

InterCambios

Año 5 Número 50, mayo 2005

Auspician

Grupo Chorlavi

FIDAMERICA

Acceso de Productores Rurales Pobres a Mercados

INTRODUCCIÓN

El comercio, y en especial el comercio de productos agropecuarios, constituye una actividad esencial para las economías de los países. En consecuencia, el comercio nacional e internacional cumple una labor básica de conexión entre productores y consumidores, cuyos márgenes de ganancia a lo largo de las cadenas permiten mantener vigentes los eslabones que forman industrias y personas, que con los excedentes de sus actividades irradian a otros mercados de otros sectores de las economías.

En este número, InterCambios se concentra en el tema del acceso a mercados dinámicos que logran algunos agricultores pobres que, en buena proporción, están localizados en territorios relativamente marginales para la producción agropecuaria o que, por su reducida escala de producción, enfrentan dificultades para acceder a mercados crecientes en condiciones aceptables y, especialmente, sostenibles. En este sentido, se focaliza en la temática que el Grupo Chorlavi desarrolló en 2004 con el concurso “Sistematización de experiencias de territorios rurales pobres y tradicionalmente marginados de América Latina y el Caribe que han tenido éxito en vincularse a mercados dinámicos” (www.grupochorlavi.org/webchorlavi/territorios.htm)

Existen muchos y variados puntos de vista para enfocar la temática que se quiere discutir en este boletín. También se encuentran muchas referencias a los niveles de análisis que van desde el comercio internacional, que responde al concepto de mundialización de la economía y el comercio, hasta los aspectos muy micro, como la comercialización de productos de huerta casera de un agricultor pobre. Si bien es claro que no es posible incluir esta amplia gama de aristas sobre el tema, en este número de InterCambios se ofrece una muy rápida mirada a la importancia del comercio como parte de las políticas de desarrollo a nivel de los países, la influencia del comercio en el combate de la pobreza y algunos de los desequilibrios de los términos del comercio mundial entre el norte y el sur. Con esta visión amplia que sirve de introducción a la problemática, se plantea el tema específico del acceso de los productores rurales pobres a los mercados, concentrando la discusión en solo dos ángulos del problema: el acercamiento a los mercados y la organización que se asocia con los casos exitosos de acceso a los mismos. Estas especificidades tratan de ser ilustradas a través de casos que se reportan en la literatura.

FORO: ¿Cuáles son los factores que se asocian a la inserción de los pequeños productores en los mercados estables? Si se acepta que la asociatividad de los pequeños productores

[significa ventajas para la comercialización ¿por qué se detectan tantas diferencias en las organizaciones que logran acceso a los mercados?](#)

Para leer estos trabajos se requiere el programa Acrobat Reader. Si no dispone de este software, por favor [presione aquí para obtenerlo gratuitamente](#). En otros casos usted debe disponer del programa WIN ZIP, si no cuenta con él, por favor presione [aquí para obtenerlo gratuitamente](#).

Algunas especificidades de la importancia del comercio y la influencia de las políticas comerciales en los modelos de desarrollo puede encontrarse en los siguientes documentos:

- [Inserción de la agricultura chilena en los mercados internacionales](#). (2004), Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA), Documento de trabajo, Serie Comercio Exterior. Santiago, Chile. La importancia del comercio para muchos países se refleja en las políticas y los esquemas generales de desarrollo. En el caso de Chile, estrategias como la apertura de la economía y un creciente comercio internacional hacen parte central del proceso que ha conformado un esquema de crecimiento económico que ha sido relativamente exitoso. Esta opción ha llevado al desarrollo de políticas diversas, entre las cuales debe mencionarse una preferencia por la vinculación con países de la región, vía tratados y acuerdos para facilitar el comercio. Asimismo, se enfatiza el desarrollo de acuerdos con países más lejanos, que se han traducido en tratados de libre comercio con los principales compradores de los productos chilenos.

El gran potencial del comercio como instrumento de desarrollo y de combate a la pobreza rural puede evaluarse de varias maneras, como se presenta en:

- [Comercio internacional y pobreza mundial](#). (2004), Alieto Guadagni, y Jorge Kaufmann. Revista de la CEPAL N° 84. Santiago, Chile. Teniendo en cuenta la magnitud de la pobreza mundial y el desafío que los Objetivos de Desarrollo del Milenio se han impuesto para reducirla, este artículo analiza una de las formas más claras y efectivas para lograrlo: la liberalización del comercio, en particular de productos agrícolas, por parte de los países industrializados. El 75% de los pobres del mundo se halla en el sector rural de los países en desarrollo, y los productos agrícolas que estos podrían vender enfrentan las barreras del proteccionismo -aranceles, medidas no arancelarias y subsidios- de los países industrializados. En este trabajo se examina en detalle este tema, tanto a nivel global como de productos específicos, y se presenta, a partir de diversos estudios, los beneficios que la liberalización del comercio de los países industrializados traería a los países en desarrollo.

Sin embargo, el comercio de bienes agropecuarios no está exento de distorsiones que tienen efectos tanto a nivel macro en las economías como a nivel micro en los productores y las firmas que participan en tales mercados. Por ejemplo, los altísimos niveles de subsidio de los países de la OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económico) causan enormes pérdidas a las economías en desarrollo y a los actores de esas economías que dedican sus esfuerzos a la producción agropecuaria.

Un ejemplo de estas distorsiones puede evaluarse en el siguiente documento:

- [¿Cuánto daño causa? Impacto de las políticas comerciales agrícolas sobre los países en desarrollo.](#) (2003), Instituto Internacional de Investigación sobre Políticas Alimentarias (IFPRI). El apoyo a la agricultura en los países de la OCDE llegó a un total de US\$311 mil millones en 2001, que equivale aproximadamente a US\$850 millones por día. Sin embargo, estas estadísticas no revelan el impacto humano en la vida real de las medidas que distorsionan el comercio, que puede observarse cuando se visitan pequeñas explotaciones rurales en África, Asia y América Latina. Una simulación de la remoción de los subsidios a la agricultura en los países desarrollados indica que el proteccionismo y los subsidios de las naciones industrializadas cuestan a los países en desarrollo aproximadamente US\$24 mil millones cada año en pérdidas de ingresos agrícolas y agroindustriales. La distorsión comercial que generan las medidas también desplaza cada año exportaciones agrícolas netas de los países en desarrollo por más de US\$40 mil millones. La eliminación del proteccionismo y los subsidios que favorecen a la agricultura del mundo industrializado triplicaría el comercio agrícola neto de los países en desarrollo. El impacto que sufre el ingreso agrícola y el ingreso agroindustrial en las diferentes regiones es muy significativo, los más afectados son algunos pequeños países de América del Sur, América Central y el Caribe, así como varios países del África subsahariana, con pérdidas que ascienden a cerca de un 10-15 % del ingreso total de los sectores agrícola y agroindustrial. Sólo en América Latina y el Caribe se pierden ingresos agrícolas por cerca de US\$8.300 millones cada año.

A nivel de los productores rurales pobres, la comercialización presenta una serie de limitantes que van desde las dificultades de acceso a los mercados (una problemática de carácter micro), hasta las complicaciones asociadas con la sostenibilidad en los mercados (una problemática de carácter micro y macro). Los problemas de acceso a los mercados tienen, a su vez, características y orígenes muy propios, que no terminan de ser completamente descritos ni totalmente entendidos. Una mirada pragmática al estrato de la pequeña agricultura pobre de América Latina muestra individuos y grupos de productores que no logran una inserción sólida ni permanente en los mercados, y al contrario, otros que en condiciones menos favorables, sí han alcanzado vinculaciones con los mercados, y en algunos casos, relaciones sólidas y sostenibles que los han llevado a crecimientos significativos.

Este escenario podría mejorarse con el aporte de conocedores e interesados que pidieran establecer un debate y ofrecer lecciones de sus propias experiencias alrededor de las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los factores que se asocian a la inserción de los pequeños productores en los mercados estables? Si se acepta que la asociatividad de los pequeños productores significa ventajas para la comercialización ¿por qué se detectan tantas diferencias en las organizaciones que logran acceso a los mercados? y ¿Cuáles son las características de las organizaciones que logran acceso sostenible a los mercados dinámicos?

En los siguientes artículos es posible detectar algunos puntos de vista que contribuyen con elementos de juicio a las respuestas que se plantean para este debate. Se trata de documentos que analizan varias perspectivas sobre el acceso de los pequeños productores a los mercados y sobre algunas características de las organizaciones de productores pobres que han logrado llegar a los mercados y sostener su participación.

- [Informe del tercer taller regional sobre: “Agricultura sostenible en laderas \(ASEL\) y articulación con los mercados”](#) (2000), Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE) y Organización Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (INTERCOOPERATION). Puenbo, Ecuador. En este taller se revisaron experiencias de comercialización que mostraron diversas estrategias para enfrentar los problemas de acceso al mercado, entre ellas aparecen: el uso de alianzas y aprovechamiento de externalidades; la vinculación de pequeños productores rurales con empresas procesadoras y cadenas de auto-servicios; la creación de bolsas de productos; el desarrollo de asesoría empresarial a grupos de productores; la organización campesina en torno a la exportación orgánica de la quinua; o el surgimiento de una empresa comercializadora de las juntas de agua campesinas. Sobre estas experiencias de comercialización, las principales preocupaciones de los participantes se centraron en: 1) ¿Cómo facilitar el surgimiento y permanencia de centros de servicios adecuados a las necesidades de las organizaciones de pequeños productores? 2) ¿Cómo lograr una organización eficiente de los pequeños productores para aprovechar las oportunidades del mercado? 3) ¿Cómo asegurar que los pequeños productores capturen una parte significativa de los excedentes? 4) ¿Qué elementos de política pública, a distintos niveles, pueden crear un marco favorable para el relacionamiento de los pequeños productores rurales con el mercado?

- [La rápida expansión de los supermercados en América Latina: Desafíos y oportunidades para el desarrollo](#). (2002), Thomas Reardon y Julio Berdegú. Traducción de la versión original en inglés: *The Rapid Rise of Supermarkets in Latin America: Challenges and Opportunities for Development. Development Policy Review* Vol. 20 (number 4). Los supermercados, junto con los procesadores de alimentos a gran escala, han transformado profundamente los mercados agroalimentarios de la región. Muchos de estos cambios suponen grandes desafíos (incluso la exclusión) de pequeños agricultores y empresas de procesamiento y distribución, pero también encierran un potencial de grandes oportunidades. La política y los programas de desarrollo deben adaptarse a este cambio radical. El documento analiza la situación de Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica y México, así como los espacios mayores del Tratado de Libre Comercio de Norteamérica y el MERCOSUR ampliado. Se centra en el surgimiento de los supermercados y de los fabricantes de alimentos a gran escala durante la década de 1990 hasta la actualidad, e ilustra los efectos de su crecimiento en los sectores de productos lácteos, fruta y verduras frescas. Se demuestra que hoy en día los supermercados son protagonistas predominantes en la mayoría de las economías agroalimentarias de América Latina, cuya participación en el mercado minorista pasó de un promedio ponderado por población de alrededor de 10% a 20% en 1990 a un 50% o 60% el año 2000. En países como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica y México el rango que manejan los supermercados es de 45% al 75% del mercado minorista de alimentos.

- [Acceso de pequeños productores a mercados dinámicos: El caso de la carne vacuna en Nicaragua](#). (2004), Paul Schütz, Fernando Belsevich y Thomas Reardon. Michigan State University, Regoverning Markets, International Livestock Research Institute (ILRI). La hipótesis planteada por los investigadores consiste en que los supermercados seguirán asumiendo una importancia siempre más grande como mercados dinámicos para productos agropecuarios. Este desarrollo, en conexión con la tendencia de un consumo creciente de carnes en un mundo urbanizado, da importancia a la producción y el comercio de la carne.

Hasta ahora los estudios existentes sobre los supermercados como canal de comercialización no habían considerado la carne. En este contexto las preguntas claves son: 1) ¿La comercialización de la carne vía los supermercados como mercados dinámicos es apta para pequeños productores? 2) ¿Los ingresos de los productores a través del canal de comercialización vía supermercados son económicamente mejor? 3) ¿La definición de la calidad y la clasificación de la carne por los supermercados afecta negativamente a los pequeños productores, convirtiéndose en una barrera para el acceso a este canal de comercialización? 4) ¿Las políticas públicas facilitan la participación de pequeños productores en la cadena? El estudio aplica el concepto de una “cadena de valor” al objeto de la investigación. El concepto es muy útil y ayuda a la composición y la estructura de la cadena y las interacciones entre sus actores. También analiza los diferentes eslabones de la cadena como la producción pecuaria, la industria y el comercio, así como los actores claves y sus interacciones.

- [Acceso de campesinos a Mercados Orgánicos. Síntesis de la conferencia electrónica.](#) (2001), Grupo Chorlaví. Dentro de la búsqueda de alternativas de mercado para los pequeños productores rurales, se ha realizado un análisis colectivo (con 700 participantes) sobre el acceso a mercados de productos orgánicos, cuya síntesis incluye una buena discusión agrupada en cuatro conjuntos temáticos: i) Incentivos y motivaciones que favorecen; ii) Capacidades que es necesario desarrollar para el acceso de campesinos a mercados orgánicos; iii) Sobre los efectos e impactos en la calidad de vida de las poblaciones rurales y en el medio ambiente; y iv) Sobre la sostenibilidad de las experiencias de acceso de campesinos a los mercados orgánicos.

- [El reto de vincular a los pequeños productores de papa con la agroindustria.](#) (2002), Thomas Bernet, Martín Lara, Pedro Urday y André Devaux. Revista Latinoamericana de la Papa. Vol. 13. El aumento del consumo de papa procesada está permitiendo que la agricultura por contrato gane importancia. Los pequeños productores de papa podrían aprovechar esta modalidad para superar sus dificultades en la comercialización, accediendo a un mercado seguro con precios rentables y estables. No obstante, la literatura revisada y un caso específico de la Sierra Central de Perú demuestran que las empresas procesadoras de papas prefieren trabajar con los grandes productores, principalmente por razones de costos de transacción y calidad del producto, siendo los pequeños productores sólo una “solución de emergencia” para abastecer la planta de procesamiento. En este sentido, el crecimiento rápido del consumo de papa procesada en América Latina constituye una buena oportunidad coyuntural para los pequeños productores. Por falta temporal de suficientes proveedores de grandes volúmenes, ellos pueden aprovechar este negocio a corto plazo mejorando su competitividad para formar asociaciones de productores y posteriormente reorientar su producción hacia nichos de mercados que “capitalicen” las ventajas reales de los pequeños productores, como el seguimiento eficiente del cultivo y la mano de obra barata. El apoyo externo de parte de las instituciones de desarrollo debe tener un enfoque más empresarial en identificar e implementar actividades competitivas para pequeños productores. Por lo tanto, es esencial tener capacidades en mercadeo y en liderazgo de procesos participativos para formar y consolidar asociaciones de productores exitosas en el mercado.

Con relación a la organización para acceder a los mercados:

- [Políticas públicas y experiencias asociativas de los chacareros en la norpatagonia.](#) (2003), Carlos Alemany. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA). Buenos Aires, Argentina. El objetivo de este trabajo fue estudiar experiencias asociativas relevantes de chacareros que se dieron en el marco de Cambio Rural en la norpatagonia, y que alcanzaron resultados favorables, vinculados con la asociación para la comercialización y exportación de frutas en forma directa a mercados dinámicos. La hipótesis de la investigación es que el capital social alcanzado por algunos chacareros, -que se nutre de la energía de las relaciones, redes y vínculos sociales para satisfacer propósitos de supervivencia, reproducción y calidad de vida-, es fundamental como elemento movilizador de la acción colectiva. Asimismo, a través de la reflexión permanente sobre la gestión colectiva se aumentan las capacidades de los actores que permiten mejorar procesos de autogestión, negociación y reapropiación de instrumentos para su empoderamiento, y el desarrollo de nuevas vinculaciones institucionales, redes y relaciones sociales y el fortalecimiento de las preexistentes. La hipótesis también plantea que algunas políticas públicas pueden actuar como facilitadoras de procesos de construcción de capital social de actores subordinados. Se detectaron factores propios de los chacareros y de las políticas públicas aplicadas en la región que permitieron u obstaculizaron avances concretos de experiencias asociativas. Se describen y analizan tres experiencias relevantes de asociación de chacareros para la comercialización de frutas, y posteriormente se hace una reflexión final y se detallan las conclusiones del trabajo.

- [Las Escuelas de Campo para Agricultores \(ECAs\) en el desarrollo rural. Una propuesta metodológica coherente.](#) (2003), Mario Ardón. Tegucigalpa, Honduras. Este artículo es producto de la lectura y revisión de 31 artículos compendiados en un número de *LEISA Revista de Agroecología (Aprendiendo con las ECAs)*, Vol 19, No. 1. Las ECAs son entendidas como una metodología de aprendizaje vivencial y participativa de generación, desarrollo y socialización grupal de conocimientos, basada en la educación no formal para adultos, que utiliza el proceso completo de producción en el campo, procesamiento y mercadeo o de resolución de un problema específico, como recurso de enseñanza y aprendizaje para el empoderamiento y desarrollo de las comunidades. En la dinámica que tiene lugar, se busca que los participantes sean parte activa en la toma de decisiones, después de observar y analizar en contexto la realidad de su cultivo, del agroecosistema en general, etc. El énfasis del enfoque está cada vez más en cómo se aprende y en cómo organizar lo aprendido alrededor de las oportunidades que emergen. No se trata tanto de nuevos conocimientos formales, sino de actitudes, cambios de comportamiento y habilidades de facilitación y organización. Esto implica jugar nuevos roles para los profesionales del desarrollo, nuevos conceptos, valores, métodos y comportamientos. Para poder avanzar en esta dirección, los facilitadores necesitan operar en un ambiente que permita que ellos se orienten de acuerdo con las demandas de las comunidades. El cómo reestructurar a las agencias de desarrollo para apoyar intervenciones dirigidas desde las bases es uno de los retos más urgentes en el campo del desarrollo rural hoy en día.

- [Fichas técnicas. Asociatividad empresarial y acceso a mercados.](#) (2004) Programa de Apoyo a la Microempresa Rural de América Latina y el Caribe (PROMER). Santiago, Chile. Estas notas técnicas son extraídas de experiencias analizadas. Se presentan como guías de trabajo, pero abordan los temas de la asociatividad como elemento crítico para

lograr el acceso sostenido a los mercados dinámicos. El contenido de las tres fichas técnicas es: 1) Fundamentación y estrategias de desarrollo para la asociatividad empresarial. 2) Etapas y métodos de trabajo de la asociatividad empresarial. 3) Posibilidades de éxito de la empresa asociativa, planificación estratégica para el desarrollo de la asociatividad, ventajas y desafíos de la asociatividad, y herramientas de trabajo participativas.

- [La influencia de la integración de productores y artesanos en el desarrollo de la corporación para el desarrollo de la sericultura del Cauca - CORSEDA](#). (2003), Sistematización de experiencias locales del Proyecto de Apoyo al Desarrollo de la Microempresa Rural (PADEMER). Popayán, Colombia. CORSEDA es una organización de segundo grado, conformada por las asociaciones locales de productores y artesanos de la seda, que busca mejorar la capacidad de negociación, unificar parámetros de producción y brindar a las familias serícolas cobertura en temas de seguridad social. El eje de sistematización determinado fue: ¿Cuál es la influencia de la integración entre productores y artesanos en el desarrollo de CORSEDA? Uno de los hallazgos del proceso fue, que por efecto externo, la integración se vio favorecida por el otorgamiento de subsidios para vivienda. También que los productores han reducido la dependencia del acompañamiento técnico en las fases del proceso productivo y han asumido ellos mismos su desarrollo, dando lugar a nuevas tecnologías que posteriormente comparten con otros miembros de la organización. Además, existe interés de jóvenes de ambos sexos por formar parte de las organizaciones de productores y artesanos. Las lecciones aprendidas señalan que las crisis y la emergencia de problemas que afectan la economía y las estrategias de vida de los pequeños productores ofrecen la oportunidad de generar instituciones y organizaciones para solucionarlos. La base de la formación de una organización comunitaria fuerte con capacidad de integrar actividades económicas y personas con diferentes papeles e intereses descansa en aspectos como: la creación de beneficios detectables y alcanzables; la toma de decisiones y manejo abiertos, participativos y transparentes, así como reglamentos y procedimientos; y la iniciación de un proceso fuerte de construcción de capital social.

Vínculos a información y páginas Web relacionadas con el tema:

- **Programa de Apoyo a la Microempresa Rural de América Latina y el Caribe (PROMER)**. Sitio Web.

<http://www.promer.org>

- **Comercio Activo**. Sistema Integral de Información, Conocimientos e Incentivos para la Asociatividad Agrícola y Rural. Sitio Web.

<http://www.comercioactivo.org/>

- **Aspectos Claves para el Acceso a Mercado por parte de Pequeños Productores**. Serie ASOCAM Reflexiones y Aprendizajes N° 1. Página Web.

<http://www.asocam.org/serie1.htm>

- **Revista Nuestra Tierra N° 230**. Ministerio de Agricultura de Chile. Artículos y entrevistas sobre asociatividad.

http://www.fucoa.gob.cl/pdf_zip/revista/nt230.pdf

- **Proyecto de Desarrollo Agro-empresarial Rural.** Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT). Página Web.

<http://www.ciat.cgiar.org/agroempresas/espanol/inicio.htm>.

- **Sistematizaciones de Experiencias sobre Acceso a Mercados de Pequeños Productores Rurales.** Documentos.

http://www.fidamerica.org/seccion.php?seccion=277&category_id=2.

- **Revista de Agroecología LEISA, Vol. 19, N° 1, Julio 2003 “Aprendiendo con las ECAs”.**

<http://www.leisa-al.org.pe/anteriores/191/index.html>

QUIÉN ES QUIÉN

- [Comercio Activo](#) es una red de organizaciones de pequeños productores y empresarios apoyados por proyectos de América Latina y el Caribe del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA). La red busca facilitar y promover el acceso de estas organizaciones a nuevos mercados a través de un sistema integral de información, conocimientos e incentivos para la asociatividad agrícola y rural. Se pretende elevar el ingreso, el empleo y la calidad de vida de las familias de la región mediante la aplicación de nuevas y exitosas herramientas de comercialización que surgen de la práctica concreta de las organizaciones rurales y ONG, y que han demostrado ser exitosas o innovadoras en la promoción del desarrollo agrícola y rural sustentables.

- La [Asociación Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales \(AGEXPRONT\)](#) de Guatemala es una entidad privada no lucrativa, en la actualidad agrupa a cerca de 1.000 empresas. Su misión es promover el crecimiento de las exportaciones basado en la competitividad, contribuyendo así al desarrollo económico y social del país en forma sustentable. El objetivo es fomentar el desarrollo de las exportaciones nacionales; prestar servicios que contribuyen al desarrollo del sector exportador, así como motivar el surgimiento de nuevos empresarios que dirijan sus actividades al mercado internacional; promover en el país el establecimiento de una estrategia y política de fomento de las exportaciones; colaborar con todas aquellas instituciones que realicen esfuerzos tendientes a mejorar las relaciones comerciales a nivel internacional, y mantener vínculos estrechos con los países que adquieren productos guatemaltecos de exportación; crear una conciencia, tanto en el sector privado como público, del beneficio que las exportaciones de productos no tradicionales producen para el desarrollo económico y social de Guatemala.

- La [Asociación Internacional de Comercio Justo \(International Fair Trade Association - IFAT\)](#) es una red global, formada en este momento por más de 270 organizaciones de 60 países, en su mayoría de Asia, Medio Oriente, África y Sudamérica. Sus miembros son cooperativas y asociaciones de productores, compañías exportadoras e importadoras, minoristas, redes nacionales y regionales. La misión de IFAT es mejorar el sustento y bienestar de los productores menos favorecidos, promoviendo organizaciones de comercio justo en el mundo, entendiendo como comercio justo una sociedad que negocia, basada en el diálogo y la transparencia, que busca mayor equidad en el comercio internacional. Ello contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones de negociación, y

asegurando los derechos de los productores y los trabajadores marginados, especialmente en el sur.

LO QUE VIENE

- El **Concurso Experiencias Innovadoras para Argentina**, organizado por Rimisp, a través del Proyecto Asistencia Técnica para la Elaboración de la Estrategia de Desarrollo Rural para Argentina, invita a las personas, grupos u organizaciones públicas y privadas interesadas y con experiencia en la problemática rural de Argentina, a participar enviando sus propuestas. Éstas deberán corresponder a experiencias innovadoras que reflejen las diferentes vías de transformación productiva y de desarrollo institucional que mejoran la calidad de vida y de trabajo de su población. El plazo para recibir las propuestas se extendió hasta el 15 de Junio de 2005. Para más información escribir a Viviana Larrondo vlarrondo@rimisp.org. [Leer la convocatoria](#).

- Se encuentra disponible el **estudio: "Efectos del CAFTA-RD en el Sector Rural de Honduras"**, elaborado por el Centro de Desarrollo Humano (CDH) de Honduras y dirigido por los investigadores Daniel Cruz y Efraín Díaz. La investigación fue patrocinada por el Programa "Centroamérica en la Economía Mundial del Siglo XXI", de la Asociación de Investigaciones y Estudios Sociales (ASIES) de Guatemala y el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC) de Canadá. El documento se encuentra en http://www.asies.org.gt/cal/Cdh_f.pdf

- El **V Congreso de Agroinformática: "Agronegocio, Tecnología e Innovación"** se realizará en Londrina, Brasil del 28 al 30 de septiembre de 2005. El evento, organizado por la Sociedad Brasileña de Informática Aplicada Agropecuaria y Agroindustria (SBI- Agro), pretende promover la integración de sociedades de informática, profesores, investigadores, estudiantes y otras personas con intereses en informática aplicada a la agroindustria, medio ambiente y educación. El objetivo es abordar nuevas tecnologías para el campo que resulten en incrementos de la productividad, mostrar lo que se está haciendo en el área de investigación y lo que las empresas ofrecen en materia de programas informáticos, equipamientos, maquinaria, implementos e insumos en general. Entre los temas que serán tratados están: la agricultura de precisión, automatización agrícola y pecuaria, software para agronegocios, inclusión digital y emprendimiento rural, y maquinaria agrícola. Para más información escribir a agroinformatica@uel.br o visitar la página del Congreso <http://www.uel.br/eventos/agroinformatica/>

- El **Curso Internacional Metodologías y Estrategias de Extensión para el Desarrollo Rural Sostenible** se impartirá del 1 al 12 de agosto de 2005 en Turrialba, Costa Rica. El objetivo es que al finalizar el curso los profesionales latinoamericanos sean capaces de conceptualizar y aplicar métodos y herramientas adecuadas de extensión agrícola como medio para lograr el desarrollo rural regional. El curso está dirigido a promotores rurales, agrónomos, forestales, ecólogos, biólogos, economistas, profesionales de ciencias sociales y otros agentes involucrados en proyectos y programas de desarrollo rural sostenible, que trabajen con grupos de productores y otros pobladores rurales. El límite de inscripción es el 1 de julio. Para más información escribir a capacitacion@catie.ac.cr o visitar

<http://www.catie.ac.cr/bancoconocimiento/C/CapacitacionCursoExtension2005/CapacitacionCursoExtension2005.asp>

- El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Corporación Andina de Fomento (CAF) invitan a participar en el **I Concurso Andino de Voluntariado- Aprendizaje - Servicio “Solidaridad y Desarrollo”**. Los ganadores recibirán subsidios para proyectos en donde se desarrollen programas concretos de promoción del voluntariado en beneficio de la comunidad. El objetivo es apoyar a las organizaciones de la sociedad civil de la región andina que se orientan a la movilización del voluntariado en favor del desarrollo y la lucha contra la pobreza. Específicamente se busca promover proyectos basados en Aprendizaje-Servicio que sean diseñados por estudiantes y apoyados por sus respectivas universidades. A su vez, se extiende el proyecto a la provisión de asistencia técnica y financiera para el desarrollo e implementación de programas autosostenibles y que contribuyan a la construcción de capital social en la región. La fecha para recibir propuestas vence el 22 de julio de 2005. Más información en <http://www.iadb.org/etica/Eventos/Concurso1-GrInfo.cfm> o escribiendo a voluntariad@iadb.org

Todas las ediciones del boletín se encuentran publicadas en www.rimisp.org/boletines

El boletín electrónico InterCambios es producido por [Rimisp](http://www.rimisp.org) y publicado en conjunto por [FIDAMERICA](http://www.fidamerica.org) y por el [Grupo Chorlavi](http://www.chorlavi.org). Cuenta con el auspicio de [FIDA](http://www.fida.org) (Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola), [ICCO](http://www.icco.org) (Organización Intereclesiástica para Cooperación al Desarrollo), [IDRC](http://www.idrc.org) (Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo) y [ALOP](http://www.alop.org) (Asociación Latinoamericana de Organizaciones de Promoción).

Director: Gilles Cliche

Editora: Marlene Forno

Editores Boletín N° 50: Germán Escobar y Katherine Vargas, Rimisp.

E-mail: mforno@rimisp.org boletines@rimisp.org

[Rimisp](http://www.rimisp.org) · Boletín [InterCambios](http://www.rimisp.org/boletines), Año 5, N° 50