precio de oro, porque es maní, no es oro." (Entrevista a Iván Suela, Gerente de Agrinuts).*

Esto lleva un poco a la reflexión de que los productores que participan en este mercado, no conocen la dinámica del mismo, o la oscilación de los precios, y por tanto tienen exigencias que no se pueden cumplir por la empresa y por ninguna que exporte.

> *"Pasa que quien siembra primero cosecha primero, va y alguien lo compra a un precio un poquito más caro, por ser el primero, y ya toman ese precio como base para toda la campaña, en 500 bs y ya se piensan que va a ser 500 bs o más. Sin embargo, los precios del mercado internacional son otros, un mani argentino puesto en Europa cuesta 1300 $us y un productor quieren venderme a 1400 $us en su chaco, para exportarlo y venderlo a 1300 no es que yo lo quiera es que no se puede, queremos ayudar, pero somos empresas, no podemos perder." (Entrevista a Iván Suela, Gerente de Agrinuts).*

Contexto Post – Covid

El contexto post – covid ha influenciado disminuyendo sus exportaciones, que es el principal mercado que tiene la empresa, sumado a los efectos climáticos, AGRINUTS tiene una ardua tarea de logística y producción para poder garantizar sus contratos en la próxima gestión.

> *"La meta de la empresa era exportar 6 mil toneladas, pero por la pandemia, sequía y otros factores se ha exportado 1300, llegando inclusive a incumplir contratos. Es por ello que seguimos con la estrategia de contar con nuestra propia producción. Tenemos clientes que compraran 25000 toneladas si*

tuviéramos, mercado hay, hay que concientizar al productor." (Entrevista a Iván Suela, Gerente de Agrinuts).

Conclusiones:

La entrevista a AGRINUTS muestra que existe todavía dificultades en el relacionamiento entre productores y empresas exportadoras, en cuanto a formalidad, información, compromiso y otros aspectos adicionales para lograr un mejor acercamiento entre estos actores con el mercado de exportación, sin embargo, esto ha permitido que la empresa genere alternativas para seguir en el mercado, como la creación de una red de logística para asegurarse la producción de manera directa.

La falta de sinergia con los productores ha generado una pérdida de este producto al mercado europeo debido a que no se logró satisfacer la demanda ni en cantidad ni en calidad.

Esta experiencia resulta importante para que el grupo de estudio pueda reflexionar sobre los aspectos que pueden ser mejorados, más allá de lo técnico o la rentabilidad, que pueden ser un cuello de botella difícil de resolver para los productores y su relación con el mercado de exportación.

El visibilizar a la Fundación IES, dueña de la empresa, ha sido revelador para mostrar que la participación en el mercado no siempre tiene como fin el lucro en sí mismo, toda vez que la fundación busca generar más y mejores empresas dinámicas de impacto.

Referencias

Entrevista a Ivan Suela, Gerente General de AGRINUTS SA, realizada el 13 de noviembre en Santa Cruz-Bolivia, 2020.
Páginas web consultadas:
www.fundacionies.org,
www.andescdp.org/cdp10/fundaci%C3%B3n-valles,

Cómo citar este documento

Bishelly Elías (2020). Mercado de Exportación: AGRINUTS y la comercialización del Maní en Bolivia. En: *Curso Virtual: Determinación de costos y experiencias de mercado en Bolivia*. La Paz: IPDRS – Swisscontact.