Regards sur les agricultures familiales : l'Amérique latine

Las agriculturas familiares de cara a un mundo en cambio

Memoria del taller, San José, Costa Rica,
4 y 5 de noviembre 1999

Cirad-tera

Programme Agricultures familiales

Agricultura familiar y valorización de los productos: un enfoque territorial

Claire CERDAN

CIRAD-TERA, Centro de Cooperación Internacional de Investigación Agrícola para el Desarrollo, TA 60/15, 73 av. J.-F. Breton, 34398 Montpellier Cedex 5, Francia

Percepción de la inserción de la agricultura familiar al mercado

Existe una gran diversidad de mercados que revelan la fuerte presencia de la agricultura familiar (mercado local, mercado de proximidad, mercado regional e internacional o nichos de mercado para productos muy específicos). Con relación a esta diversidad de mercados, existe también una diversidad de formas de integración de la agricultura familiar al mercado, de acuerdo con varias lógicas (domestica, artesanal, mercantil o industrial). En ciertos casos, existe coordinación entre agentes ligados a diversas lógicas: puede haber cooperación para la comercialización entre empresas, grandes productores y agriculturas familiares, a través de las cooperativas de leche por ejemplo.

Existe una necesidad de comprensión y conocimiento de los mercados, expresada como una fuerte demanda de los agricultores y de las instituciones.

Desafíos para la investigación

El aporte de instrumentos de diagnóstico de los circuitos de comercialización para los productos de la agricultura familiar es limitado, porque se trata de productos aislados, a pesar que las unidades familiares manejan sistemas de producción diversificados. A parte de la caracterización de los diversos nexos de los circuitos (o cadenas de comercialización), es más importante poder analizar la interacción entre formas de valorización de varios productos. Esto nos ha llevado a completar el enfoque sectorial por cadena productiva (por producto) con enfoques territoriales.

Desafíos para la acción y el apoyo a la agricultura familiar

Productos y territorio

Entiéndase por territorio el resultado de un espacio construido cultural, social e institucionalmente. Se puede considerar el territorio como el cimiento de las actividades económicas:
- a partir de sus ventajas comparativas;
- a partir de las dinámicas territoriales entendidas como bases de políticas de desarrollo.

Aparecen cada día nuevos mercados. En el caso de los derivados de la leche por ejemplo, el éxito de un producto no depende sólo de su tenor en materia grasa, sino también de la combinación de recursos o atributos específicos (origen territorial, tecnología tradicional, etc.).

Estos atributos específicos y ligados al territorio son, generalmente, asociados a formas de aprendizaje, de innovación, coordinación o de organización entre los actores locales.

Productos y calidad

Es importante subrayar que la calidad es un objeto muy complejo y pluri-dimensional. Hablamos de calidad sanitaria, de uso, ambiental o territorial.

La calidad es un proceso de construcción social y territorial. Es importante no separar modos de producción, modos de consumo y modos de intermediación.

De hecho, existen diversas representaciones de la calidad ligadas a las diversas categorías de actores. Es necesario identificar y sistematizar estas representaciones para trabajar luego la construcción colectiva de una convergencia de ellas, definiendo una representación común correspondiente a un proyecto común.

Este tipo de proceso pasa por mecanismos de negociación entre agentes, para llegar a una construcción común de la calidad de un producto, es decir, la revisión de las normas y la construcción social de nuevas normas.

Desde el punto de vista metodológico, se trabajó en la organización de ferias y eventos, de concursos de productos, estructuración de mesas o de cámaras de concertación.

Para concluir, se puede observar que existen varias maneras de enfocar el mejoramiento de la calidad: al nivel sectorial de la cadena o más bien micro-regional del territorio.

El principal desafío consiste en la elaboración de proyectos llevados por un conjunto de actores (productores, transformadores, servicios técnicos, comerciantes, etc.) Es un proceso de construcción social y territorial, inclusive para la actualización o producción de las referencias técnicas o tecnológicas necesarias.