



Hacia la búsqueda de alternativas de comercialización

Desde el enfoque de la producción
agropecuaria campesina sostenible

Pie de imprenta:

Publicado por:
Bischöfliches Hilfswerk Misereor e.V.:

Dirección postal:
Postfach1450
52015 Aachen
Alemania

Dirección de las oficinas:
Mozartstr. 9
52064 Aachen
Alemania
Tel.: +49 – (0)241 – 442-0

Correo electrónico:
postmaster@misereor.de
oelers@misereor.de
schumann@misereor.de

Internet::
<http://www.misereor.de> (nacional)
www.misereor.org (internacional)

© 2007

Redacción:
Hubertus Müller
Heinz Oelers
Dagmar Schumann
Heike Teufel

Traducción al español:
Estela Sotelo de Biurrun

Índice

Introducción	4
Efectos de la globalización	5
Consecuencias de una creciente dependencia del mercado	7
Particularidades de la producción y comercialización desde la perspectiva de los pequeños productores	9
Estrategias con miras a un desarrollo integral	12
• La capacidad de innovación y la responsabilidad de la persona	12
• Los sistemas de comercialización y de producción constituyen una unidad	13
• Desarrollo equilibrado del sistema de producción	13
• Producción integral en lugar de producción orientada al mercado	14
• Reducción de riesgos y diversificación	15
• Producción propia en lugar de compra a precios elevados	15
• Trueque y ayuda mutua	16
• Integración de productos destinados a la exportación en la producción diversificada	17
• Comercialización de excedentes	17
• Normas y estándares de calidad	18
Perspectivas y áreas centrales de promoción	19
• Promoción de las personas	19
• Economía campesina y soberanía alimentaria	20
• Agricultura sostenible	20
• Mercados locales	22
• Procesamiento de productos y almacenamiento	23
• Conocimientos - Organización - Poder de negociación	24
• Comercialización directa	25
• Comercialización indirecta	26
Resumen	26
Anexo 1: Estructura de un sistema de comercialización para familias campesinas e integración del mismo en el sistema de producción	28
Anexo 2: Prioridades de la producción	31

Introducción

La creciente atención que se presta a las actividades de comercialización de los pequeños productores de América Latina, es una respuesta a diferentes situaciones, que se han ido presentando en los últimos tiempos.

- § La apertura de los mercados impulsada por la globalización, coloca sobre todo a los pequeños productores en una situación de competencia y presión, para la cual no están preparados.
- § En todas las regiones rurales de América Latina se observa un aumento y cambio en los hábitos de consumo de las familias, lo cual las enfrenta a la necesidad de obtener mayores ingresos monetarios.
- § Los pequeños productores que en los últimos años han transformado sus unidades productivas y practican una agricultura “sostenible” o “ecológica” (en parte con gran éxito), buscan mejores posibilidades de comercialización para sus crecientes excedentes de producción y/o para los productos cultivados orgánicamente.

Dadas las particularidades de la producción agrícola, por lo general la comercialización constituye un tema muy delicado para las familias. El temor a perder en mercados cuyas reglas son determinadas por otros actores, es una actitud muy difundida y el empobrecimiento de las familias y las numerosas experiencias negativas en la comercialización de productos agrícolas parecen confirmar estos temores.

Iniciativas de comercialización, actualmente concebidas y promocionadas por instituciones gubernamentales y privadas, se ajustan en su mayoría a una lógica neoliberal. Se fomenta la ganadería en lugares donde no es ecológicamente sostenible, se estimula la producción de productos especiales sin considerar los riesgos existentes, se crean tiendas comunitarias en las cuales no se ofrecen productos locales y el procesamiento de los productos se ajusta a criterios industriales.

¿Qué perspectivas y estrategias son posibles, dada esta compleja problemática? ¿Cómo se puede organizar la comercialización de los pequeños productores, ante el trasfondo crítico de objetivos ecológicos y económicos aparentemente contradictorios? ¿Es posible que “más mercado” sea la respuesta correcta a la escasez de alimentos y al insuficiente abastecimiento de las áreas rurales con productos que permitan cubrir las necesidades básicas de la población pobre? ¿Es ésta una solución a la creciente necesidad de las familias de mayores ingresos monetarios?

El presente documento hace referencia a conceptos, estrategias y medidas, que ponen su foco de atención en las familias campesinas y sus posibilidades de acción. Él no se ocupa - o sólo al margen - de los cambios que serían necesarios en las condiciones marco a nivel nacional e internacional (por ejemplo en cuanto a la importación de excedentes baratos de los países industrializados), ni tampoco se refiere a las consecuencias de una mayor liberalización del comercio agrícola o del mejoramiento de la infraestructura rural. Reflexiones al respecto deben plantearse o buscarse en otro contexto¹.

¹ Comp.: Misereor, Heinrich Böll Stiftung: EcoFair Trade Dialogue. Slow Trade – Sound Farming. New Directions for Agricultural Trade Rules, Aachen 2007. (Está prevista una traducción al español);

Efectos de la globalización

El masivo empobrecimiento de la población rural de América Latina es resultado de numerosos factores: falta de seguridad legal, el sistema tradicional de latifundios (que sólo prevé escasas superficies de cultivo para las familias campesinas), monocultivos y agricultura extensiva para la exportación agrícola, así como el sistema vigente de herencia, que ha reducido constantemente las tierras en propiedad de las familias.

Por otra parte, en los últimos años se observa una tendencia general a una producción cada vez más orientada al mercado, inclusive en las familias campesinas. Resultados exitosos, inmediatos o a mediano plazo, de los cuales por lo general se benefician sólo unos pocos, sobre todo las grandes fincas con buena disponibilidad de capital, se contraponen a desarrollos problemáticos de la agricultura y de los espacios rurales, por ejemplo:

- § Medianos y grandes productores y/o empresas agrícolas compran tierras a precios ventajosos, en regiones agrícolas interesantes², para introducir una agricultura extensiva. Esto fomenta, por lo general, la producción de monocultivos destinados a la exportación³, con el frecuente resultado de que las tierras se concentran en manos de unos pocos. Muchas familias se ven obligadas a trasladarse a

zonas marginales o se vuelven dependientes de un salario o de la ayuda estatal.



Siembra de soja en el Este del Paraguay (Bickel/Misereor)

- § Degradación de los suelos, pérdida de la fertilidad de los mismos, escasez de agua, tala de bosques y pérdida de la diversidad ecológica son los efectos resultantes que se pueden observar en todos los países latinoamericanos. La forma de producción de las grandes empresas agrícolas, que apuntan a lograr a corto plazo el máximo de ganancia, ha llevado a que en el curso de pocos años el

Misereor: "¿Es positiva la apertura de los mercados del Norte a las exportaciones agrícolas del Sur para combatir la pobreza y lograr un desarrollo sostenible?". Argumentos para debatir sobre el tema – Documento de Misereor, Aachen 2005, 7 páginas; Forum Umwelt und Entwicklung: "Internationaler Agrarhandel ist kein Selbstzweck. Nichtregierungsorganisationen fordern Vorrang für Menschenrechte, Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit bei den WTO Agrarverhandlungen" (Foro Medio ambiente y desarrollo: El comercio agrícola internacional no es una finalidad en sí. ONGs reclaman el respeto de los derechos humanos, justicia y sostenibilidad en las tratativas de la OMC) 2006, 8 páginas.

² Como p.e. la región subtropical del Gran Chaco o la región tropical del Amazonas.

³ Soja, palma (africana) de aceite, cría extensiva de ganado y economía forestal.

equilibrio ecológico de grandes regiones de América Latina⁴ corra gran peligro.

Plantación de Eucalipto en el Norte de Minas Gerais, Brasil (Schumann/Misereor)



§ Obligadas a ubicarse en zonas marginales y ecológicamente frágiles, las familias campesinas también contribuyen a

la destrucción ecológica. Por falta de conocimientos y carencia de perspectivas de futuro, con frecuencia no ven otra alternativa que la quema y tala de bosques. Paralelamente se vuelven cada vez más vulnerables a riesgos provocados por los cambios climáticos y ambientales.⁵



Preparación de terreno para el plantío de caña de azúcar en un asentamiento campesino en la costa del Atlántico, Brasil (Schumann/Misereor)

La preocupante orientación de la agricultura al mercado parece estar estrechamente vinculada a la globalización de las economías y a los procesos de concentración del agro a nivel mundial, implicando el peligro de que el control sobre la producción agropecuaria y la alimentación quede en manos de unas pocas empresas transna-

⁴ Sobre todo en las regiones del Chaco y del Amazonas, que pertenecen a varios países (el Chaco a Argentina, Bolivia y Paraguay, Amazonas a Bolivia, Brasil, Ecuador, Colombia, Perú y Venezuela), si bien también están afectadas otras regiones de América Latina.

⁵ Periodos de sequía, fuertes precipitaciones, infección con parásitos.

cionales. Este camino, marcado por la industrialización de una agricultura basada en el monocultivo, la existencia de pocas especies y el uso intensivo de plaguicidas, material genéticamente modificado y otros insumos de alto consumo energético, amenaza fuertemente los sistemas tradicionales de producción agropecuaria. La privatización y concentración de bosques y semillas en manos de unos pocos, el alto subsidio para los productos de agro-exportación a los países industrializados, la apertura de los mercados del Sur a través de tratados de libre comercio y el control del comercio por parte de la OMC⁶, son otros elementos que perjudican los sistemas productivos. Esto conlleva peligros concretos, como el empobrecimiento y desaparición de millones de familias campesinas, la pérdida de las bases productivas para la alimentación de amplios sectores de la sociedad latinoamericana y profundos cambios de las estructuras rurales. Frente esta amenaza, urge encontrar estrategias alternativas para la producción agropecuaria a pequeño y mediano nivel.

Consecuencias de una creciente dependencia del mercado

El futuro de las familias campesinas de América Latina depende de que se reorganice la economía rural y se mejore la producción y la comercialización. Sin embargo, una mirada al desarrollo de los últimos años, muestra que la esperanza de que la orientación al mercado sea la salvación contra la miseria es una ilusión. El mercado es el lugar en que las familias campesinas más que ganar pierden.

Actualmente las familias deben competir con una agricultura⁷, que en las últimas décadas ha aumentado en forma explosiva su productividad⁸ y con frecuencia recibe subvenciones estatales. Esto no es nada nuevo. Ya a partir de los años 60 del siglo pasado, con el comienzo de la "revolución verde" y la disponibilidad de mejores posibilidades de transporte, se podían enviar sin mayores problemas productos agrícolas procesados y no procesados a cualquier lugar del mundo. A nivel mundial los precios del mercado muestran una tendencia a equipararse. Ya se trate de Honduras, Estados Unidos o Alemania, los precios que reciben los productores de arroz, maíz o trigo no muestran gran diferencia.

Paralelamente al notorio aumento de la producción mundial, se observa una continua caída de los precios de productos agrícolas. Ayudas en forma de alimentos (resultantes de excedentes de la producción y elevadas subvenciones a las exportaciones agrícolas) por parte de los países industrializados, han agudizado la caída de precios en los países receptores.

En Europa y Estados Unidos este desarrollo ha llevado a la desaparición masiva de unidades de producción pequeñas y medianas. Correspondiendo al principio de "agrandarse o apartarse del camino", por lo general sólo han sobrevivido aquellas

⁶ Organización Mundial de Comercio

⁷ Tanto con la agricultura altamente tecnificada de los países industrializados como con la agricultura tecnificada en el propio país.

⁸ El rendimiento y la productividad oscilan fuertemente entre las diferentes regiones, tanto en los países industriales del Norte como en los países latinoamericanos. En Europa, según el lugar y el grado de tecnificación, una sola persona puede cultivar entre 50 y 200 ha y obtener entre 80 y 150 qq (1 quintal:46 Kg.) de cereales por ha. En regiones pobres de Latinoamérica donde prevalece una agricultura no mecanizada una persona puede cultivar 1 hectárea y obtener entre 10 y 40 qq.

unidades que aumentaron su superficie, apuntando a más cantidad o volumen.⁹ Obligadamente esto llevó a una racionalización de la producción y al elevado empleo de insumos externos. Y pese a que los gobiernos pusieron a disposición múltiples subvenciones, no pudo evitarse la “desaparición de los campesinos”. La mano de obra liberada con este proceso pudo ser absorbida en su mayor parte por la industria y el sector de servicios.¹⁰

También las familias campesinas de los países latinoamericanos intentaron compensar el negativo desarrollo de los precios con mayor producción. Con tal fin compraron semillas mejoradas, fertilizantes, pesticidas y forrajes concentrados. No obstante, los costos de producción y la dependencia del mercado aumentaron notoriamente. Los mayores rendimientos logrados en un comienzo, fueron contrarrestados por aumentos continuos de los costos de maquinaria agrícola e insumos y por los elevados precios para productos de consumo.¹¹

Por otra parte, las ganancias de una mayor producción quedaron en manos de un creciente número de actores que se benefician con el mercado agrícola, como comerciantes, bancos, empresas de comercio agrícola, productores de forrajes, fertilizantes y pesticidas.

Las consecuencias de un desarrollo tal de los precios y costos de producción son siempre las mismas: se aumenta la parte de la producción destinada a la venta, a costa del autoabastecimiento familiar. Aún así faltan recursos financieros para poder invertir y aumentar la productividad. El rendimiento cae por debajo de los costos de producción. Descapitalización y pobreza se vuelven inevitables. No se puede alimentar adecuadamente a la familia o reponer equipos y herramientas y es necesario vender los animales para cubrir gastos imprevistos. Con la esperanza de conseguir ingresos monetarios adicionales, a base de un salario, la migración temporal aumenta.

Este proceso de empobrecimiento va acompañado por una degradación de los recursos naturales. No es posible invertir más tiempo y esfuerzos en mantener la fertilidad del sistema ecológico. Se descuidan las propias parcelas, se sacrifican las últimas reservas de bosques, se deja de proteger las laderas de los ríos, se amplía el límite de las zonas de cultivo a lugares ecológicamente inestables y se descuida la variedad vegetal. Al final del camino sólo resta el éxodo a la ciudad.

⁹ En Alemania el número de explotaciones con más de dos hectáreas de superficie cultivada se ha reducido en los últimos 15 años en más de un tercio: de 541.600 en 1991 a 366.600 en 2005. Fuente: Oficina federal de estadísticas, Levantamiento de datos sobre la estructura agraria, 2005.

¹⁰ En los últimos años, sin embargo, dado el mayor grado de conciencia sobre la limitación de los recursos naturales y la necesidad de alimentos sanos, en Europa ha surgido un nuevo sector de productores, que ofrece productos de alta calidad cultivados con criterios agroecológicos.

¹¹ Las consecuencias se pueden visualizar concretamente en un informe sobre las experiencias de los Wixárika de México: “Antes la gente sembraba sin echar abono químico. Después comenzaron los fertilizantes y, en algunos lugares, si ya no se usan no se da la cosecha. Es la contaminación y la dependencia de la tierra, el maíz, la gente y el agua. También causan problemas económicos: si no tienes dinero ya no puedes sembrar. En muchas comunidades la gente lo platica.

La entrada de los agroquímicos en las comunidades causó una transformación en la economía, la cultura y la ecología del territorio Wixárika. Hay erosión de los suelos, cambios en el uso de las tierras por pastizales y la entrada de ganado, la presencia de insectos que se comen las milpas, la contaminación de ríos y manantiales y la desaparición de los peces. Las plantas de maíz se han vuelto débiles, tienen menos resistencia al viento y sobre todo se ha afectado la diversidad en la milpa”. Asociación Jalisciense de Apoyo a Grupos Indígenas: Maíz y Territorio, Guadalajara 2006, pág. 19.



Reducción de la productividad por el 50%, suelos erosionados, vegetación arruinada. Campos de una cooperativa cerca de San Gil, Colombia, después de años de aplicación de agroquímicos (Oelers/Misereor)

Así y todo, tampoco la orientación de la producción a los productos de exportación los cuales deben competir con productos importados más baratos ha conducido al éxito deseado y a una mayor dinámica de la producción campesina. Dado el aumento de la producción mundial, productos como el café registran la misma caída de precios que los alimentos básicos. El algodón y el caucho, por ejemplo, no pudieron mantener sus precios frente a productos sintéticos más baratos.

Particularidades de la producción y comercialización desde la perspectiva de los pequeños productores

Pese a todos los problemas, para las familias la comercialización representa una realidad y una necesidad. No obstante, dadas las condiciones especiales de la producción campesina, ella está unida a una serie de riesgos y desafíos.

Las familias campesinas disponen de muy pocas tierras¹², que por lo general no están aseguradas legalmente. Con frecuencia cultivan superficies no adecuadas para la producción agrícola, utilizan técnicas de labranza no apropiadas al lugar, raramente disponen de reservas monetarias y no tienen acceso a instrumentos efectivos del fomento agrícola estatal. La mayoría practica una agricultura manual, azadas y machetes son los principales instrumentos de labranza. La migración temporal está muy difundida. Con frecuencia los hombres dejan la producción en manos de sus mujeres por varios meses y trabajan como asalariados en las grandes plantaciones¹³ para obtener ingresos monetarios.

Las familias campesinas no son autárquicas. Dependen de la venta o trueque de sus productos agrícolas, forestales o ganaderos. Cuanto más alejadas están las comunidades, tanto más se practica el trueque. Especialmente los productores y productoras de determinadas regiones rurales se enfrentan a un dilema: durante mucho tiempo ellos se orientaron de forma segura en la tradición, intuición y experiencia para tomar decisiones sobre qué, cómo y para quién producir. Hoy día están influenciados por numerosos factores externos, procesos culturales de cambio

¹² Según la región y lugar la propiedad básica varía. En Latinoamérica el promedio está entre 1 y 10 ha.

¹³ Por ejemplo en la cosecha de caña de azúcar o café.

y una mayor necesidad de consumo. Más que nunca, las familias y comunidades dependen de las decisiones políticas y de los desarrollos del mercado y están expuestas a la competencia de otros productos, que penetran incluso en los mercados locales. Dado este dilema entre la necesidad de producir más para el propio consumo y el estar en mejores condiciones para competir en el mercado, les es difícil tomar decisiones respecto a qué producir y cómo organizar adecuadamente la producción y comercialización.

En el transcurso de los últimos años, los factores que fomentan la diferenciación de las unidades de producción (en el sentido de especialización) han aumentado constantemente. Puede tratarse de factores sociales (por ejemplo cambio de hábitos de consumo o migración), ecológicos o económicos. Movimientos del mercado, innovaciones técnicas¹⁴ o la elevada demanda de un producto determinado, fomentan la especialización en uno o pocos productos y pueden provocar un desarrollo desequilibrado de los diferentes componentes de la unidad de producción. En otras palabras: los diferentes objetivos pueden llegar a competir entre sí, por ejemplo el rendimiento y la productividad por un lado y la estabilidad del sistema productivo y la sostenibilidad de la producción por el otro.

El mercado no es “todo” y tampoco representa el factor más importante para el manejo de las pequeñas unidades productivas. Él es sólo un eslabón, si bien importante, dentro de una larga cadena de factores, que decide sobre la capacidad de futuro de tales unidades. Además del mercado¹⁵ inciden también los siguientes aspectos de relevancia: seguridad legal para el acceso a la tierra, condiciones ecológicas de cultivo, uso sostenible de los recursos naturales, capacidad de innovación,



acceso a informaciones y material genético, capacidad de conservar, almacenar o procesar productos, así como relaciones sociales y culturales intactas.

Vegetación permanente, humedad mantenida, producción alta y diversificada. Parcela agroforestal de Fidelcastro Joseph, Dupity, Haití (Habermeier)

El rendimiento económico de los sistemas campesinos de producción no puede medirse sólo por los ingresos monetarios que se obtienen. En principio es necesario considerar los aportes para: 1. mantener el sistema ecológico, 2. preparar insumos de producción, 3. asegurar el autoabastecimiento de las familias y el cuidado de los

¹⁴ Por ejemplo la adquisición de instalaciones de procesamiento para un producto determinado.

¹⁵ Trueque o venta.

animales y 4. satisfacer las necesidades familiares y de la unidad productiva, que no pueden ser cubiertas directamente con la propia producción.¹⁶

Incluso unidades que presentan condiciones relativamente favorables (por ejemplo que disponen de más tierras, seguridad legal o suelos relativamente fértiles) no están libres de los problemas típicos de la producción y comercialización agrícolas:

- § los productos tienen un peso o volumen relativamente grande y un valor comparativamente pequeño, por lo general son difíciles de transportar y se descomponen fácilmente.
- § la cantidad y calidad de los productos no se puede fijar de antemano. Ellos dependen de factores climáticos y biológicos, prácticamente no controlables. Inundaciones, sequías, plagas o enfermedades de las plantas constituyen una permanente amenaza. En casos extremos basta una mala cosecha para que un campesino se endeude o pierda su base de existencia.
- § según de qué producto se trate, la producción total sólo se puede ofrecer por un tiempo limitado en el mercado y los precios decaen rápidamente por el exceso de oferta. La falta de capacidad de almacenamiento, el hecho de que los productos se descomponen fácilmente y la presión financiera existente obligan (sobre todo a los pequeños productores) a vender la cosecha aún cuando el precio esté por debajo de los costos de producción. Esta relación entre exceso de oferta y caída de los precios se observa por lo general en la producción de alimentos y pone estrechos límites a las estrategias que apuntan exclusivamente a un aumento de la producción.

Los campesinos no acceden fácilmente a informaciones sobre precios y desarrollo del mercado y - dados los largos ciclos de la producción agrícola - dichas informaciones sólo ayudan en forma relativa al tomar decisiones respecto a la producción. Por otra parte, las condiciones de comercialización varían notablemente a nivel local, regional, nacional e internacional. Cuánto más lejanos están los mercados, tanto menos pueden los campesinos observar cómo se desarrollan o incluso influenciarlos. Aún así, también en los mercados locales se da cada vez mayor competencia con los productos importados, dado que estos gozan de mayor prestigio entre los compradores.

En resumen, ni una mayor producción ni un mejor acceso al mercado cambian las condiciones y particularidades de la comercialización agrícola. Ellas llevan a que las ganancias en el mercado no se consigan en primera línea con la cosecha misma sino con la capacidad de transportar los productos al consumidor, almacenarlos por largo tiempo y conservarlos. Por lo general no son los campesinos sino otros actores económicos, los que disponen de tal capacidad y ganan con la comercialización. Para los pequeños productores un precio alto y un mercado abierto no implican automáticamente mayor ganancia. Especialmente para la producción agropecuaria a pequeña escala y con poca diversificación de productos, más mercado significa también mayor riesgo. Los campesinos no disponen de reservas de capital para superar los años malos, con pérdida de cosechas o gran caída de precios.

¹⁶ Respecto a 1: p.e. plantación de barreras contra el viento y de árboles; 2: producción propia de p.e. semillas y fertilizantes; 3: alimentos para personas y animales, material para la construcción de casas; 4: inversiones y necesidad de bienes de consumo y servicios.

Estrategias con miras a un desarrollo integral

Hoy en día las familias campesinas se enfrentan al desafío de tener que lograr mayores ingresos monetarios, para satisfacer necesidades de consumo cada vez mayores. ¿Qué aspectos deben ser considerados y qué estrategias hay que apoyar para que el interés económico en producir más y obtener mayores ingresos sea compatible con los objetivos ecológicos y sociales?

La capacidad de innovación y la responsabilidad de la persona

La clave no consiste en encontrar nuevos mercados o vías de comercialización o productos que se puedan ofrecer a precios más altos. Tampoco se trata de descubrir los secretos de la comercialización y las recetas para poder competir, tanto en el mercado nacional como internacional. La experiencia de familias que han logrado crear y difundir experiencias agroecológicas y nuevas formas de comercialización muestra la importancia de la actitud y capacidad de las personas y grupos rurales. Son ellos los que tienen que asumir la responsabilidad de generar, indagar y descubrir permanentemente formas y posibilidades de comercialización.



Yvonne y Antônio, agricultores de Triunfo, Pernambuco, Brasil, capacitados por Sabiá, se intercambian referente al manejo de su sistema agroforestal y las innovaciones (Schumann/Misereor)

No existe fórmula alguna que indique el camino y asegure el éxito de la misma. Más bien parece indispensable romper con algunos

esquemas tradicionales de la agricultura y de la comercialización, como sembrar solamente granos básicos, vender los productos exclusivamente a comerciantes o dejar prevalecer una actitud de desconfianza ante nuevas formas de organización. Asimismo es necesario descubrir el valor de los productos locales, es decir recuperar, revalorar y reconocer lo propio: la cultura, la comida, las plantas y otros productos originarios del lugar. El orgullo respecto al valor y calidad de los propios productos, no es garantía pero sí condición para aprovechar oportunidades estables de comercialización.

Los sistemas de comercialización y de producción constituyen una unidad

Las posibilidades, riesgos e impactos de las estrategias de comercialización sólo se pueden percibir cuando se pone el foco de atención en la complejidad de los sistemas de producción y se considera la comercialización como parte integral de los mismos. Las estrategias de comercialización y los sistemas de producción se condicionan mutuamente. Un análisis aislado de determinadas áreas de producción



o de productos individuales y de sus posibilidades de comercialización no resulta adecuado, dada la diversidad e interacción de factores que deciden sobre el éxito sostenible de la agricultura campesina.

Braulio, agricultor de Sabaino, Apurímac, Perú: Hortalizas, papas, miel, cuyes y otros productos en gran variedad para la familia y para el mercado.

(Oelers/Misereor)

Desarrollo equilibrado del sistema de producción

Estrategias que buscan fortalecer la estabilidad de la producción agropecuaria, procuran considerar la totalidad del sistema de producción y tener en cuenta el ciclo de vida de la familia campesina. Al respecto es de importancia decisiva fortalecer los factores que tienen una influencia integradora en la unidad de producción y en la situación familiar y que promueven un desarrollo equilibrado y sostenible. Entre ellos se pueden mencionar la diversificación de cultivos, el uso prioritario de recursos locales, la reducción del consumo energético, la existencia de sistemas de reciclaje, la distribución proporcionada y equilibrada de la mano de obra familiar a lo largo del año y la consideración de cambios a largo plazo en las familias¹⁷.

A la larga, las estrategias exitosas apuntan a unidades productivas sanas y económica y socialmente estables y tienen en cuenta sus fortalezas y debilidades. De lo contrario, las ganancias de la comercialización terminan empleándose para cubrir déficits producidos en otras áreas¹⁸, déficits que no se deben a la coyuntura sino a la mala organización del conjunto de las parcelas.

¹⁷ En algunas regiones se plantan por ejemplo árboles, que representan una especie de libreta de ahorro para las hijas y los hijos.

¹⁸ Por ejemplo cuando ganancias provenientes de la venta de hortalizas deben equiparar pérdidas resultantes de la producción de alimentos básicos en superficies erosionadas.



Agricultor Isaias, Nordeste Brasil, es un productor innovador que ingenió por cuenta propia los cambios en su sistema de producción, gracias a la sensibilización y capacitación. El es hoy ejemplo y promotor formado por IRPAA para otros agricultores en el manejo sostenible de cabras

(Schumann/Misereor)

Producción integral en lugar de producción orientada al mercado

Tanto los sistemas agrícolas tradicionales (por ejemplo en las regiones andinas de Bolivia y Perú), como iniciativas agroecológicas actuales, se respaldan en una lógica completamente diferente a la de las estrategias de producción orientadas al mercado. Ellos parten de un concepto

integral y las decisiones y procedimientos referentes a la producción no se orientan a las ganancias inmediatas, sino a aspectos económicos, sociales y ecológicos a largo plazo. Por su parte, los sistemas sostenibles de producción deben garantizar el mantenimiento de la fertilidad del sistema ecológico, reducir los riesgos de producción y estar en condiciones de satisfacer sobre todo las demandas de la familia y del grupo social a que pertenecen.

Esta demanda "interna" decide en forma considerable qué es lo que hay que producir, tomando en cuenta las necesidades de consumo de la familia (si es que pueden ser cubiertas con el cultivo de productos propios) y las de un pequeño círculo de consumidores allegados, como familiares u otras personas con quienes se mantienen relaciones basadas en la ayuda mutua (por ejemplo trueque entre diferentes zonas ecológicas, formas tradicionales de ayuda vecinal "pagada" con alimentos, trueque de productos por servicios u otras mercancías). Partes considerables de la producción se ponen a libre disposición para fiestas o rituales. En tales sistemas agropecuarios se venden excedentes que no fueron producidos

exclusivamente para la demanda externa. Asimismo, la relación entre comprador y vendedor no está determinada solamente por el precio, sino también por aspectos sociales (confianza, buenas relaciones), que juegan un importante rol e inciden considerablemente en las decisiones de compra y venta.



Mapa-parlante: Planificación hacia una producción diversificada, Promotor de IIDA, Apurimac, Perú (Oelers/Misereor)

Reducción de riesgos y diversificación

El hecho de que con algunos productos se produzcan pérdidas, incluso a lo largo de años, es parte del riesgo que toda producción agrícola tiene que considerar en sus estrategias. Las ganancias de años buenos deben compensar las pérdidas de años malos.

Por tal razón, la minimización de riesgos es un principio fundamental en todas las culturas agrícolas tradicionales, que - entre otras cosas - se expresa en la diversificación de cultivos y en la selección de semillas. El cultivo de especies muy sensibles pero de alto rendimiento se combina, por ejemplo, con especies más resistentes a la sequía. El cultivo de un solo producto no es solución, mientras que el cultivo de varios¹⁹ asegura la rentabilidad de la producción a lo largo de varios ciclos. Las pérdidas producidas con un cultivo se compensan con los mayores rendimientos de otros. En general las familias campesinas son conscientes de los riesgos del mercado y tratan de limitar lo más posible la dependencia del mismo.

No obstante, precios elevados y una demanda creciente de productos específicos, sobre todo cuando éstos se mantienen a lo largo de varios ciclos de producción, constituyen un incentivo para una mayor especialización. Nuevos productos brindan nuevas oportunidades pero paralelamente aumentan el riesgo. Por tal razón, para tomar decisiones fundamentadas respecto a la producción, es necesario efectuar una evaluación de los riesgos, en base a informaciones sobre las posibilidades de venta y el desarrollo del mercado.

Producción propia en lugar de compra a precios elevados

El mejorar o asegurar el autoabastecimiento con alimentos de calidad durante todo el año y el reducir lo más posible los insumos de producción comprados externa-



mente, también son elementos de la estrategia para reducir riesgos. La compra de abonos, pesticidas y forraje puede reemplazarse por un manejo adaptado y ecológico de productos propios²⁰.

Niños recogiendo
pasto fresco cortado,
Perú
(Oelers/Misereor)

¹⁹ También en forma de cultivos mixtos o en combinación con leguminosas.

²⁰ Por ejemplo producción propia de forrajes, uso de abonos verdes, mulch, plantas fijadoras de nitrógeno, compost y estiércol.

Por lo general, una adecuada selección técnica de las semillas locales constituye un verdadero potencial para aumentar la producción. La reducción de los costos y un autoabastecimiento lo más seguro posible permiten resistir mejor las oscilaciones de los precios y mejoran las oportunidades de comercialización. Por otra parte aumentan las posibilidades de lograr ingresos considerables, aún en caso de precios

relativamente bajos.



María de Lourdes Souza, agricultora y vice-directora financiera de la Cooperativa Grande Sertão explicando su sistema de almacenamiento de la cosecha y las semillas, Norte de Minas Gerais, Brasil (Schumann/Misereor)

Trueque y ayuda mutua

En muchas regiones de América Latina el trueque y la ayuda mutua siguen cumpliendo una importante función dentro de la economía rural. Tales tradiciones se observan sobre todo en los países andinos. Las familias campesinas toman contacto con otras familias de la misma o de diferentes zonas ecológicas, a fin de obtener servicios que no pueden cubrir con sus propios recursos o para proveerse de productos que no se cultivan en su suelo ecológico. En forma de trueque o sobre la base de reglas y mecanismos de ayuda mutua claramente definidos, se ofrece mano de obra, se intercambian animales o se transportan productos a otras zonas ecológicas. La ayuda mutua constituye una obligación social, que a largo plazo y en situaciones de emergencia brinda seguridad a los participantes y fortalece la comunicación y las relaciones sociales.

Desde el punto de vista económico, estas formas de intercambio aseguran la salida de una parte de la producción y posibilitan la adquisición de otros productos necesarios (alimentos, insumos de producción, artesanías), sin tener que acumular de antemano recursos monetarios. El valor de los productos es determinado por los protagonistas mismos y no es influenciado por mercados lejanos o actores desconocidos. El mantenimiento, la renovación y el mejoramiento adaptado de los factores genéticos en semillas y animales se logra a costos convenientes y a largo plazo se aseguran en forma estable las ganancias.

En el contexto de la agricultura sostenible se observa una reactivación de las formas tradicionales de intercambio.²¹ Grupos organizados intercambian semillas, animales

²¹ La relación proporcional entre trueque, comercialización y autoconsumo varía naturalmente según el tamaño de las unidades de producción, rendimiento de los suelos y otros factores. A fin de destacar el

y productos, así como también experiencias y conocimientos.

Integración de productos destinados a la exportación en la producción diversificada

Café, cacao, té, condimentos y frutas se producen casi exclusivamente para el mercado mundial. Con frecuencia lo hacen unidades productivas que gozan de una mejor situación económica y pueden tomar mano de obra temporaria. Su grado de dependencia del mercado es diferente según la superficie cultivable con que cuentan, la proximidad al mercado y otros factores.

En muchos casos los cultivos mencionados están adaptados al sistema ecológico local y representan - pese a los problemas de la comercialización - una importante fuente monetaria de ingresos. La integración de estos cultivos en un sistema diversi-



ficado de producción fortalece la economía familiar campesina, ante las oscilaciones de precios o a posibles influencias naturales que pueden llevar a pérdidas de cosechas.

Más de USD 700 obtiene anualmente una familia por la venta de la miel de cuatro colmenas en Chinchero, Cuzco, Perú (Oelers/Misereor)

Comercialización de excedentes

Numerosas experiencias²² demuestran, que las estrategias de comercialización de excedentes no constituyen sólo una solución de emergencia para las familias pobres. En realidad ellas ofrecen un gran potencial para lograr un desarrollo rural sostenible y un cambio cualitativo en la posición de los pequeños productores dentro del mercado.

Familias que disponen de pocas tierras y no tienen reservas de capital corren un riesgo relativamente pequeño, si se deciden por la diversificación de productos y la comercialización de excedentes. Con los alimentos que no necesitan para el propio consumo pueden abastecer primeramente aquellos mercados que son fácilmente

valor del autoabastecimiento y del trueque a continuación un ejemplo de Ecuador, que coincide con las experiencias de Perú y Bolivia: 2000 familias campesinas transforman exitosamente su producción implementando agricultura orgánica. Hace años la migración temporal afectaba al 100% de las familias. Hoy sólo a un 16%. El autoabastecimiento está cubierto. 50 a 60% de la producción está destinada al autoconsumo, 20 a 25% al trueque y ayuda mutua y 20 a 25% se comercializa. Fuente: Francisco Gangotena: Comercialización versus circulación, Honduras 2005, manuscrito.

²² Como ejemplo puede mencionarse la experiencia de la Fundación Acción Cultural Loyola (ACLO) en una región andina de Potosí/Bolivia. Ver nota al pie de la página No. 31.

accesibles y cuyo desarrollo se puede observar sin problemas.²³

Ferias semanales y mercados campesinos son formas difundidas de comercialización local. Grupos que ofrecen alimentos producidos ecológicamente intentan acceder organizadamente a tales mercados locales, e instalan allí puestos de venta y depósitos para el almacenamiento. Asimismo venden productos frescos o procesados directamente a restaurantes y tiendas de las ciudades cercanas. En Ecuador y Perú se han hecho buenas experiencias con canastas de mercancías. Grupos rurales organizados suministran canastas de alimentos a grupos urbanos también organizados o a otras entidades (por ejemplo hospitales). El precio y la calidad de los productos son convenientes para ambas partes y se crea y mantiene una relación de confianza.

El manejo sostenible e intensivo del suelo (a través de sistemas agroforestales, minirriego, abonos verdes, cría de animales asociada a cultivo de forraje de corte etc.) es condición previa para implementar una producción diversificada, a bajos costos y de buena calidad, que produzca excedentes en cantidad suficiente. Esto permite combinar y optimizar objetivos ecológicos y económicos, contribuyendo a un mayor equilibrio del sistema de producción (por ejemplo mediante reforestación con árboles frutales, barreras vivas con pastos forrajeros o árboles frutales previstos para el mercado etc.). Gracias a la diversidad de los productos se minimiza la competencia en el mercado en cuanto al volumen de producción.

Normas y estándares de calidad

La producción de alimentos ecológicos certificados destinados al mercado mundial, no representa una opción preferencial para mejorar la situación económica de los productores. Las reglas de certificación se vuelven cada vez más detalladas, complicadas y caras y sobre todo las familias pobres no pueden cumplirlas. Por otro lado, es necesario considerar que pese a las considerables tasas de crecimiento del mercado internacional de productos ecológicos, en un período previsible dicho mercado sólo podrá absorber una cantidad limitada de productos certificados ecológicamente. "Ecológico" no significa automáticamente "sostenible"²⁴.



Transformación de frutos silvestres en productos de primera calidad con marca propio, etc. Cooperativa Grande Sertão, Norte de Minas Gerais, Brasil
(Schumann/Misereor)

²³ Estos no son siempre y en todas partes los mercados locales. Por ejemplo azúcar granulada o café necesitan por lo general el mercado nacional o internacional.

²⁴ Por ejemplo cuando se utiliza mucha energía o agua o la mano de obra está mal pagada.

Por tal razón, el desarrollo de estándares y normas propias, locales o nacionales, adaptadas a las correspondientes condiciones sociales y culturales, parece ser la



mejor alternativa para las familias campesinas. No obstante, tanto ellas como sus organizaciones de comercialización tienen que tomar medidas para garantizar mejor la calidad de sus productos. La creación de mercados locales y la implementación de estrategias con énfasis en la relación productor-consumidor, pueden contribuir a fortalecer la confianza en los productos agrícolas y mejorar la capacidad competitiva.

Venta directa de granos básicos de un grupo de productores en un mercado de Chalchuapa, El Salvador

(Teufel/ Misereor)

Perspectivas y áreas centrales de promoción²⁵

Dadas las condiciones anteriormente mencionadas, el implementar incentivos externos de producción para los actores más débiles del mercado (que no disponen ni de un sistema de producción estable ni de poder de negociación) y exponerlos a los elevados riesgos de mercados lejanos, no constituye una prioridad para el trabajo de desarrollo. Ningún proyecto y ningún mercado alternativo puede garantizar a largo plazo un precio "justo" o asumir los riesgos que deben enfrentar las familias campesinas.

De las estrategias mencionadas se desprenden orientaciones y principios para la promoción de medidas de asesoramiento y capacitación, que a continuación se describen brevemente.

Promoción de las personas

En general se comprueba, que las medidas de promoción tendrían que considerar la comercialización como parte del sistema integral de producción²⁶ y fortalecer la

²⁵ Compárese con: Misereor: "Estrategia para promover un desarrollo rural sostenible en América Latina", Aachen 2002. Este documento puede ser solicitado directamente a Misereor.

²⁶ Compárese Diagrama "Estructura de un sistema de comercialización para familias campesinas y su integración en el sistema de producción" en el Anexo 1.

capacidad de las familias y grupos para decidir y actuar bajo su propia responsabilidad.

No obstante, la producción agropecuaria y los mercados para productos agrícolas ofrecen condiciones diferentes y están sujetos a cambios permanentes, por lo cual no existen recetas para una comercialización exitosa. Esto representa, en primer lugar, un reto para las personas mismas. Ellas tienen que identificar estrategias y espacios de comercialización y contar con la capacidad necesaria para analizar constantemente el mercado y encontrar respuestas a situaciones cambiantes. Las instituciones promotoras no toman la comercialización en sus manos sino que acompañan y apoyan.

Economía campesina y soberanía alimentaria



El marco de referencia para medidas destinadas a mejorar la situación de los pequeños productores debería ser la economía campesina integral, con sus diversos componentes y sus relaciones múltiples. En este contexto, la soberanía alimentaria constituye una prioridad.²⁷ Ella implica poderse proveer y alimentar con productos de buena calidad, en cantidad suficiente y durante todo el año, a través de esfuerzos y recursos propios. También la alimentación y cuidado de los animales propios debería ser más importante que el abastecimiento de mercados externos.²⁸

Doña Felipa de Jesús Lemos, El Higueral, Chalatenango, El Salvador, vende semanalmente de cuatro matas de Guisquil por lo menos 50 frutas a USD 0,25 cada uno. (Oelers/Misereor)

Agricultura sostenible

Iniciativas de comercialización de pequeños productores sólo deberían ser apoyadas si se basan en sistemas sostenibles de producción²⁹ o cuando simultáneamente se hacen esfuerzos para que la producción se vuelva más sostenible.

²⁷ Compárese diagrama "Prioridades de la producción", Anexo 2.

²⁸ Con esto no se propone un procedimiento determinado. El contexto y el concepto de trabajo son decisivos para determinar en qué secuencia abordar los problemas.

²⁹ La agricultura sostenible se apoya en el uso óptimo y sostenible de los recursos locales (suelo, agua, bosque, semillas, plantas y animales) y en el potencial humano (mano de obra y saber campesino, creatividad y capacidad de innovación). Ella se vale de los procesos y circuitos naturales y utiliza técnicas que reducen los costos de producción.



Vista panorámica de las parcelas de Don Gregorio, Bolivia (ACLO)

Una producción sostenible diversificada favorece el autoabastecimiento con alimentos de la propia producción (soberanía alimentaria). Ella tiene potencial para crecer³⁰ y mejora fundamentalmente las oportunidades de comercialización. Asimismo, la diversificación de productos y el mayor volumen de producción es condición previa para lograr relaciones continuas con el mercado, ya que durante todo el año las familias tienen algo para vender.

En resumidas cuentas, la agricultura sostenible disminuye los riesgos de producción y comercialización y favorece el abastecimiento de los mercados locales con productos variados y de buena calidad durante todo el año. Este contacto regular con mercados y consumidores contribuye a su vez a mejorar fundamentalmente la posición de los que toman parte en el mercado.³¹

³⁰ En zonas ecológicamente degradadas la obtención de dos o tres cosechas al año en doble o triple cantidad no es ninguna excepción, gracias a medidas de control de la erosión, mejoramiento de la fertilidad del suelo y manejo del agua en las parcelas.

³¹ Un ejemplo de Potosí/Bolivia: "Don Gregorio vendía al año 10 qq de papa, 5 qq de maíz en grano, 3 qq de arveja en grano y 5 qq de harina de trigo en Betanzos y Vila Vila. Para complementar las necesidades de la familia salía a trabajar a Santa Cruz y el Chapare. Después de la experiencia se notan muchos cambios: Don Gregorio y su familia se trasladan a su mejor parcela, la ubicada junto al Río Ralahuanca, hoy con disponibilidad de riego, con estructuras de conservación de suelos (más de 20 terrazas de banco) y cultivos intensivos (con alfalfa, papa, maíz, trigo, cebada, haba, arveja, repollo, cebolla, zanahoria y durazno) en rotación permanente. Cuenta con más ovejas y cabras y se dedica al engorde de ganado mayor con el forraje producido en la huerta; sus ingresos se incrementan porque ahora vende 10 qq de papa, 54 qq de zanahoria, 24 qq de cebolla, 12 sacos de repollo, 10 bolsas de haba verde, 50 docenas de choclo y 12 bueyes engordados por año, ya no migra porque sus utilidades son mayores dentro de su propio sistema de producción que los que pudiera obtener fuera". Fuente: Fundación Acción Cultural Loyola (ACLO): "Cuando lo pequeño se hace grande", Potosí-Bolivia 2005, pag. 51



Don Gregorio seleccionando su durazno para la venta (ACLO)

En cuanto a la distribución del trabajo, las mujeres se sienten especialmente responsables del autoabastecimiento y bienestar de la familia. Es decir que una orientación de las unidades de

producción a la diversificación productiva, a la seguridad alimentaria y a la integración de todos los miembros de la familia, fortalece las posibilidades de las mujeres para participar en las decisiones sobre el destino de la producción y el empleo de los ingresos monetarios.



En el contexto de los sistemas de producción sostenibles la comercialización no se considera en forma aislada, sino que las oportunidades del mercado se aprovechan según la situación de las parcelas y de las familias.

Venta de habilla en el Asentamiento Guido I, Paraguay (CCDA)

Mercados locales

Los mercados locales pueden ser abastecidos a bajos costos y se pueden observar e influenciar con facilidad. ¿Por qué dar entonces prioridad a mercados lejanos, cuando a nivel local existe una gran demanda? ¿Por qué abastecer prioritariamente a grupos con poder adquisitivo de las grandes ciudades y del extranjero, cuando la población local necesita urgentemente alimentos frescos y procesados? Los mercados locales, dentro de los cuales incluimos también los mercados de las ciudades de la región, constituyen una alternativa real y ofrecen un importante potencial de crecimiento.



Feria franca en Corrientes, Argentina (INCUPO)

Por cierto, a todas estas ventajas se contraponen la escasez de poder adquisitivo a nivel local, los desarrollos deficitarios de los mercados, la competencia de productos importados baratos y subvencionados y el menor prestigio de los productos procesados localmente. Por tal razón, un fortalecimiento de los mercados locales requiere el mejoramiento de la calidad y el desarrollo de los productos, así como una flexibilización de la producción y ampliación de la oferta, a fin de corresponder mejor a la demanda. Al mismo tiempo es necesario incidir en los hábitos de

consumo, con el objetivo de mejorar la valoración de los productos locales y regionales.

Procesamiento de productos y almacenamiento

El procesamiento local de productos agrícolas, forestales y ganaderos constituye una posibilidad adicional para contrarrestar los riesgos de la comercialización. Pan, harina, azúcar, jabón, aceite y muchos otros productos del consumo diario pueden ser fabricados con procedimientos técnicos sencillos. Frutas, hortalizas e hierbas pueden procesarse en instalaciones locales y aumentan significativamente el valor agregado.

De esta forma desaparecen o disminuyen los problemas de transporte y almacenamiento, se reduce el problema de que los productos se pudran fácilmente, mejora la capacidad de almacenamiento de los mismos, se abastece todo el año a los mercados y surgen posibilidades adicionales de trabajo y generación de ingresos.

No obstante, los productos procesados localmente están expuestos a la competencia de productos baratos, deben cumplir con estándares de calidad e higiene y con frecuencia necesita ser registrados. Es por eso que el desarrollo de productos, la organización de su procesamiento y la administración de las instalaciones correspondientes exigen especial promoción y atención.

En cuanto al almacenamiento, la introducción o el mejoramiento del mismo reduce las pérdidas post-cosecha y posibilita un mejor aprovechamiento de los ciclos del mercado.



Molino para el procesamiento de Caña de Azúcar y tablas de azúcar, Asentamiento Tapera, Minas Gerais, Brasil (Schumann/Misereor)



Conocimientos - Organización - Poder de negociación

El poder de negociación depende de la situación económica de las unidades productivas. Quien no tiene reservas financieras y necesita ingresos monetarios debe vender, sin importar en qué condiciones. Pero el poder de negociación depende también de la organización de los productores en cooperativas u otras entidades de comercialización.

La organización permite que los productores y productoras aprendan a defender sus intereses, tomen decisiones "transparentes" y deleguen funciones de acuerdo a las correspondientes capacidades.

En cuanto a la comercialización, ella permite reducir los costos de mercadeo, controlar la calidad de los productos, reaccionar en forma flexible a la demanda, recibir y procesar informaciones sobre movimientos del mercado y hace que los productores sean tomados en serio como contrapartes de negocios. Por un lado, el acceso a informaciones sobre el mercado mejora la posición de los productores. Por el otro, el contacto directo entre productores y compradores y la buena relación con los comerciantes son los canales que posibilitan el acceso a informaciones.

Asimismo, la organización muestra que no todos los productores tienen el mismo talento. Por ejemplo, no todos están acostumbrados al uso de los números. En principio ellos deben saber controlar la organización de la comercialización, pero no necesariamente efectuarla por sí mismos. Es por eso que la organización también abre posibilidades a personas que no están directamente involucradas en las actividades agrícolas. Ellas pueden asumir tareas en el procesamiento y la comercialización, de acuerdo a su experiencia y capacitación. Capacidades empresariales (innovación, búsqueda de información, persistencia y capacidad



calculada de riesgo) y el dominio de la comercialización y administración son cualidades necesarias en las organizaciones de comercialización.

Capacitación en manejo, documentario y libro de caja en una organización de productores en Piura, Pidecafé, Perú (Teufel/Misereor)

Comercialización directa

A través de la comercialización directa se pueden reducir los pasos comerciales intermedios y lograr precios más altos. Además, dado el contacto directo con los compradores, los productores tienen la oportunidad de adecuar mejor sus productos a la demanda.

Posibles aspectos a promover son:

- § el desarrollo de normas de calidad y del nivel de los productos locales;
- § la organización de grupos de productores de una región para alcanzar una certificación conjunta, acorde a estándares definidos a nivel local o regional;
- § la capacidad de efectuar diagnósticos participativos sobre el potencial de la comercialización local (mercados locales, tiendas, restaurantes);
- § la instalación de pequeños puestos de mercado para grupos organizados, como proyecto piloto (mesas, repisas, tiendas del campo, posibilidades de almacenamiento);
- § el desarrollo de estrategias para la promoción de productos ecológicos (etiquetas, posters, radio);
- § el mejoramiento de aspectos administrativos (contabilidad simple, elaboración de análisis de precios y costos, conocimiento de las disposiciones legales).

Las formas tradicionales del trueque e intercambio de productos, mano de obra, servicios, experiencias y conocimientos son elementos constitutivos de la economía rural e instrumentos de la comercialización directa. Ellas deberían ser consideradas y en lo posible revitalizadas.

Feria agroecológica en Abancay, Perú: ARPEA - Asociación Regional de Productos Ecológicos del Apurímac, organiza 14 grupos con 220 miembros (Oelers/Misereor)



El mejoramiento de la infraestructura rural, especialmente de las vías de transporte y de las posibilidades de almacenamiento, favorece el acceso al mercado. Por otra parte, la creciente participación ciudadana a nivel comunal contribuye a incidir en los responsables de decisiones.

Comercialización indirecta

En muchos países y regiones la comercialización no es efectuada directamente por los productores y productoras. Ellos venden sus excedentes y productos a intermediarios, ya sea porque no disponen de los conocimientos e infraestructura necesarios para hacerlo, porque tienen temor a la pérdida de tiempo y a los largos caminos que esto requiere y porque les falta la correspondiente experiencia y las tradiciones al respecto. La comercialización cuesta tiempo y dinero.

Un buen campesino o campesina no es necesariamente un buen comerciante o buen vendedor. Para serlo es necesario contar con conocimientos especiales sobre mercados, productos y consumidores. Incluso en el caso de una exitosa comercialización directa, los productores están obligados a dar salida a una parte de su producción a través del comercio (por ejemplo a la parte que el mercado local no puede absorber a causa del exceso de oferta). Por ello es importante cuidar las relaciones con los transportadores y comerciantes y tener la capacidad de aprovechar las oportunidades que se presentan, como un canal alternativo de comercialización.

Resumen

Más comercialización no conduce automáticamente a mayores ingresos, mayor capitalización de las unidades productivas o a menos pobreza. Todo lo contrario. Dadas las desfavorables condiciones externas con que la mayoría de las familias campesinas lucha por su existencia, más comercialización puede llevar a más pobreza. La escasa productividad, la degradación ecológica, el acceso inseguro a la

tierra y los precios de producción tendencialmente en baja, hacen que las unidades de producción campesinas sólo tengan escasas posibilidades de desarrollo. Esto debe ser tenido en cuenta en la búsqueda de soluciones.

Para las familias campesinas la comercialización de productos está unida siempre a riesgos típicos de la producción agropecuaria, que sumadas a una fuerte fluctuación de precios conduce a ganancias inseguras: por ejemplo el largo ciclo de producción, la excesiva oferta temporal de algunos productos, la dependencia de factores imprevisibles como el clima (factores que difícilmente pueden ser influenciados por los productores) etc.

La orientación de la agricultura campesina al mercado, entendido esto como una orientación de los sistemas de producción a las reglas de un mercado libre idealizado, no parece ser una opción con perspectivas de futuro. Más bien es necesario integrar estrategias y mecanismos diferenciados, para así equilibrar la economía familiar en los sistemas de producción sostenibles. Estas estrategias deberían tener en cuenta las condiciones especiales de la producción agropecuaria y de las situaciones familiares, considerar sus debilidades y fortalezas y posibilitar un desarrollo lo más equilibrado posible.

La introducción de sistemas sostenibles de producción constituye la base para un mejoramiento de la economía campesina. Ellos aseguran la fertilidad del sistema ecológico, reducen la dependencia de caros insumos de producción y a largo plazo pueden aumentar considerablemente la producción y la productividad.

Además del logro de ingresos monetarios, la economía familiar persigue también los siguientes objetivos:

- § asegurar el abastecimiento familiar con alimentos de calidad y en cantidad suficiente durante todo el año;
- § asegurar el cuidado de los animales,
- § proteger los recursos naturales y mantener la fertilidad del suelo y la biodiversidad,
- § estabilizar el sistema de producción y minimizar los riesgos
- § fortalecer las relaciones sociales y la seguridad social.

Los mercados locales constituyen verdaderos “mercados alternativos” y deberían gozar de especial atención. Ellos ofrecen un gran potencial de crecimiento y los productores campesinos pueden observar su desarrollo y acceder relativamente fácil a ellos. Asimismo se deberían aprovechar las posibilidades de reactivar el trueque y el intercambio sobre la base de la ayuda mutua.

La promoción de la capacidad de comercialización apunta a fortalecer el poder de negociación de mujeres y hombres, fomenta la comercialización conjunta en base a la organización y apoya tanto el procesamiento local de productos agrícolas como el desarrollo de productos y estándares de calidad.

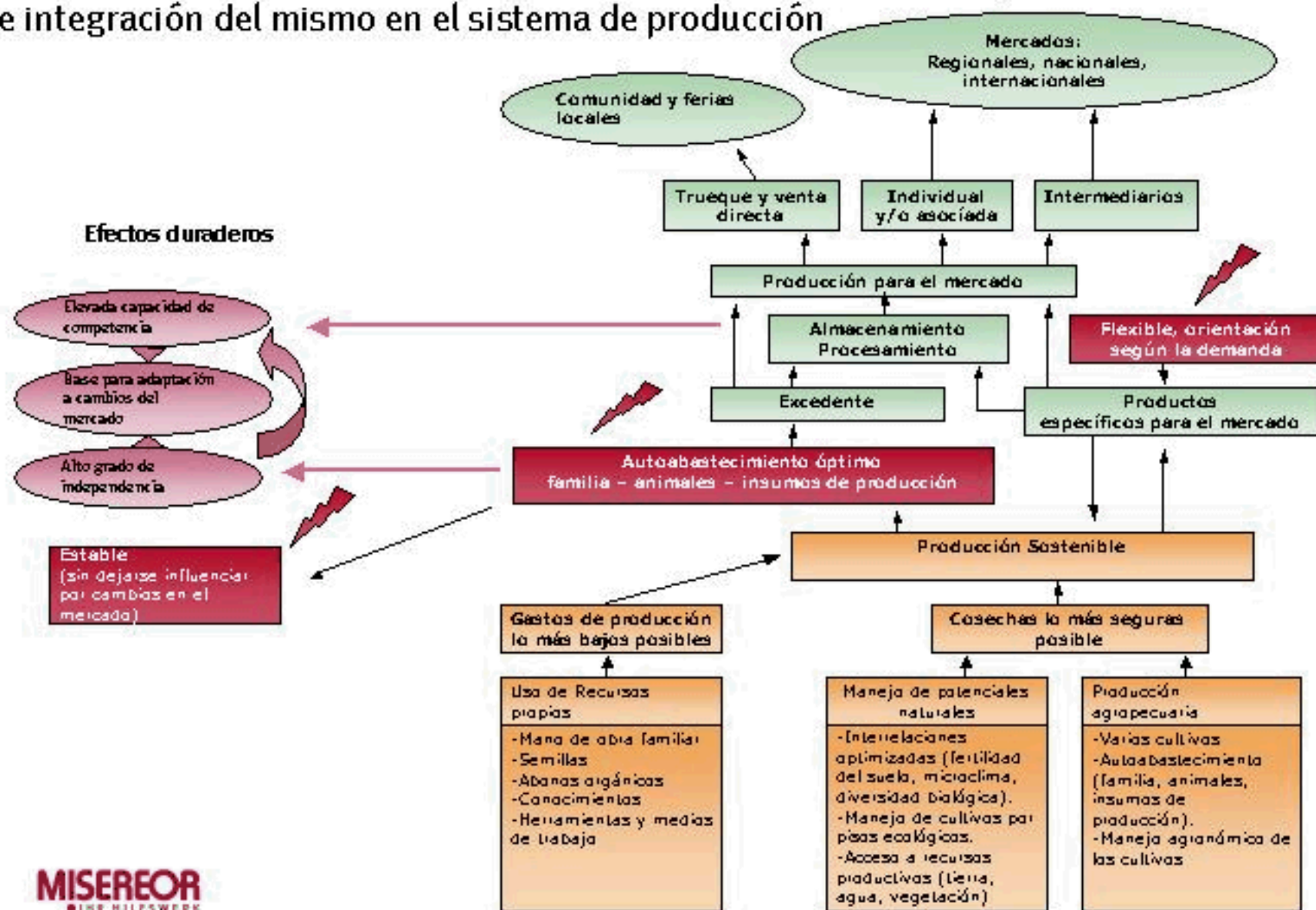
A nivel internacional es urgente un cambio en las relaciones de intercambio de productos agrícolas. Esto incluye, entre otras cosas, la reducción de las subvenciones a las exportaciones agrícolas de los países industrializados y el uso de instrumentos adecuados, que posibiliten tanto una estipulación diferenciada de los

precios de acuerdo a las condiciones de producción, como también el desarrollo de la agricultura y de la seguridad alimentaria a partir de la propia producción (soberanía alimentaria). Para ello son necesarias actividades de cabildeo, tanto en los países de América Latina como en Europa.

Anexos

- Anexo 1: Estructura de un sistema de comercialización para familias campesinas e integración del mismo en el sistema de producción
- Anexo 2: Prioridades de la producción

Estructura de un sistema de comercialización para familias campesinas e integración del mismo en el sistema de producción



Explicaciones respecto al diagrama

Objetivo del diagrama es mostrar la integración de la comercialización en un sistema de producción basado en una estructura diversificada.

Un autoabastecimiento seguro y costos de producción lo más bajos posible permiten un alto grado de independencia y estabilidad de la economía campesina y fortalecen la capacidad de competencia.

En tanto la disponibilidad de tierras y mano de obra lo permitan, es posible implementar una producción destinada especialmente al mercado. Dado que los mercados cambian, ella debe ser dirigida en forma flexible, a fin de poder reaccionar a condiciones desfavorables. Independencia y capital fortalecen la posición de los participantes del mercado.

Los efectos duraderos se manifiestan en la alta independencia y la mayor competitividad del sistema productiva integral. Este forma un fundamento sólido dado que fomente la capacidad económica y la toma de decisiones de la familia para poder responder a los cambios que se dan en los mercados. Al mismo tiempo, la competitividad y la mayor independencia se apoyen en los costos bajos de producción, el autoabastecimiento óptimo y la capacidad de almacenamiento y transformación.

Una comercialización óptima está acompañada de las correspondientes capacidades de almacenamiento y procesamiento.

En general se observa que los pequeños campesinos utilizan dos o tres canales de comercialización, que se pueden diferenciar en directos o indirectos.

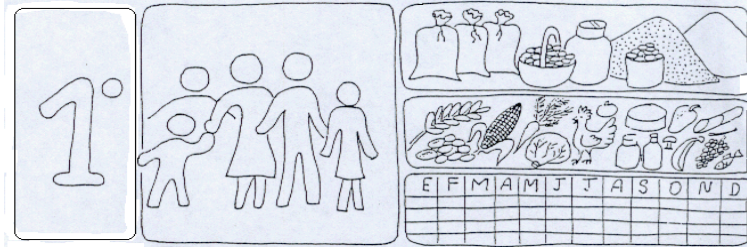
La comercialización directa es fácil de alcanzar y se adecua para productos procesados y consumidos a nivel doméstico. Las pequeñas cantidades que por lo general se producen tienen salida a través del trueque y de los mercados locales. Las familias otorgan prioridad al trueque. Este implica un alto compromiso social, seguridad y estabilidad económica.

La comercialización indirecta se da por lo general a través de comerciantes intermediarios. Más ventajosas pero raras son las formas de comercialización organizadas cooperativamente, que presuponen un elevado trabajo de organización.

Anexo 2: Prioridades de la producción

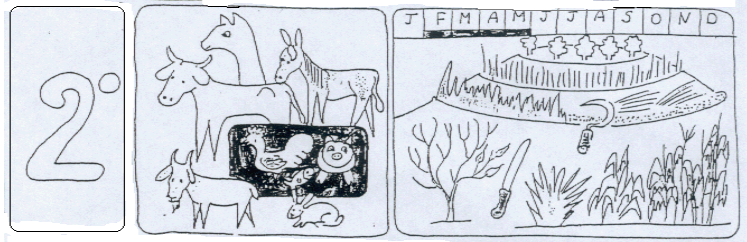
Prioridad No. 1

Alimentar a la familia en cantidad suficiente, con productos de buena calidad y variados, durante todo el año.



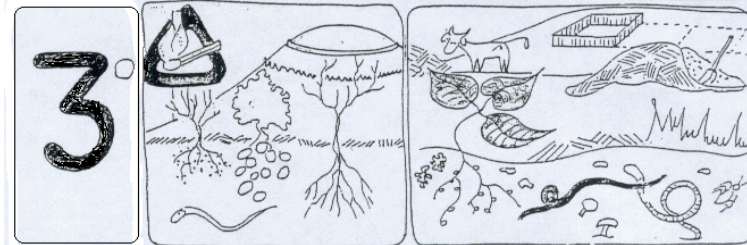
Prioridad No. 2

alimentar a los animales propios, especialmente en el periodo de sequía.



Prioridad No. 3

nutrir el suelo, de forma que nos pueda alimentar a nosotros y a nuestros animales.



Prioridad No. 4

abastecer el mercado y al mismo tiempo lograr el mayor valor agregado posible para los productos.

