



CONFIGURACIÓN DE UNA RED DE RELACIONES SOCIOPRODUCTIVAS EN EL ÁMBITO RURAL¹

CONFIGURATION OF A NETWORK OF RELATIONSHIPS IN RURAL AREAS SOCIO-PRODUCTIVE

Mireya Valdez David²

Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Estado Lara-Venezuela

RECIBIDO: Enero 26 de 2016

ACEPTADO: Mayo 12 de 2016

RESUMEN

La Red de Relaciones Socioproduktivas es una forma de trabajo cooperativo que involucra a actores de un espacio rural, dedicados a la producción y comercialización de rubros agropecuarios determinados, así como del desarrollo de la idiosincrasia cultural local. En esta investigación, se utilizó el método etnográfico que permitió explicar las pautas para la configuración de una red en el municipio Andrés Eloy Blanco del Estado Lara, Venezuela. Para ello se utilizaron las técnicas de grafos de Euler, que determinó los nodos, la ideográfica que permitió clasificar los elementos de la red y que posteriormente a través del método etnográfico analizó la estructura funcional de la misma. Se concluyó, que las pautas para la configuración de esta red facilitará el establecimiento de relaciones socioproduktivas encaminadas a mejorar la calidad de vida de sus integrantes, con incidencia en el desarrollo de su territorio, que activa la capacidad de interrelación entre los integrantes de las organizaciones, ya que implica no solo un sector, sino todos los sectores interconectados, no solo entre ellos mismos sino con aquellas organizaciones y actores que les brinden oportunidades y beneficios.

Palabras clave: Red, Relaciones Socioproduktivas, Organizaciones rurales, Desarrollo del territorio, Calidad de vida.

ABSTRACT

The network of productive relations is a form of cooperative work that involves actors of a rural area, dedicated to the production and marketing of agricultural items, as well as the development of the local cultural idiosyncrasy. In this research, it was used the ethnographic method that made it possible to explain the guidelines for setting up a network in the municipality of Andrés Eloy Blanco of Lara State, Venezuela. The techniques of Euler graphs were used, which determined the nodes, the ideographic that allowed to sort the items in the network and subsequently through the ethnographic method, it was analyzed the functional structure of itself. It was concluded that the guidelines for setting up this network will facilitate the establishment of productive relations aimed at improving the quality of life of its members, with incidence in the development of its territory, which activates the capacity of interrelationship between the members of organizations, since it involves not only a sector, but all sectors interconnected, not only among themselves but also with those organizations and actors that provide them with opportunities and benefits

Keywords: Network, relationships and socio-productive, rural organizations, development of the territory, Quality of life.

Este artículo se puede referenciar

Valdez, M. (2016). Configuración de una red de relaciones socioproduktivas en el ámbito rural. En *Desarrollo Gerencial Revista de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Simón Bolívar-Colombia*, 8(2), 17 - 36.

¹ Este artículo constituye un producto resultado del proyecto de investigación intitolado: "Red de relaciones socioproduktivas en el ámbito rural del Estado Lara-Venezuela".

² Doctor en Ciencias Humanas, Docente Titular-Directora del Programa de Ingeniería Agroindustrial, Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado" (Venezuela), mireyavaldez@ucla.edu.ve



1.- INTRODUCCIÓN

Las redes sociales dentro del ámbito rural, toman una connotación propia, basada en los lazos que por generaciones se han establecido entre los integrantes de los grupos, que llevan esa relación a la organización que conforman. Establece Ceña (1999) que las estrategias de desarrollo rural permiten tener una visión amplia de lo que allí acontece. Este ámbito es más complejo y diverso que lo agropecuario, pero lo agrario sigue siendo importante y muchas veces centro de las actividades sociales y económicas. Por tanto, las redes de relaciones sociales se entienden, dentro de lo rural, como un conjunto de relaciones específicas, de colaboración, apoyo, control e incluso influencia, entre un número de integrantes de una comunidad o grupo organizado, reunidos para alcanzar objetivos comunes. (Galán y Castro 2004).

La estructura funcional de estas redes sociales rurales, tomando como base las teorías según De Ugarte (2006), están determinadas por tres características: 1.- El Clustering, cuya definición se debe a Porter (1998), quien acuñó el término para designar concentraciones geográficas de empresas especializadas, donde la dinámica de interacción explica el aumento de la productividad y la eficiencia. 2.- Los lazos fuertes y débiles. Tiene su base en los estudios realizados por Granovetter (1973) y, 3.- La teoría de los agujeros estructurales basada en los estudios de Burt (2000).

Según Colina y Rojas (2008), existen ciertas organizaciones y comunidades con iniciativas socioproductivas conscientes de sus capacidades, fortalezas y también de sus precariedades, que capitalizando sus fortalezas se apropian del conocimiento disponible y aprenden a manejarlo adecuadamente, así producen otros conocimientos para de esta manera tomar las riendas de su presente y su futuro. En este sentido, Gutiérrez (2007) expone que el contexto regional representa un escenario espacial que podría aprovecharse cuando se trata de establecer las cooperaciones que tienen lugar en las redes, puesto que en muchos casos la proximidad espacial entre los socios podría ofrecer ventajas de información, ahorro en los costes e intercambio de competencias, se argumenta que, la información entre los integrantes de la red es pertinente en cuanto que, los factores culturales y sociales propios de la proximidad consanguínea y espacial, se convierten en una condición más o menos relevante para la comercialización y mercadeo de la producción, redundando también en ganancias y beneficios sociales.

La red de relaciones socioproductivas de las organizaciones rurales, poseerá relaciones definidas que les permitirán la obtención de bienes y servicios, la generación, asimilación y transferencia de conocimientos y tecnologías, para fomentar el desarrollo del territorio en donde se encuentran insertadas. La conformación de esta red se enmarca dentro del programa de las redes de innovación productiva del Ministerio del Poder Popular para la Ciencia y Tecnología de Venezuela, tomadas como bases legales en concordancia con las orientaciones y competencias institucionales. (Fundacite-Lara, 2006)



Es de hacer acotar que, la producción de las organizaciones son el eje central del desarrollo económico y social de las comunidades, en este trabajo de investigación el centro del estudio fueron las relaciones establecidas entre los actores participantes del desarrollo socioeconómico del municipio Andrés Eloy Blanco, que van a permitir el acceso al conocimiento, información y tecnología por aquellos, que por así decirlo, se encuentran en desventaja comercial competitiva en relación con los grandes productores, sin menoscabar el tipo de relaciones socioproductivas que se establecen entre todos los actores del proceso.

De allí la importancia de explicar las pautas para la configuración de una red de relaciones que no agrupe a un solo sector productivo, sino a todos los que se desarrollan en el municipio, porque según la teoría de los lazos débiles y los lazos fuertes, enunciada por Granovetter en los años 70, las relaciones sociales establecidas entre los miembros de las organizaciones (lazos débiles y fuertes) van a determinar el desarrollo y fin de los objetivos propuestos por esas organizaciones y, por ende, determinan la conectividad existente entre ellos, sobre todo en el ámbito rural donde predominan los lazos afectivos generacionales. Partiendo de esto, se puede conformar esta red que involucre a todos los sectores productivos, así como aquellos actores que se encuentran comprometidos con el desarrollo de la localidad.

El proceso investigativo de este estudio se apoyó en los cambios surgidos en el medio rural como manifestaciones que generan singulares condiciones productivas, sociales, organizativas, ambientales, culturales e institucionales, dándole una identidad particular a cada territorio, en respuesta a las diversas modalidades de asentamiento, apropiación e interrelación de los actores locales, entre sí y con su entorno, abriendo un abanico de posibilidades para el abordaje científico, humanístico, cultural y tecnológico, que fomenta el interés por un estilo de vida de marcada influencia en la dinámica socioeconómica del campo y la ciudad. De allí que se cumplieran los siguientes objetivos: Explicar las pautas para la configuración de una red de relaciones socioproductivas en las organizaciones rurales para contribuir al desarrollo socioeconómico de las comunidades. Como Objetivos Específicos; 1.- Identificar los elementos presentes en la red de relaciones socioproductivas en las organizaciones rurales. 2.- Establecer la operatividad de la red de relaciones socioproductivas de las organizaciones rurales.

2.- CONSIDERACIONES TEÓRICAS

2.1.- Red de Relaciones Socioproductivas Rurales

Se define como una forma de trabajo que de manera cooperativa realizan actores de un espacio, en este caso el rural, que se dedican a la producción y comercialización de rubros agropecuarios, así como al desarrollo de la cultura local. Esta Red de Relaciones Socioproductivas de las Organizaciones Rurales, estará constituida por las relaciones establecidas entre los productores asociados, personas naturales y/o jurídicas, de carácter público, privado o mixto, con responsabilidades individuales o compartidas, en



donde las relaciones cruzadas permiten la definición de objetivos concertados para la producción y comercialización de los productos locales.

Dentro del sector productivo de un país, las redes representan instrumentos vitales para el fortalecimiento de iniciativas socioproductivas, estas iniciativas son de marcada importancia para el mundo rural, que por años se ha enfrentado a un mercado que no lo ha favorecido. Estas Redes de Relaciones Socioproductivas en el mundo rural tienen su origen debido a que los habitantes de las comunidades y a los integrantes de las Organizaciones Rurales, llevados por la necesidad de resolver necesidades y por hacer frente a los problemas, tanto sociales como a los concernientes a la producción de los rubros agrícolas y pecuarios en cuanto a su comercialización y mercadeo, se organizan para enfrentar a un mercado que históricamente siempre les ha sido adverso. Ahora bien, dentro del ámbito rural, la unión de las comunidades para buscar y lograr salidas conjuntas, no implica la formalización de las redes, por tanto no existe garantía que su funcionalidad sea permanente, pues al obtener los objetivos se deshacen, en primer lugar porque se conforman de manera reactiva ante una situación determinada y, en segundo lugar, porque la infraestructura funcional de esas redes no es la más adecuada. Sin embargo, la conformación de Redes de Relaciones Socioproductivas en el ámbito rural, con estas características, no deja de representar respuestas y salidas plausibles a los problemas que día a día deben enfrentar estas comunidades.

2.1.1.- Características de la red.

Estas Organizaciones Rurales se encuentran ubicadas en el mismo espacio geográfico, trabajan en el mismo sector, en ocasiones comparten el mismo nicho de mercado y habitualmente le compran a los mismos proveedores tanto de insumos como de equipos, esta situación define un conjunto de características que pudieran perfectamente ser aprovechados en un sistema de cooperación empresarial que, en la terminología del Ministerio del Poder Popular para la Ciencia y Tecnología (MPPCT), se denomina Red de Innovación Productiva.

En la Red de Relaciones Socioproductivas, las organizaciones unirían sus esfuerzos y experiencias individuales en actividades de cooperación fomentando la confianza y la reciprocidad, que les permitirían resolver sus problemas y deficiencias organizacionales, para así lograr diseñar estrategias colectivas, que estén orientadas a dar respuestas en conjunto a las exigencias del mercado y su entorno, permitiéndoles, bajo una visión sistémica, abordar el proceso productivo, con miras a ser un negocio atractivo, reconocido por su rentabilidad, desde la perspectiva del manejo de la producción (con uso de recursos locales) y, que redunde en beneficios sociales para todos.

De este modo, estarían en capacidad de potenciar sus capacidades creativas con el propósito de dar respuesta a los problemas potenciales y actuales de la localidad, así como de incentivar la producción de valor agregado en la producción socioeconómica. Para ello se desarrollará la capacidad de cooperación



entre organizaciones, tradicionalmente competidoras, si es el caso, a objeto de mejorar sus capacidades competitivas. Es así como, se generaría sinergia entre los diferentes nodos (organizaciones) de la red, generando nuevos conocimientos y prácticas, de tal manera que se haga posible la producción de innovaciones, redundando en beneficios socioeconómicos, y de este modo desarrollar una nueva institucionalidad que fortalezca el Capital Social en la Red.

2.1.2.- Objetivos de la red.

La red será configurada tomando en cuenta los siguientes objetivos:

1.- Promover la confianza y la reciprocidad como bases para la cooperación, entre los diferentes actores de la red para el fortalecimiento del Capital Social.

2.- Generar sinergia en las relaciones sociales y productivas de los integrantes de las diferentes Organizaciones Rurales que hacen vida en la localidad.

3.- Construir nuevos espacios que conlleven al desarrollo humano, la productividad y la inclusión social en función del desarrollo local sustentable.

4.- Contribuir con las tradiciones y vocaciones productivas locales y generar capacidades de investigación, desarrollo tecnológico e innovación.

5.- Fortalecer el talento local en la creación de nodos interinstitucionales para el desarrollo tecnológico e innovación.

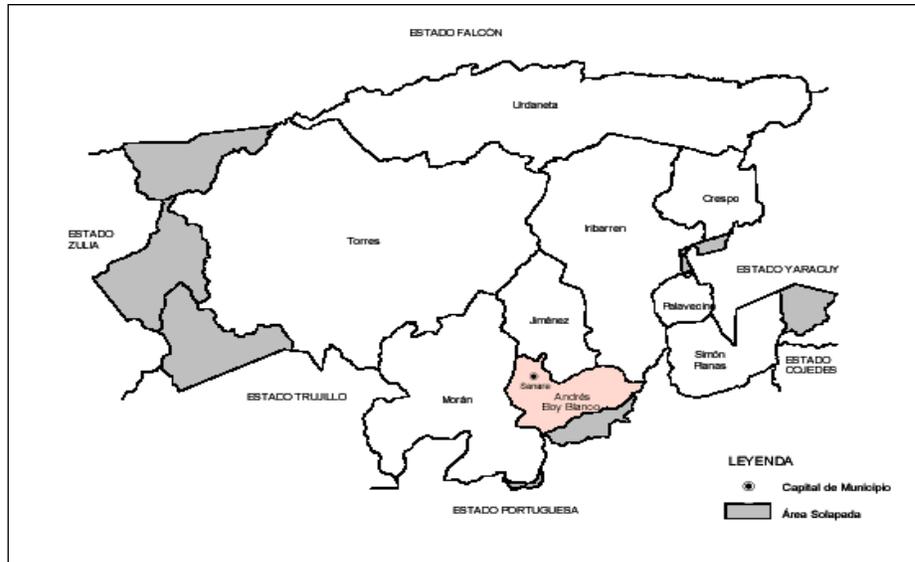
6.- Desarrollar una nueva institucionalidad que fortalezca y consolide las Redes de Relaciones Socioproductivas de las Organizaciones Rurales. Caso Municipio Andrés Eloy Blanco, Estado Lara

Como ejemplo en la configuración de una Red de Relaciones Socioproductivas de las Organizaciones Rurales, se presentó el caso de actores localizados en ámbitos rurales, específicamente en el municipio Andrés Eloy Blanco del estado Lara, que por reunir características específicas en cuanto a la producción agropecuaria, turística y de servicios, fue seleccionado para dar explicación a esta configuración.

2.1.3.- Identificación del Territorio

El municipio Andrés Eloy Blanco está ubicado al sur del estado Lara, entre los 09° 31' 35" y 09° 49' y 12" de latitud norte y los 69° 20' y 20" y 69° 49' y 46" de longitud oeste. Cuenta con una superficie de 708 Km². Limita por el norte con los municipios Jiménez e Iribarren; por el sur-este con el estado Portuguesa; y por el oeste con el municipio Morán.

Mapa 1: Ubicación del municipio Andrés Eloy Blanco



*Nota: Ley de División Política Territorial del estado Lara
Gaceta Oficial No. 701, ext. 11/06/1995. Barquisimeto
Asamblea Legislativa del estado Lara, 1998*

2.1.4.- Sistema productivo del municipio

✓ Agrícola

En relación a su economía es un municipio netamente agrícola, se cultivan una variedad de rubros, en donde se destaca la producción de café. La característica resaltante de este tipo de agricultura es que siendo el café el rubro emblemático del municipio, sus productores se encuentran mejor conformados que los otros rubros agrícolas, el sector cafetalero recibe, por así decirlo, mayor apoyo que facilita su capacitación e impulsa su financiamiento, por ello, en la conformación de la red son considerados como un sector aparte del hortícola

Por otro lado, la producción hortícola general presenta también una característica particular, por la condición geográfica y climática, el municipio posee dos tipos de cultivos: 1) Los de piso alto (temperatura bastante baja) donde se cultiva: papa, caraota, zanahoria, ajo, remolacha, brócoli; 2) Los cultivos de piso bajo: donde cultivan pimentón, cebolla, tomate, maíz, berenjena. En este grupo de cultivos de piso, la mayor producción se da en la papa, seguida de la caraota, cuyas cosechas abastecen el territorio nacional. En cuanto al cultivo frutícola, la nuez de macadamia se está promocionando de manera ascendente, ya que es un fruto valorado internacionalmente, de alto paladar. Se cultivan también frutas como piña, melón, lechosa. La ubicación geográfica y la riqueza de las tierras de este municipio, ha dado



comienzo a la producción ornamental, que tiene como principal rubro a la orquídea en varias especies. Con ello se trata de resaltar la belleza del paisaje de pie de monte andino, además de promocionar y comercializar la floricultura.

✓ *Pecuario*

En cuanto a la producción pecuaria, el municipio Andrés Eloy Blanco cuenta con dos razas en producción: Bovina y Porcina. Aparentemente, según información de Fundacite Lara, se está desarrollando la producción cunícola y de leche. Por otro lado, en la zona alta se están promocionando la construcción de lagunas para la siembra de cachama, apoyados por la Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado.

✓ *Turismo y Artesanía*

La combinación de relieve, vegetación y clima proporcionan un confort climático y una exuberancia visual que hace de este municipio poseedor de un importante potencial turístico. Esta misma potencialidad y la particularidad de los ecosistemas que involucra, motivó la declaración de dos parques nacionales (Yacambú y Guache) y una zona protectora de cuenca hidrográfica. Este potencial va a permitir el desarrollo del ecoturismo, el turismo de aventura, así como el agroturismo rural. Para ello se debe agrupar a productores que habiten en estas zonas conformándolos en asociaciones y cooperativas en pro del desarrollo de este sector, actualmente la empresa privada ha desarrollada en gran medida este sector a través de posadas y sitios de alojamiento en cónsona unión con la naturaleza.

Por otro lado, las numerosas manifestaciones culturales como la danza, gastronomía, tradiciones como La Zaragoza, e innumerables mitos y leyendas, configuran un acervo cultural que es atractivo para los visitantes del estado del estado Lara y del país, además que puede ser promocionado internacionalmente, representando un potencial para el desarrollo del turismo cultural. Los yacimientos de arcilla blanca, roja y gris hacen del municipio un emporio en este tipo de artesanía. Las piezas que de ella se obtienen son muy preciadas en el mercado nacional, debido a esto el desarrollo de la potencialidad artesanal es uno de los objetivos del gobierno municipal, quien está en la búsqueda de conformar alianzas estratégicas que promuevan el desarrollo de los artesanos.

3.- MÉTODO

Se utilizó el método etnográfico, a través del cual se busca seleccionar y ordenar lo observable a partir de una conceptualización propia del objeto estudiado. Se lleva a cabo mediante técnicas de campo que son complementadas con referencias a la totalidad social, la cual señala las relaciones internas y externas que allí se establecen. El resultado final debe ser la interpretación de los resultados en un contexto amplio y coherente. (Martínez, 2008).



✓ *Diseño*

Se utilizó un diseño cualitativo, cumpliendo primeramente una etapa prescriptiva que indica la explicación y acción de una actividad, sus objetivos y el análisis de los mismos. Posteriormente a esta etapa se implementó el método etnográfico descrito en el aparte anterior. (Pujadas, Comas, Roca, 2010)

✓ *Participantes*

Los participantes dentro de la investigación cualitativa son considerados como unidades de investigación. En este caso particular como unidades de investigación fueron seleccionados nueve (9) actores representantes de las organizaciones, cuatro de ellos pertenecientes a la división del sistema productivo de la zona, a saber: sector cafetalero, sector agrícola, sector pecuario y sector artesanal y turismo. Los restantes cinco (5) actores fueron los representantes de las organizaciones de apoyo: social, empresa privada, gobierno municipal, gobierno regional y el sector académico. La selección de las organizaciones se realizó en la etapa prescriptiva y la designación de los actores como participantes de la muestra la realizaron las organizaciones de cada sector productivo, dependiendo de la posición que cada actor ocupa en la misma. De parte de la investigadora esta selección no fue intencional, de parte de la organización si lo fue, ya que decidieron directamente quienes serían sus representantes.

✓ *Instrumento*

Los estudios etnográficos utilizan como técnica la entrevista, en este caso semiestructurada (Kvale, 2011). Para realizar la misma a los nueve (9) actores seleccionados, se utilizó como instrumento una guía que indicó la línea a seguir por la entrevista. La validación empírica de esta guía fue realizada por tres expertos en el área de investigación, redes y desarrollo regional, designados por la institución que financió el proyecto, quienes indicaron las pautas a seguir en las entrevistas. Posterior a esto, se elaboraron cuadros donde se especificaron las categorías significativas derivadas de las entrevistas, tomando en cuenta la estructura de cada organización, características, funcionamiento y su aporte al desarrollo del municipio, la explicación de cada una de estas categorías aportadas por los actores del estudio, se indicó con un color diferente, como exigencia de la institución universitaria que apoyó y financió la investigación.

✓ *Procedimiento*

En el primer momento, se procedió a identificar los elementos constituyentes de la red, por medio de la teoría de grafos de Euler (Caicedo, Wagner, Méndez, 2010), se determinaron los nodos (actores) y las líneas (relaciones). Apoyados en el lenguaje matemático, matricial y algebraico se precisó el cálculo de la centralidad y la densidad de esta red para posteriormente realizar el análisis empírico social pertinente.



El segundo momento, consistió en establecer la estructura operativa de la red. A través de la técnica ideográfica se visualizó la operatividad en la configuración de la red, es decir, la clasificación de los elementos de la misma. Esta técnica permitió la configuración de los elementos de la red por medio del siguiente procedimiento: Se partió de los elementos en sí y se les comparó unos con otros, sin partir de ningún criterio previo. Aquellos elementos que ofrecieron semejanza pasaron a formar un grupo al que podían dejar de pertenecer al encontrar otros elementos a los que algunos de los clasificados se asemejaran más. De acuerdo con esta técnica, cada cual tiene diferencias individuales importantes, uno no es comparable en términos de identidad con ningún otro, esta técnica es utilizada comúnmente en estudios de educación, pues sostiene que existe una diferenciación, o más bien, una individualización que se tiene que considerar con el objeto o fenómeno de estudio al hacer investigación y, en el caso de la investigación en educación, este objeto que es el hombre, es irrepetible, por ello comparte la noción de fenómeno ideográfico (en investigación cualitativa). (Tarff, 2006).

La explicación para la adaptación y el uso de la técnica ideográfica en esta investigación, deriva del hecho que las organizaciones rurales se basan en la producción de un rubro agrícola o pecuario en específico, además de la artesanía y el turismo, dentro de la configuración de la red de relaciones socioproductivas, cada uno de los nodos representa a los actores como organizaciones dedicados a la producción agrícola, pecuaria, turismo y artesanía, o a organizaciones de base para el apoyo de esta producción. Por ello, la uniformidad de los integrantes de los grupos estuvo representada por la actividad de producción a la cual se dedican, que permitió configurar la red de acuerdo a la formación de los clústeres que se visualizaron. Seguidamente, se establecieron los mecanismos operativos para la funcionalidad de esta red, clasificados de acuerdo al contexto de las organizaciones rurales.

Posterior a ello, se hizo uso del método etnográfico que permitió explicar la estructura funcional de cada uno de los actores en concordancia con la estructura funcional de la red.

4.- RESULTADOS

Esta investigación se realizó con las organizaciones que hacen vida en el municipio Andrés Eloy Blanco del estado Lara, Venezuela. Haciendo uso de la técnica ideográfica para la configuración de la red de relaciones socioproductivas de las organizaciones rurales, se dividió el sistema productivo de este municipio en cuatro sectores: El sector cafetalero, por ser el de mayor productividad y, el que posee el mayor número de organizaciones: cooperativas y asociaciones de productores; el sector hortícola, conformado por los cultivos de piso alto y de piso bajo, el frutícola y el ornamental; el sector pecuario, con la cría de las especies bovina, caprina, cunícola, piscícola y aves y, por último, el sector turístico y artesanal, apoyado por la riqueza natural y ecológica que posee el municipio, que enaltece y enriquece la idiosincrasia cultural de la región. Ver figura 1.

Figura 1. Sectores productivos del MAEB

Sector Cafetalero	Es el de mayor producción en el municipio. Presentó dos características principales: Dos organizaciones de segundo grado que agrupan a las demás asociaciones y cooperativas. Una de ellas agrupa a los grandes productores, y la otra a los medianos y pequeños, incluso a los que trabajan recogiendo y trillando el café pero que no son productores, ni poseen tierras.
Sector Hortícola	Debido a las características topográficas y climatológicas del municipio, las cooperativas son variadas, la mayoría de tipo familiar. Se encuentran los cultivos oleícolas de piso alto, los de piso bajo, la zona frutícola y la ornamental. No existen organizaciones de segundo grado.
Sector Pecuario	Es el sector de más baja productividad. Actualmente se detectaron cooperativas de ganado bovino y porcino, siendo los primeros los de mayor número. También están conformándose cooperativas que trabajan con piscicultura, con la siembra y cosecha de la cachama, así como la cría de aves y conejos.
Sector Turístico y Artesanal	Este sector presenta una gran potencialidad, tanto el turismo como la labor artesanal reflejan la idiosincrasia cultural de la zona. Los hermosos paisajes naturales representan una fuente para el turismo ecológico. Actualmente la empresa privada es la que más ha desarrollado este sector. Los artesanos por su lado, están coordinándose para organizarse en asociaciones

Nota: Elaboración propia 2012

Conectados a estos actores, se configuraron aquellos que de una u otra forma están o deberían estar relacionadas con estas organizaciones rurales, para que en un intercambio de recursos económicos, de conocimiento científico, tecnológico y de servicios, incidan en el desarrollo del municipio. Estos actores se agruparon en los siguientes sectores: gobierno nacional, gobierno regional, gobierno municipal, sector académico, apoyo social y sector privado. Lo anterior se evidencia en la figura 2.

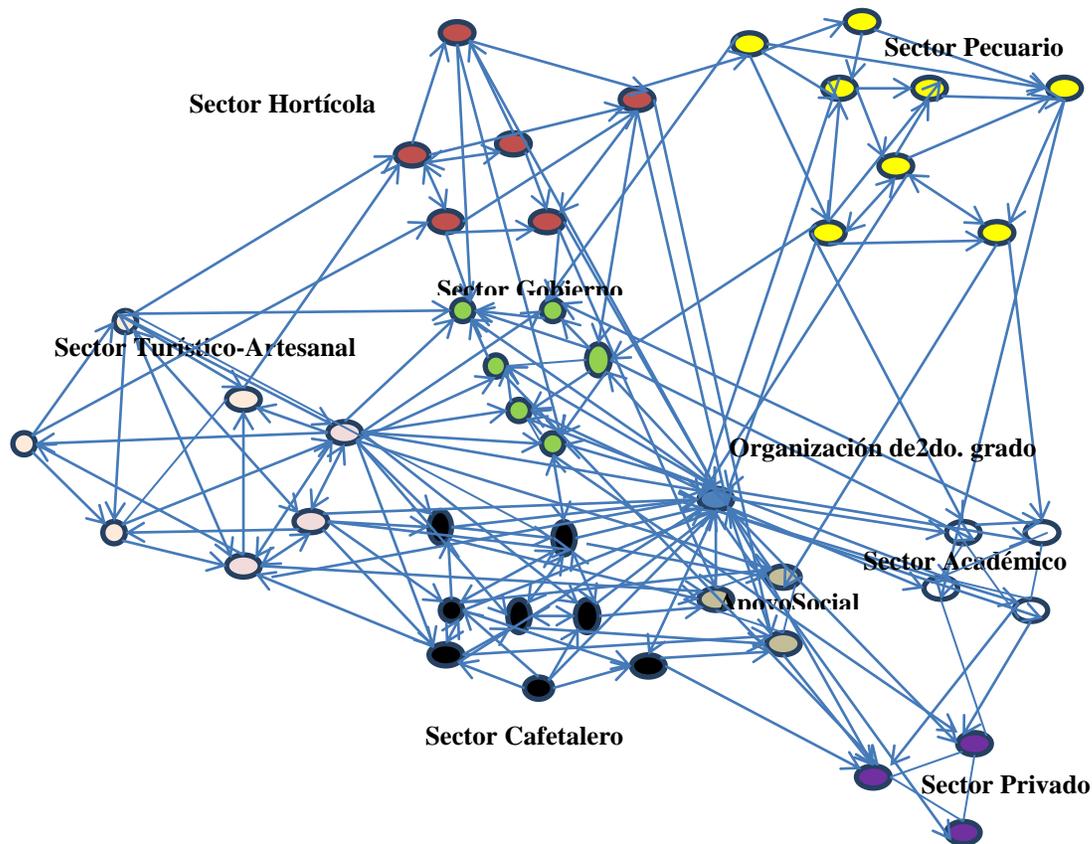
Figura 2. Actores presentes en el municipio Andrés Eloy Blanco, Estado Lara



Nota: Elaboración propia. 2012

La utilización de la técnica ideográfica permitió identificar a las unidades de investigación para la agrupación y clasificación de las organizaciones rurales de acuerdo al sector y a la función que desempeñan en el sistema de producción del municipio. Se detectaron organizaciones, que sin ser netamente de un sector específico, podrían pertenecer a cualquiera de ellos, esta clasificación permitió la visualización de los probables clusters, así como la presencia de los lazos débiles y los agujeros estructurales, que no deben faltar en las redes porque permiten a las organizaciones conectarse con otras que no están dentro de su propio entorno, tan como se muestra en la figura 3.

Figura 3. Red de Relaciones Socioproductivas

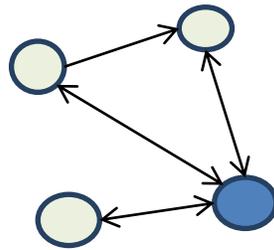


Nota: Elaboración propia 2012

La configuración de esta red en el municipio permite, a través de la técnica de grafos de Euler, la exploración de las propiedades algebraica en conjunto y de las posiciones que van a ocupar los nodos centrales (Sanz, 2003).

En la figura siguiente, la forma de cómo representar gráfica y matricialmente una sencilla red de relación entre cuatro actores de este municipio, lo cual permitió realizar análisis simple de la representación algebraica.

Figura 4. Red sencilla de relaciones



	1	2	3	4
1.-Café nuestro	---	1	0	1
2.- Caridad	0	---	0	1
3.- Amanecer	0	0	---	1
4.- Gran Casa	1	1	1	--

Nota: Elaboración propia 2012

Se utilizaron filas y columnas de una matriz para mostrar las relaciones entre nodos (actores). En su forma más simple es una matriz cuadrada con tantas filas y columnas como nodos, y en cuyas celdas se anotó un cero (0) o uno (1) para indicar la ausencia o presencia de la relación. Las filas por convención representan el origen y la columna el destino. Cuando existe reciprocidad total en las relaciones la matriz es simétrica.

Al calcular la centralidad sencilla de esta red, se tiene:

$$CD(4) = \frac{\sum x_{I23}}{J}$$

J

Si se asume a j (relaciones posibles) con valor de 9, se obtiene que la centralidad sencilla de esta red es de 0,4, que permitió medir el grado o cercanía entre actores con el nodo central, tomando en cuenta que son pocos los nodos representados. En este caso existe 0,4 grados de diferencia entre los nodos y el nodo central (Gran Casa).

Si se analiza la densidad en esta red, se obtiene:

$$den = \frac{2(7)}{4(4 - 1)}$$

La densidad es de 10,5 grados, tomando en cuenta el número de nodos, significa que las relaciones establecidas por estos actores son de 10,5 de veces de cada uno con respecto a otros actores. El análisis social de la intensidad de estas relaciones para su configuración estará determinado por las características de los actores y el enfoque del estudio.

Ahora bien, al quedar configurados los diferentes sectores productivos, se procedió a través del método etnográfico, utilizando la entrevista semiestructurada, establecer las categorías para dar una explicación teórica a la configuración de la red. La unidad de análisis estuvo conformada por un representante de cada uno de los actores que configuraron la red, en un total de nueve El gobierno

nacional se apoyó en la representación del gobierno municipal, a través del director del Plan Café quien coordina el departamento de Gerencia Agroindustrial de la Alcaldía.

El Método etnográfico permitió visualizar las siguientes categorías:

Categorización	Actores
Formas de organización Cooperativas familiares Consejos comunales Organizaciones sociales de apoyo al productor	<p>Actor 1: Representante del sector cafetalero: La figura central para agruparse son las cooperativas de base familiar. Muchas de ella no cuentan con relaciones lo suficientemente fuertes para conseguir créditos y por eso se asocian con Gran Casa.</p> <p>Actor 2: Representante del sector agrícola: Hay apoyo en los consejos comunales, los agricultores son los más golpeados pues el acceso al mercado es fuerte, establecemos muchas veces alianzas con Gran Casa para lograr acceder.</p> <p>Actor 3: Representante del sector pecuario: Nuestras cooperativas son todas familiares, nos estamos conformando en consejos comunales para lograr créditos del gobierno.</p> <p>Actor 4: representante del sector turístico y artesanal: este sector está conformado en la mayoría por cooperativas privadas, las familiares son menos pues la inversión en este sector es bastante elevado y muchas familias no cuentan con los recursos.</p> <p>Actor 5: Representante de las organizaciones de apoyo social: existen varias organizaciones de apoyo social, la mayoría de ellas promocionadas por el gobierno, están tienen su apoyo sobre todo en los consejos comunales</p> <p>Actor 6: Representante del sector privado y/o empresarial: La forma de agrupación más común son las cooperativas, los consejos comunales son más que todo representación legal de las familias.</p> <p>Actor 7: Representante del gobierno municipal: El gobierno brinda apoyo a las cooperativas familiares, consejos comunales y organizaciones sociales, la prioridad es el bienestar del pueblo.</p> <p>Actor 8: Representante del gobierno regional: las organizaciones regionales están trabajando para ser un brazo de apoyo a las cooperativas del municipio.</p> <p>Actor 9: Representante del sector académico: la universidad está estrechando lazos con las diferentes organizaciones del municipio para establecer relaciones de cooperación que permitan el intercambio de conocimiento, ciencia y tecnología, esa es la meta.</p> <p>:</p>

Nota: Elaboración propia 2012

Son las diferentes maneras de agrupación presentes en el municipio, que permitieron establecer la posibilidad de conformar la red. Esta categorización determina la presencia de las tramas. La forma de organización más común son las cooperativas familiares. En sentido general no se encuentran como tal conformadas en redes, y la influencia de una sobre la otra, así como su dependencia, es puntual, referido al contexto en el cual se desarrolla la relación.

En cuanto a las formas de relación:

Categorización	Actores
Formas de relación Reuniones Mercados populares	<p>Actor 1: Representante del sector cafetalero: Los mercados populares se están dando con mayor frecuencia, la manera que puedan establecerse relaciones que conduzcan a establecer buenos negocios son las reuniones, allí se va conociendo</p>



Asambleas

que recursos posee cada organización y puedan establecerse asociaciones.

Actor 2: Representante del sector agrícola: La manera más común de establecer relaciones de negocios con otras cooperativas es en los mercados populares pues antes de ellos nos reunimos para intercambiar puntos de vista.

Actor 3: Representante del sector pecuario: Las reuniones y asambleas en la alcaldía nos permiten estar al día con las últimas noticias acerca del sector.

Actor 4: representante del sector turístico y artesanal: Como sector nos concentramos en reuniones con la empresa privada y gobierno. Esto nos permite tener acceso a los créditos que necesitamos.

Actor 5: Representante de las organizaciones de apoyo social: Las asambleas y reuniones como organizaciones nos permiten analizar situaciones puntuales para brindar el apoyo necesario a aquellas organizaciones que lo requieran.

Actor 6: Representante del sector privado y/o empresarial: Se está estableciendo en el municipio una cultura entre las organizaciones en establecer reuniones y asambleas periódicas que les permiten ventilar cualquier punto que sea importante para su fortalecimiento.

Actor 7: Representante del gobierno municipal: La forma idónea de una organización para relacionarse y encontrar apoyo para alcanzar sus objetivos son las reuniones y asambleas.

Actor 8: Representante del gobierno regional: Es importante las formas de relación de las organizaciones rurales porque de allí dependen su éxito o fracaso en el mercado.

Actor 9: Representante del sector académico: Las organizaciones rurales están dando apertura a otros actores y se espera que estas relaciones lleven al establecimiento de nuevas formas de trabajo común.

Nota: Elaboración propia 2012

Estas relaciones están determinadas por lazos fuertes, donde predominan las relaciones familiares, pero con presencia de lazos débiles, con los cuales quedó establecida la presencia de agujeros estructurales que permiten a estas organizaciones establecer nexos fuera de su entorno familiar.

Estas formas de relación se presentaron bajo las figuras de reuniones, mercados populares y asambleas. El fin de la configuración de la red es el establecimiento de relaciones más estructuradas entre los actores, que les permita establecer canales de comunicación para la comercialización y apoyo de la producción, así como el intercambio de recursos, conocimiento, tecnología e innovación.

En relación a las formas de financiamiento

Categorización	Actores
Formas de financiamiento Créditos populares Créditos privados Cajas populares Ahorro	<p>Actor 1: Representante del sector cafetalero: Para muchas de nuestras organizaciones el acceso a formas de crédito para sus cosechas se les hace cuesta arriba. Se necesita establecer relaciones más fuertes para alcanzar esta meta.</p> <p>Actor 2: Representante del sector agrícola: El ahorro familiar es casi imposible. Estamos intentando abrir cajas populares auspiciadas por el gobierno que nos darán una mayor posibilidad de acceso a créditos para las siembras.</p> <p>Actor 3: Representante del sector pecuario: Los créditos populares y las cajas de ahorro es lo último de los que nos han hablado para ver la manera como conseguimos crédito ya que los bancos exigen muchos requisitos y prácticamente quieren quedarse con todo.</p> <p>Actor 4: representante del sector turístico y artesanal: Siempre se opta por un financiamiento privado, los de este sector hemos aprendido a trabajar así, sin</p>

embargo, no rechazamos la idea de las cajas de ahorro, serían de gran ayuda.

Actor 5: Representante de las organizaciones de apoyo social: nuestra misión es educar a los integrantes de las organizaciones para que analicen cual es la mejor forma de ahorro y sobre la manera de obtener ayuda financiera.

Actor 6: Representante del sector privado y/o empresarial: Siempre estamos dispuestos a escuchar a las organizaciones en su requerimiento de ayuda financiera y a colaborar dependiendo de sus metas y objetivos que por supuesto estamos dispuesto a apoyar.

Actor 7: Representante del gobierno municipal: Las organizaciones deben aprender que existen otras formas de financiamiento que no son los bancos, existen dentro de ellas organizaciones que se encargan de agilizarles este trabajo, lo importante es establecer las relaciones adecuadas.

Actor 8: Representante del gobierno regional: La difícil situación económica es una buena razón para que las organizaciones rurales salgan del paternalismo del estado en el cual siempre han estado sumergidas para conseguir recursos económicos, es bueno que se exploren otras formas de financiamiento.

Actor 9: Representante del sector académico: Los aportes económicos representan un eje muy importante en toda organización, para tener acceso a mejores formas de financiamiento las empresas deben abrir sus horizontes a aquellos actores que verdaderamente pueden ayudarlas en esto.

Nota: Elaboración propia 2012

El acceso al financiamiento económico, en donde el predominio de una estructura cerrada, lleva al endeudamiento con créditos privados, que prácticamente se cobran con la cosecha lo que debilita a la organización. Las formas de financiamiento las canalizan a través de créditos populares, privados, cajas de ahorro de las organizaciones y ahorros de cada uno de ellos. En este sentido se observó que el acceso a los dos primeros tipos es limitado, los actores no cuentan con los canales apropiados para que éstos se hagan asequibles, los que lo logran es debido a que se relacionan con actores de mayor trayectoria que les permiten la accesibilidad, con la salvedad que un porcentaje de ese crédito debe ser depositado a la organización enlace.

Las cajas populares existen en teoría, los actores, excepto los de mayor trayectoria, afirmaron tener acceso a ellas y, en cuanto al ahorro la calidad de vida de estos productores no les permite reunir cantidades de dinero considerables para una inversión posterior. La configuración de esta red va a presentar la posibilidad de abordaje a estas formas de financiamiento para que las organizaciones que no tienen la poca posibilidad puedan beneficiarse, apoyados, por supuesto, en una red que les permitirá canalizar económicamente cada uno de sus proyectos.

En relación a los entes capacitadores:

Categorización	Actores
Entes capacitadores Instituciones gubernamentales Instituciones de Educación Superior Instituciones del estado	Actor 1: Representante del sector cafetalero: Nuestras organizaciones requieren de capacitación, pero es muy poco el organismo que nos las brinda. Actor 2: Representante del sector agrícola: Tenemos conocimiento heredado de nuestros padres, pero sería bueno la modernización porque podríamos competir mejor con las empresas grandes.



Actor 3: Representante del sector pecuario: Se necesita aprender buenas técnicas, yo creo que la universidad es una buena aliada para brindarnos capacitación.

Actor 4: representante del sector turístico y artesanal: La actualización es importante, una organización que no lo haga está destinada al fracaso, se cuenta con el apoyo de las universidades, las instancias gubernamentales y las privadas, lo importante es tener acceso a ellas.

Actor 5: Representante de las organizaciones de apoyo social: Hay que fomentar la capacitación tecnológica en nuestras organizaciones, debemos relacionarnos en este aspecto sobre todo con las universidades quienes pueden apoyarnos en esto.

Actor 6: Representante del sector privado y/o empresarial: Esto es un punto muy importante en toda organización el intercambio de conocimiento e información es clave y hay que establecer alianzas al respecto con organizaciones especializadas en esto, especialmente las universidades, aunque a nivel gubernamental existe este apoyo.

Actor 7: Representante del gobierno municipal: Siempre se trata de establecer relaciones con instituciones que brinde este apoyo, con las universidades tenemos convenios que permiten el acceso al conocimiento que para las organizaciones es muy importante, también se cuenta con personal que brinda este apoyo a los productores.

Actor 8: Representante del gobierno regional: A los productores les cuesta aceptar ayuda en este aspecto por su idiosincrasia, poco a poco se viene trabajando en alianza con las instituciones de educación superior para brindar a los productores el acceso a la tecnología y a la información porque estamos claros que conocimiento ellos poseen y hasta en más alto grado que cualquier profesional.

Actor 9: Representante del sector académico: Por estar dentro del sector académico pareciera que somos los indicados para brindar capacitación a los productores pero existen otros organismos que están igual o más capacitados, la idea es establecer una alianza en procura de brindar a los productores la mejor capacitación.

Nota: Elaboración propia 2012

Muchas veces desconocidos por las organizaciones rurales, estas instituciones son las que se encargarán de colaborar con el enriquecimiento intelectual, partiendo del conocimiento que las organizaciones poseen, respetando de este modo la idiosincrasia cultural. Su presencia es reconocida por ellos, pero hasta hoy día no se han establecido relaciones formales y estructuradas con estos actores, debido muchas veces a la actitud de los productores con respecto al celo por su organización y por ende de su producción.

El hecho que estos actores capacitadores conformen esta red, les permitirá ser facilitadores del conocimiento, tecnología e innovación que estas organizaciones requieren como herramienta de integración al mercado globalizado.

Por último, se tiene la categoría de abordaje al mercado:

Categorización	Actores
Abordaje del mercado Organizaciones de segundo grado Ferias campesinas Empresa privada Medios de transporte	Actor 1: Representante del sector cafetalero: Para acceder al mercado a la mayoría les cuesta por eso se apoyan en otras organizaciones. Incluso los medios de transporte para llevar lo que se produce cuesta, sobre todo a los que viven en la zona de arriba de la montaña. Actor 2: Representante del sector agrícola: Es muy importante acometer



este asunto, a muchos es difícil bajar sus cosechas y la venden por nada a los intermediarios que suben a buscarla con sus camiones, por ello es importante nuestras ferias campesinas porque allí nos reunimos para buscarle una solución a esto.

Actor 3: Representante del sector pecuario: En este negocio hay que contar con un buen sistema de transporte si no se tiene todo el trabajo se cae, en esto estamos trabajando en este sector que somos pocos, pero hay que censarse y colaborar para buscar soluciones favorables para todos.

Actor 4: representante del sector turístico y artesanal: La actualización es importante, una organización que no lo haga está destinada al fracaso, se cuenta con el apoyo de las universidades, las instancias gubernamentales y las privadas, lo importante es tener acceso a ellas.

Actor 5: Representante de las organizaciones de apoyo social: En este aspecto siempre es bueno contar con aliados, y esa es la idea de relacionarse, conformar un bloque de ayuda mutua.

Actor 6: Representante del sector privado y/o empresarial: Es fuerte para estos productores el acceso al mercado, en las ferias campesinas se están conformando alianzas que se esperen lleguen a buen término para solucionar este problema.

Actor 7: Representante del gobierno municipal: La Alcaldía brinda muchas veces el servicio de transporte a los que más lo necesitan, pero lo importante es que se establezcan alianzas para que se conforme un bloque de ayuda de unos para los otros.

Actor 8: Representante del gobierno regional: Acometer esto no es fácil, sobre todo si no se cuenta con los medios, es importante entonces la capacitación en todas las áreas para que los productores sepan que decisiones tomar ante cualquier eventualidad.

Actor 9: Representante del sector académico: No es fácil para muchas de estas organizaciones el abordaje al mercado, pero en las alianzas y asociaciones está el secreto para que puedan tener acceso al mercado productivo.

Nota: Elaboración propia 2012

La mayoría de las organizaciones rurales, por lo fuerte del mercado, se ven en la necesidad de rematar sus cosechas, generando pérdidas en muchos casos, en la red una buena conexión entre los mecanismos de abordaje aunado al conocimiento, tecnología e información, permitirán obtener beneficios para los productores. Se determinó que la mayoría lo hacer a través de una relación con una organización de segundo grado, en ferias campesinas, donde la empresa privada y los medios de transporte representan un condicionante.

En este sentido la integración a la red, les permitirá el abordaje a un mercado que muchas veces se les presenta inaccesible por las condiciones económicas que estos actores poseen. La configuración de esta red facilitará el establecimiento de relaciones socioproductivas encaminadas a mejorar la calidad de vida de sus integrantes, con incidencia en el desarrollo de su territorio.

5.- DISCUSIÓN

La configuración de la red de relaciones socioproductivas de las organizaciones rurales, activa la capacidad de interrelación entre los integrantes de las organizaciones, ya que implica no solo un sector,



sino todos los sectores interconectados, no solo entre ellos mismos sino con aquellas organizaciones y actores que les brinden oportunidades y beneficios. Esta red estará basada en la diversificación de la producción, la pluriactividad, sobre todo en el sector agrícola, donde los cultivos no se dan todo el año, siendo para ellos más productivo cultivar otro rubro (sea agrícola o pecuario) mientras esperan el nuevo ciclo del que producen.

Apoiados en la técnica ideográfica que permitió la clasificación de los elementos de la estructura operacional de una red, se estableció la misma por medio de: En primer lugar la identificación del sector, con aquellos factores económicos, sociales, educativos, culturales y otros, presentes en la localidad, que poseían condiciones favorables para la conformación de una red, de esta manera, se estableció la posibilidad de la red de relaciones socioprodutivas en dos sentidos: 1) Las redes de proximidad, con la finalidad que reúnan los elementos señalados por el fenómeno de clustering, (Porter, 1998), en donde, la presencia de lazos fuertes y lazos débiles (Granovetter, 1973) determinen sus características organizacionales; 2) Las redes a larga distancia, basada en la teoría de los agujeros estructurales (Burt, 2000), con soporte en las capacidades, los valores asociados y los resultados esperados por cada una de las organizaciones presentes en la red.

En segundo lugar, se identificaron las prácticas productivas del sector, así como sus organizaciones socioprodutivas. En tercer lugar, se estableció la naturaleza relacional de la red, que permitió resaltar los valores de la relación existente entre los actores integrantes de las organizaciones, vinculados con el desarrollo socioeconómico.

En cuarto y último lugar, se resaltó la importancia de las innovaciones sociales como antecedentes de innovaciones organizacionales socioprodutivas, contando con un basamento legal (organizaciones gubernamentales), que ofrezca un marco de legitimidad e institucionalidad, por medio del cual, las características de la innovación sean relevantes pues representan instrumentos de políticas públicas, como marco de las distintas instancias políticas y legales del país.

Esta red, como se indicó anteriormente, incluyó la participación y acción de varios actores, no solo de los que conforman las organizaciones rurales, cuyos integrantes son los productores, sino de todos aquellos que se encuentran en su entorno y que participan, de una u otra manera en su proceso socioprodutivo, cada uno de estos actores tiene la responsabilidad dentro de la red, de realizar aportes significativos y conexiones relevantes para el desarrollo socioprodutivo de la localidad. Tomando en cuenta esto, la operatividad de la red se desarrollará con la presentación y ejecución de proyectos productivos de las organizaciones que formen parte de la red.

En este sentido, la red de relaciones socioprodutivas de las organizaciones rurales estará en capacidad de propiciar y facilitar el desarrollo de la localidad en la cual opera, contribuyendo a la productividad

local, dando poder a las comunidades organizadas para que desarrollen, no solo sus potencialidades agropecuarias, sino también las sociales (salud, educación), industriales, turísticas, culturales y otras que sean determinantes para la comunidad. Lo importante de las Redes de Relaciones Socioproductivas son las ventajas competitivas que se derivan de la acción socioeconómica que se produce en ellas. Las relaciones y vínculos que se establecen en las Redes de Relaciones Socioproductivas asumen diversas modalidades: actor-productor, clusters, alianzas tecnológicas estratégica y otras.

De esta manera, las relaciones y vinculaciones que generen en beneficios productivos, estimulan a los distintos actores a insertarse en redes, donde encuentran acceso al conocimiento, tecnología e innovaciones para su desarrollo. Por ello, es importante que se aprovechen y desarrollen las capacidades y recursos que posean tanto las organizaciones como la comunidad, favoreciendo de este modo el desarrollo humano y la productividad económica, mediante la generación, difusión, transferencia y apropiación social del conocimiento, mediante el encuentro de los saberes científicos y capacidades populares de los integrantes de las Organizaciones Rurales.

La red de relaciones socioproductivas de las organizaciones rurales sería una red de redes, ya que cada sector tiene su vida y actividad propia, sin descartar la conectividad que deben establecer con los otros sectores, sobre todo en la relación que deben mantener con las organizaciones y actores de las áreas de financiamiento, capacitación y abordaje del mercado.

6. - REFERENCIAS

- Burt, R. S. (1987). Social contagion and innovation: Cohesion versus structural equivalence. *American journal of Sociology*, 92(6), 1287-1335.
- Barrero, A. C., de García, G. W., & Parra, R. M. M. (2010). Introducción a la Teoría de Grafos. ELIZCOM SAS.
- Carrera, L. y Vázquez, M. (2007). *Técnicas en el Trabajo de Investigación*. Caracas: Editorial Panapo.
- Ceña, F. (1999). *El desarrollo rural en sentido amplio*. En El Desarrollo Rural Andaluz a las puertas del siglo XXI. Congreso y Jornadas. Andalucía-España No. 32.
- Colina, B., & Rojas, T. (2008). Redes de innovación socio productivas en el desarrollo endógeno: caso Las Peonías. *Revista de Ciencias Sociales*, 14(2).
- De Ugarte, D. (2006). *Teoría de las Redes Sociales*. Bogotá: Editorial Contextos.
- Fundacite-Lara (2006). *Redes Socialistas de Innovación Productivas*. Barquisimeto: Ministerio del Poder Popular para la Ciencia y la Tecnología.

- Galán J. y Castro I. (2004). *Las relaciones interorganizacionales como fuente de Capital Social*. En www.universiabusinesreview. Revisado en 2012/07/15.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American journal of sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Gutiérrez, L. (2007). Redes de la industria zuliana de termoplásticos: Una comparación entre los años 2004 y 2006. *Espacios*, 28, 2.
- Harrison, B. (1997). *La empresa que viene. La evolución del poder empresarial en la era de la flexibilidad*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P (2003). *Metodología de la Investigación. Tercera Edición*. México: Editorial McGraw Hill.
- Kvale, S (2011) *Las entrevistas en investigación cualitativa*. USA: Ediciones Morata
- Martínez, M. (2008). *La Investigación Cualitativa Etnográfica en Educación México*: Editorial Trillas.
- Peña, J. (2006). *Un análisis económico y político. Socialismo del siglo XXI. Redes de Innovación Productiva*. Misión Ciencia. Caracas. Ministerio de Ciencia y Tecnología.
- Porter, M. (1998). *Cluster and the new economic of competition*. Harvard Business Review. En: www.dotcomventuresatl.com/Downloads/HBS_clusters. Consulta realizada el 2011/01/30.
- Pujadas J., Comas D., Roca J. (2010). *Etnografía*. España: Universitat Oberta de Catalunya
- Sanz, L. (2003) Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) Unidad de Políticas Comparadas (UPC). Grupo de Investigación sobre Políticas de Innovación, Tecnología, Formación y Educación (SPRITTE)
- Tarff, R. (2006). *Principios en teoría de la conducta*. Trabajo de ascenso no publicado. Caracas: Universidad Central de Venezuela
- Zabala, H. (2007). Asociatividad, redes sociales y desarrollo local. *Revista Unircoop*. Volumen 5(1), 124.