SIERRA LEONA - Los diamantes no son eternos, la tierra sí

Tommy Trenchard, IPS

Lunes 4 de febrero de 2013, puesto en línea por Claudia Casal

IPS - Mabinti ya no recuerda la edad que tiene. Cansada de tanto trajinar, se sienta a la sombra de una palmera en su aldea de Makonkonde, en el oeste de Sierra Leona, y toma una papaya con sus manos curtidas por toda una vida de trabajo. Pero no es fácil ganarse el sustento en las zonas rurales de este país.

La única posibilidad real que tiene Mabinti de vender su papaya es esperar que los clientes viajen por el arenoso camino que conduce a la ciudad, por el que pasan apenas una o dos motocicletas por hora.

La alternativa, que es transportar la fruta en bicicleta hasta la cercana localidad de Waterloo, costaría más dinero del que Mabinti recibiría por la venta.

Como muchas otras personas en la subdesarrollada industria frutícola de esta nación del occidente de África, ella sufre la falta de un mercado accesible y redituable para sus papayas.

El mercado interno para las frutas de Sierra Leona tiene sus límites. Ofrece precios muy bajos por algunos productos como los mangos, y puede ser inaccesible para los cultivadores que viven lejos de los centros urbanos más grandes.

En estas condiciones, buena parte de la cosecha frutícola del país tradicionalmente se ha desperdiciado, particularmente en áreas rurales, y el sector continúa caracterizándose por una producción de subsistencia en vez de comercial: la mayor parte de las frutas se consumen localmente.

"En los últimos años, muchas de nuestras frutas se echaron a perder", dice a IPS Samuel Serry, portavoz del Ministerio de Agricultura. "La mayor parte simplemente se pudrió durante la temporada lluviosa".

El Ministerio, junto con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), lleva adelante esfuerzos para comercializar la agricultura en Sierra Leona, mejorando el acceso a los mercados, promoviendo el agregado de valor a las materias primas del país y brindando apoyo a inversores socialmente responsables.

La FAO también alienta la formación de colectivos agrícolas, cada uno de los cuales está integrado por unos 35 cultivadores, y crea en todo el país una serie de Centros de Agronegocios que serán usados por tres o cuatro colectivos.

Según el representante de programas de la organización, Joseph Brima, se espera que este sistema mejore la producción, brinde acceso a equipos de procesamiento e instalaciones de almacenamiento, y facilite la llegada al mercado.

Pero la FAO, como sus socios en el Ministerio, también intenta atraer inversores capaces de procesar y agregar valor a los cultivos de Sierra Leona, y al hacerlo brindar un mercado nuevo y lucrativo para los agricultores locales.

Una de esas empresas es Africa Felix Juice, fabricante de jugos de frutas tropicales y concentrados con sello Fairtrade (comercio justo), que se exportan a Europa.

Africa Felix Juice representa un nuevo modelo empresarial que ofrece a los cultivadores sierraleoneses un

mercado garantizado y un precio justo por sus frutas.

Según su fundador y presidente, el italiano Claudio Scotto, lo que distingue a esa firma es que se trata de la primera de Sierra Leona que exporta un producto manufacturado a Europa desde que finalizó la guerra civil de una década, en 2002.

Como muchas naciones africanas, Sierra Leona ha exportado tradicionalmente materias primas, entre ellas rutilo (óxido de titanio), mineral de hierro y, lo más famoso, diamantes en bruto.

Al elaborar concentrados en una pequeña fábrica ubicada en la aldea de Newton, cerca de Freetown, Africa Felix Juice agrega valor a su producto, tiene 45 empleados permanentes y puede ofrecer mejores precios a los 2.000 cultivadores de mango que le venden la fruta.

"Fue muy fácil convencer a los agricultores de que me vendieran mangos, porque todo el tiempo se pudrían", relata Scotto, quien dice que los orígenes de su empresa se remontan a cuando conoció a su esposa sierraleonesa.

Fue fácil, incluso, en lugares donde ya existía un mercado, porque como Africa Felix Juice tiene el certificado Fairtrade pagan bastante más del precio normal, hasta el triple, como ocurre con los productores rurales de mango. A su vez, ellos alientan una mayor producción.

En la aldea de Garahun, el jefe local, Momodou Kamara, piensa en plantar más árboles de mango luego de haber empezado a vender sus frutas a Africa Felix Juice.

Antes los aldeanos tenían que transportar sus mangos hasta Waterloo, donde vendían a 10 centavos de dólar la docena, pero ahora ganan tres veces más, explica.

Scotto culpa al legado de la guerra civil del lento crecimiento de los agronegocios en la última década. "La ausencia de paz simplemente destruir toda la plataforma de negocios", dice, mencionando la falta de confianza como un obstáculo para el éxito empresarial.

Pero Sierra Leona ha recorrido un largo trecho desde 2002. Luego de unas elecciones presidenciales pacíficas en noviembre, en las que el presidente Ernest Bai Koroma ganó un segundo mandato, hay una poderosa sensación de que ahora el país está plenamente abierto a los negocios.

Abdullah F. Koroma, quien dejó de cultivar piñas después de que los rebeldes destruyeron su sistema de irrigación durante la guerra, reinició este año la producción en su establecimiento agrícola de la aldea de Mobangba.

"En el país no hay estabilidad" hasta ahora, dice a IPS.

La historia de la industria frutícola de Sierra Leona es de un potencial vasto, pero todavía poco concreto.

En el Ministerio, Serry ve al sector agrícola como un componente clave del futuro desarrollo económico de Sierra Leona.

Aunque se presta mucha atención a las recientes operaciones mineras de gran escala en el país, la agricultura, según Serry, contribuye con 45 por ciento del producto interno bruto del país, y emplea a 3,5 millones de personas, de una población de casi seis millones.

"El sector agrícola tiene un potencial muy grande. Porque los diamantes no son eternos, pero la tierra siempre estará", resume.

http://www.ipsnoticias.net/nota.asp?idnews=102303