

InterCambios

Año 3 Número 26, mayo 2003

Auspician
Grupo Chorlaví
FIDAMERICA

Los supermercados: agentes dominantes en las cadenas agroalimentarias

Informamos a nuestros lectores que a partir de esta edición tendrán la posibilidad de obtener el boletín también en formato PDF (Portable Document Format), un archivo más fácil de manejar, de menor tamaño y con las mismas características del que reciben mediante el correo electrónico. También les recordamos que si quieren revisar alguno de nuestros antiguos boletines pueden visitar nuestro sitio web www.rimisp.org/boletines. Si desean escribirnos háganlo a boletines@rimisp.cl.

FORO: ¿Son perjudiciales los supermercados para la economía de los pequeños productores o representan una alternativa efectiva al problema de la comercialización?

NUEVAS IDEAS

Los supermercados constituyen un actor fundamental de la distribución al detalle (retail) del sector agroalimentario de América Latina y el Caribe, ejerciendo una influencia determinante en el conjunto del sector, no sólo ni principalmente como canal comercial, sino que imponiendo exigencias y estándares de calidad que crecientemente se van extendiendo al conjunto de los mercados de alimentos. Por ello, desde la perspectiva de los pequeños productores, resulta esencial conocer e incorporar a su acervo el funcionamiento de este sistema comercial.

No obstante, como es sabido, existen diferentes barreras, ya sean tecnológicas, financieras, legales o de gestión empresarial, que dificultan a los pequeños productores y sus organizaciones satisfacer dichas exigencias y colocar sus productos en forma duradera en las estanterías de los supermercados, y en general en los sistemas de distribución más dinámicos. Dada la insuficiencia de políticas y programas públicos, entre otros factores, la incorporación de los pequeños productores a estos mercados se ve muy limitada, siendo éste uno de los principales desafíos que la agricultura campesina y los diversos actores del desarrollo rural deben enfrentar en la actualidad.

A continuación les presentamos algunos documentos y estudios de caso acerca del tema.

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](#).

- [La Rápida Expansión de los Supermercados en América Latina: Desafíos y Oportunidades para el Desarrollo](#), de Thomas Reardon y Julio A. Berdegué. El artículo corresponde a la síntesis de un número especial de la revista Development Policy Review, volume 20 number 4, que contiene diez artículos referidos a Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, México y la zona del MERCOSUR. De estos se deriva que los supermercados, juntos con los procesadores a gran escala de alimentos, han transformado profundamente los mercados agroalimentarios de la región. Muchos de estos cambios suponen grandes desafíos de pequeños agricultores y empresas pequeñas 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.

- [Los supermercados en la distribución alimentaria y su impacto sobre el sistema agroalimentario](#), de Sergio Faiguenbaum, estudio elaborado para la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA), del Ministerio de Agricultura de Chile. El objetivo central del documento es conocer la evolución reciente de la distribución de alimentos al detalle en Chile, particularmente respecto a la irrupción de super e hipermercados como actor central de esa industria; centrando la atención en los vínculos y los efectos – favorables y desfavorables – que ella genera respecto a los productores agrícolas y otros actores rurales, en algunas de las principales cadenas agroalimentarias del país.

- [La Calidad en Alimentos como Barrera Paraarancelaria](#), síntesis de Gustavo Román Secilio. El trabajo, enfocado principalmente en el caso argentino, presenta los diversos sistemas de calidad, las normas internacionales que los rigen y cómo las distintas interpretaciones de estas normas generan diferentes posibilidades de acceder a los mercados. Trata acerca de las demandas de los consumidores, el control de los países importadores y los reglamentos internos.

- [Estrategias de mercadeo asociativo: enfoque para los productores](#), de Gilberto Mendoza, especialista en comercialización agrícola, Bogotá, Colombia. Este caso es tomado de programas de fomento a la comercialización asociativa asesorado por el autor, en apoyo de pequeños productores que inician actividades en este campo. Se presenta como una alternativa a los frecuentes eventos de capacitación formal y comunicación vertical auspiciados por profesores y extensionistas, y critica la falta de participación activa de los productores o de sus organizaciones, señalando que la exclusión es total en la programación de las tareas.

- [Central de proveeduría de tiendas: enfoque para ayudar a los pequeños tenderos](#), por Gilberto Mendoza. El proyecto se denomina “Proveeduría de Tiendas del Distrito de Aguablanca”, de Cali, Colombia, ejecutado por la Fundación Carvajal. Éste surgió a causa de la problemática de los detallistas: su marginalidad e imposibilidad de negociar o manejar en condiciones competitivas los productos de distribución. Por ello, explica el autor, el proyecto se propuso abastecer a un número elevado de tiendas de un sector muy popular en aquella ciudad. Para lograrlo organizó una proveeduría, la cual es en esencia, un mercado mayorista que suministra la mayoría de los productos que expenden los tenderos.

- [Organización del abastecimiento de una cadena detallista](#), por Gilberto Mendoza. En este caso se trata de una cadena de supermercados de Bogotá que ha tenido que enfrentar su reto más complejo: abastecerse. El autor explica que en Colombia el problema principal de los detallistas se relaciona con la compra y aprovechamiento y no con la venta, ya que es más difícil abastecerse que vender, en términos de adquirir el producto de manera regular, buena calidad, buen empaque, protección contra las pérdidas y daños, y costos estables que permitan salir a vender con un margen razonable y un precio justo para el consumidor promedio. Ante esta dificultad, la cadena de supermercados se vio obligada a establecer un gran centro de acopio en Bogotá, que ha ido evolucionando hasta convertirse en una mediana central mayorista. Esta central atiende a la cadena y cumple también la función de venta como mayorista a otros detallistas, a consumidores institucionales (hoteles, hospitales, y otros).

- [Situación de la Comercialización de Productos Pesqueros en América Latina y El Caribe](#), preparado por Roland Wiefels, director de INFOPECA. El objetivo de este documento es hacer algunas reflexiones sobre el desarrollo de la comercialización de los productos pesqueros en América Latina y el Caribe en los últimos años. Se sostiene que es una época de profundas transformaciones en los sectores de producción, de procesamiento y de comercialización del pescado. Por un lado, se habla respecto a la producción, ya sea a nivel de pesca responsable o de acuicultura, y se habla a nivel de la industrialización sobre valores agregados y sobre los sistemas de control de la calidad, por otra parte son todavía pocas las iniciativas con respecto a la discusión sobre la logística de la distribución, sobre las modalidades de comercialización y sobre la evolución de los mercados.

Los documentos que se presentan a continuación son estudios de caso presentados en la conferencia electrónica “Participación de Organizaciones Económicas Rurales en el Circuito Supermercadista en América Latina y el Caribe”, realizada por los Programas FIDAMERICA y PROMERentre el 21 de abril y el 2 de mayo de 2003.

- [Síntesis final de la Conferencia Electrónica Participación de Organizaciones Económicas Rurales en el Circuito Supermercadista en América Latina y el Caribe](#). La síntesis rescata los principales aportes y las conclusiones obtenidas a partir de los tres temas tratados: A) Participación de Organizaciones Económicas Rurales en el Circuito Supermercadista de América Latina y el Caribe. B) Acciones a nivel de los productores y sus organizaciones para acceder competitivamente a los mercados. Y C) Acciones al nivel de las políticas públicas y de los propios supermercados para ampliar las oportunidades de acceso a los pequeños productores y sus organizaciones al circuito supermercadista.

- [Labradores Mayas: Una experiencia exitosa en el abasto de vegetales frescos a cadenas de supermercados](#), de Luis Flores, estudiante de maestría en Economía Agrícola en la Universidad Estatal de Michigan. Este estudio de caso se refiere a un grupo organizado de Guatemala que revela la capacidad del productor agrícola a adaptarse a reglas creadas en común por el futuro de una actividad económica de la cual depende, demuestra como es capaz de utilizar todos los medios a su alcance para cumplir con los compromisos contractuales adquiridos con entidades serias como los supermercados. Según el autor es un ejemplo que ilustra que hay formas que garantizan el éxito de grupos de pequeños agricultores que participan con cadenas supermercadistas.

- [ARAPA S.A.C. y la Comercialización de Truchas Arco Iris en Supermercados Santa Isabel, Hipermercados Plaza VEA y Tiendas de Descuento Minisol \(Disco-Ahold\)](#), de Alejandrino Loaiza Sulcahuamán. Este estudio trata sobre una empresa procesadora de truchas que se constituye en un medio de generación de ingresos económicos para los pobladores de las riberas del lago Arapa en Puno, Perú. Se maneja con criterios de responsabilidad social y participan de su directorio y cargos directivos tanto trabajadores de la empresa como productores de truchas.

- [Cooperativa Agropecuária de Ibiúna-São Paulo \(CAISP\): Estudio de caso de una acción colectiva exitosa para Incrementar el bienestar de los pequeños agricultores](#), por Denise Mainville de Michigan State University, Eduardo Branco da Luz y Trond Vidar Larsen de CAISP. El documento presenta y analiza la experiencia de esta cooperativa comercializadora especializada en la venta de vegetales frescos como un ejemplo del potencial que ofrece la acción colectiva, como un medio para facilitar el acceso de los pequeños agricultores a mercados dinámicos y para mejorar sus posiciones dentro de estos mercados. Para ello se examina la experiencia de la CAISP con un enfoque hacia sus relaciones con las grandes cadenas de supermercados e hipermercados.

- [Productos derivados de la leche. La inserción de la Cooperativa San Francisco de Asís en los supermercados de Nicaragua](#), de René Mendoza Vidaurre. El artículo explica cómo la cooperativa vendedora de leche se convirtió en productora de quesos, llegando a vender sus productos en todos los supermercados del país, a una gran parte de los mini supermercados, e incluso en algunas épocas, a empresas extranjeras. Además, cuenta cómo, debido al éxito obtenido durante estos 10 años han desarrollado, poco a poco, otros servicios como una Caja Rural, un almacén, una estación de gasolina (con la Shell), maquinaria agrícola e inseminación artificial.

- [La producción orgánica de hierbas aromáticas por el grupo de mujeres productoras del nordeste de canelones en Uruguay](#), de Javier Peña Capobianco. El documento explica las razones que llevaron a este grupo a vender sus productos en los supermercados, entre ellas están la amplia cobertura geográfica y el potencial de ser vistos y consumidos por las clases medias y medias alta. La decisión de ofrecer estos productos allí se basa en un sondeo de mercado y una ronda de contactos con los encargados de compra de las principales cadenas que se realizó con el apoyo de GTZ, con el cual se pudo confirmar el potencial que tenía la comercialización de hierbas aromáticas orgánicas.

- [Experiencias y Resultados Comerciales de la Cooperativa Frigorífica Leandro N. Alem y su relación con los supermercados](#), de Gustavo Román Secilio y Guillermo Andrés Knass. El estudio trata el caso de esta cooperativa dedicada a la producción agropecuaria-especialmente a la cría de lechones-, ubicada en la provincia de Misiones en Argentina. Cuenta la situación económica previa de los productores de esta zona y los motivos que los llevaron a relacionarse comercialmente con los supermercados, explicando sus ventajas y desventajas.

Más información relacionada con el tema:

- **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Observatorio Agrociudades Colombia**
<http://www.agrociudades.gov.co/home.htm>

- **Las Tendencias en Comercialización.** Página web sociólogo uruguayo Pablo Guerra
<http://pabloguerra.tripod.com/Supermercadismo.htm>

- **Boletín Corporación Colombiana Internacional (CCI).** Sistema Inteligencia de Mercados (SIM). Perfil de Producto. No. 4. Abril - junio 1999
<http://www.cci.org.co/publicaciones/Perfil%20de%20producto/perfilmora4.html>

Sitios en inglés:

- **Food Marketing Institute**
<http://www.fmi.org/>

- **Economic Research Service (USDA)**
<http://www.ers.usda.gov>

- **Proyecto "Race to the Top" (Inglaterra)**
<http://www.racetothetop.org/>

QUIÉN ES QUIÉN

- [FIDA MERCOSUR](#), es un programa de apoyo institucional y normativo que pretende reducir la pobreza rural en la zona del MERCOSUR. El Programa realiza actividades en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay, tales como talleres, capacitación y convenios de cooperación. Las acciones del Programa procuran aportar a las instituciones y personas encargadas de la definición de las políticas sociales y de desarrollo rural, en el MERCOSUR ampliado, todos aquellos elementos relevantes emergentes de la evolución del proceso de integración regional. Las áreas básicas de acción son: formulación de políticas; intercambio de experiencias; formulación de instrumentos y acciones directas; capacitación y formación; y captación de recursos complementarios.

- La [Rede Mulher de Educação](#), es una ONG de Brasil que promueve y facilita la interconexión entre grupos de mujeres en todo el país, constituyendo una red de servicios en educación popular feminista. Su misión es contribuir al equilibrio de las relaciones sociales entre hombres y mujeres, promoviendo la armonía tanto entre los seres humanos como con la naturaleza. La organización desarrolla actividades de formación, investigación, comunicación y articulación con el fin de fortalecer y desarrollar competencias técnicas y políticas de personas, grupos y organizaciones. También contribuye a la ampliación del poder de influencia de estos junto a otros sectores de la sociedad y en las políticas públicas locales, regionales y nacionales.

- El [Centro Latino Americano de Ecología Social, CLAES](#), es una ONG independiente dedicada a la investigación, acción y promoción de la ecología social. La organización reconoce la vinculación mutua entre los grupos humanos con su entorno ambiental, por lo que se consideran los problemas socioambientales desde un compromiso ético con la defensa de la vida. Entre las principales áreas de trabajo se encuentran: ambiente y desarrollo; participación ciudadana y gestión municipal; integración y comercio internacional; educación y desarrollo sustentable; globalización y políticas ambientales; conservación de recursos naturales; y ecología social.

HERRAMIENTAS

- [Proyecciones de América Latina y el Caribe, 2003](#) es un documento elaborado por el Centro de Proyecciones Económicas de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL. El texto contiene: 1) El marco internacional: situación y perspectivas del año 2003; a) la perspectiva por regiones; b) riesgos e incertidumbres. 2) Desempeño reciente de las economías latinoamericanas y perspectivas para 2003; a) desempeño del año 2002; b) perspectivas regionales para el año 2003; c) perspectivas nacionales. Y 3) Caracterización y sincronía de la recuperación esperada para 2003. El documento incluye cuadros y gráficos con información como Producto Interno Bruto, crecimiento del PIB y del comercio mundial, indicador del riesgo país, flujos financieros a países emergentes, e inflación, entre otros.

- [PROMER responde](#) es una herramienta para realizar consultas a través de Internet. El sistema funciona a través de preguntas y respuestas que son publicadas en el sitio web. Los temas que se pueden consultar a través de PROMER responde son: apicultura, artesanía, comercialización, construcción, control de calidad, corte y confección, electricidad e instalaciones eléctricas, floricultura, gestión empresarial, mecánica básica, repostería y amasandería, riego, tornería y turismo rural. Este instrumento, a cargo de PROMER (Programa de Apoyo a la Microempresa Rural de América Latina y el Caribe), está dirigido a pequeños productores rurales, microempresarios rurales, profesionales y técnicos de Proyectos y Programas FIDA de la región.

LO QUE VIENE

- El Programa FIDAMERICA invita a participar en el **Concurso “Buenos Ejemplos de FIDAMERICA”**. Los Buenos Ejemplos son experiencias breves que describen innovaciones concretas que han sido exitosas para resolver problemas u oportunidades que son de interés general de los proyectos de desarrollo rural en América Latina y el Caribe. El plazo para la entrega del documento vence el 25 de agosto de 2003. Puede obtener la [convocatoria completa aquí](#), en ella encontrará la información necesaria para presentar su experiencia, como temas, formato del documento, quiénes pueden participar, premios y plazos, entre otros. Para mayor información escribir a fidamerica@rimisp.cl

- El **Segundo Encuentro de la Innovación y el Conocimiento para Eliminar la Pobreza Rural**, ha sido convocado por el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA). El

evento se realizará en Lima, Perú, entre el 24 y 26 de Septiembre 2003. [Lea aquí la convocatoria.](#)

- El **I Congreso Brasileño de Agroecología, IV Seminario Internacional sobre Agroecología y V Seminario Estatal sobre Agroecología.** El evento se realizará entre el 18 y el 21 de noviembre de 2003, en el Centro de Eventos de PUCRS - Pontificia Universidad Católica de Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil. Más información en www.emater.tche.br, o escribiendo a seminario.agroecologia@emater.tche.br

- El **Seminario Internacional “Derechos Humanos y Pueblos Indígenas: Tendencias Internacionales y Realidad Local”** se efectuará entre el 20 y el 22 de Julio 2003, en el Instituto de Estudios Indígenas, Universidad de La Frontera, Temuco, Chile. El evento, que se realizará en el marco del Congreso de Americanistas, permitirá discutir variados temas relativos a los pueblos originarios, a la vez que permitirá a los académicos que trabajan junto a los movimientos indígenas de América y Europa conocer la realidad de los indígenas de Chile, en especial del pueblo mapuche. Para mayor información visitar www.derechosindigenas.cl/Activ%20y%20Eventos/seminario%20internacional%20ddii.htm o escribir a [Alejandro Herrera](#) o [José Aylwin](#).

- Los **cursos por Internet para el Segundo Semestre**, organizados por REDCAPA abrieron el período de inscripciones. Entre junio y septiembre 2003 se impartirán: **Gestión Institucional y Organizaciones Rurales**; y **Gestión Financiera de Empresas Agrícolas**, ambos de la Universidad Austral de Chile. En el período Agosto-Noviembre 2003 se efectuará **Agroecología: diseñando agroecosistemas biodiversos y sustentables**, ofrecido por la Universidad de California, la Red de Formación Ambiental para América Latina y el Caribe del PNUMA y REDCAPA. El curso estará a cargo de los profesores Miguel Altieri y Clara Nicholls. Para más información acerca de los cursos escribir a cursos@redcapa.org.br o visitar www.redcapa.org.br/espanol/cursos/cursos.htm

El boletín electrónico InterCambios es publicado conjuntamente por [FIDAMERICA](#) y por el [Grupo Chorlaví](#). Cuenta con el auspicio de [ICCO](#) (Organización Intereclesiástica para Cooperación al Desarrollo), [FIDA](#) (Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola) y [ALOP](#) (Asociación Latinoamericana de Organizaciones de Promoción).

Editores: [RIMISP](#) · Boletín [InterCambios](#), Año 3, N° 26· E-mail: mforno@rimisp.cl

Si usted no desea seguir recibiendo el boletín InterCambios, ingrese [aquí](#)
If you don't want to receive the InterCambios newsletter click [here](#)