

Beneficios económicos de la agricultura ecológica

www.imagenagropecuaria.com / 13 noviembre 2013

Autor: IMAGENAGROPECUARIA.COM

Sección: Casos de éxito, Comercialización, Medio Ambiente, Política Agrícola

Etiquetas: alimentos, apoyos, ecológico, orgánicos, política agrícola



Maureira M.*

Mónica

ESPECIAL PARA www.imagenagropecuaria.com

El mercado mundial de productos orgánicos/ecológicos ha experimentado cambios acelerados en la última década, produciendo un verdadero “boom” dentro de la agricultura mundial.

Santiago de Chile.-El mercado mundial de productos orgánicos/ecológicos ha experimentado cambios acelerados en los últimos diez años, produciendo un verdadero “boom” dentro de la agricultura mundial. De manera cada vez más extensa, la demanda de estos productos también se incrementa en países en desarrollo como Perú. La agricultura ecológica, considerada por años marginal, hoy constituye un elemento importante en la distribución alimenticia. A su alero, se producen artículos de calidad, que ofrecen seguridad al consumidor, cuidando el medioambiente y contribuyendo al desarrollo sostenible.

Para Luis Ravello, coordinador de Mercados Ecológicos y Sistema de Garantía Participativo (SGP), del Instituto para el Desarrollo y Medio Ambiente (IDMA, Perú) las condiciones de este “boom” permiten avizorar la existencia de un caudal de oportunidades para desarrollar este tipo de agricultura. La agricultura ecológica se encumbra como una alternativa real para el desarrollo sostenible del Perú, al brindar una coyuntura única. “Esta debe ser aprovechada por los pequeños

productores ecológicos en nuestro país. Estos pobladores podrían encontrar en la producción ecológica un sustento económico, accediendo a mercados diferenciados”, dice Ravello, quien trabaja con los productores rurales de Huánuco y sistematizó esta experiencia junto al proyecto Alianzas para el Empoderamiento Económico (AEE), de Rimisp –Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.

Detalla que en el trabajo con el consorcio huanuqueño agroecológico ha visto cómo los pequeños campesinos han fortalecido su base agroecológica, desarrollando sus propios procesos de certificación. No obstante, reconoce que aún se está en la etapa en que la mayoría no logra acceder a mercados diferenciados que valoren los alimentos orgánicos. A su juicio, dos obstáculos entorpecen ese acceso más definitivo: la articulación con mercados informales y la debilidad en el sistema de gestión productiva y comercial, que permita a los pequeños productores llegar hasta el consumidor final y, así, a espacios “diferenciados”. Hasta ahora, la comercialización está dirigida básicamente a canales que no distinguen productos ecológicos de los convencionales, deteriorando la rentabilidad y enfrentando una competencia desleal con productos convencionales.

Confianza, credibilidad y solidaridad

Pese a las barreras, Luis Ravello insiste en las potencialidades que brinda el contexto actual para desarrollar esta agricultura desde una amplitud técnica, social y económica. “Desde luego necesitamos enfrentar retos de diferentes índole; apostar al desarrollo de programas que generen, fortalezcan y consoliden las cadenas de valor de la producción ecológica, con horizontes al mediano y largo plazo; deben ampliar el número de pequeños productores que logren participar y beneficiarse de la agricultura orgánica”. Dice que en Perú es indispensable y urgente el desarrollo de mercados nacionales y locales, en ciudades y pueblos. Estos productos agroecológicos pueden y deben llegar a todos los segmentos sociales del país, permitiendo el acceso a un sistema de comercio, donde las relaciones de negociación sean horizontales, basadas en la confianza, la credibilidad y la solidaridad.

Para consolidar este acceso al mercado nacional, los pequeños productores agroecológicos tienen que ser competitivos. Requieren trabajar en toda la cadena de valor, partiendo de la producción, organización de la oferta, certificación, hasta la distribución, promoción y venta de los alimentos, desarrollando un modelo de gestión productiva y comercial eficaz y eficiente y así poder llegar a precios justos, no solo para el productor sino también para el consumidor final, sin que esto repercuta en la rentabilidad. Luis Ravello agrega que, además de competitivos, los productores rurales deben velar por estrategias que influyan en sus entornos inmediatos, motivarse con las bondades de la agricultura orgánica, conocer y dar a conocer de los beneficios que trae para el medioambiente, establecer alianzas público-privadas. “No se trata sólo de comprar un producto sano, libre de pesticidas, sino también se debe hacer hincapié de una visión más amplia: estos productos, que tienen una certificación medioambiental y económica, contribuye a mejorar las condiciones de vida de las personas que los producen”, dice el coordinador de IDMA.

Fuerza negociadora

En Huánuco, los pequeños productores rurales están centrados en la producción agroecológica de granadilla, papa nativa, aguaymanto y palta entre otros cultivos ecológicos. Ravello explica que la negociación y venta de estos frutos orgánicos a mercados diferenciados también se ve fortalecida “por el hecho de ser los únicos ofertantes de estos productos”. Reconoce que quizás sea una coyuntura, que debería ser aprovechada. “Sin embargo para lograr una plena sostenibilidad de toda la gestión comercial debemos ampliar la cantidad comercializable, mayor línea de productos, mayor disponibilidad de los productos al año, desarrollar un logística de entrada y salida de productos. Si logramos mayor cohesión y encadenamiento con productores con iniciativas similares

a las de Huánuco, lograríamos más poder de negociación y contaríamos con economías de escala a nuestro favor”.

Ravello cree que la confianza y la empatía son clave en acrecentar la fuerza negociadora, estableciendo relaciones horizontales y recíprocas. Es así como reconoce que en la experiencia de trabajo con pequeños agricultores de Huánuco, IDMA también ha ganado. Dice que el know how del Instituto en producción ecológica se complementó con temas de gestión comercial. Así, el acompañamiento ha sido mutuo, “en aprendizaje compartido, por caminos tediosos y ciertamente desconocidos”.

La iniciativa empresarial de los productores ecológicos de Huánuco, con la marca ECOMAMA, lo mejor de la pachamama está introduciendo de manera creciente productos orgánicos en los principales supermercados del Perú. Esta propuesta de intervención especializada del IDMA responde a un criterio de complementariedad que garantizó la competencia productiva y comercial de las organizaciones de productores agroecológicos de la región central del país y de otras regiones del Perú. Esa sería la fórmula para llegar al mercado en forma competitiva, justa y, sobre todo, valorada por los consumidores.

Siguiendo en la línea del aprendizaje mutuo, Luis Ravello destaca que los agricultores fortalecieron sus conocimientos y prácticas en producción agroecológica; organizaron de manera más eficiente la oferta, la certificación ecológica (o SGP), calidad (en cosecha y post-cosecha), emprendimiento, gestión y formalización. Ampliar la línea de productos, la producción comercializable para la venta y la llegada al mercado urbano, son los desafíos. “Esos son retos para los próximos años y nos ayudarán las políticas públicas y acciones privadas que están promocionando el consumo sano en diversas ciudades del país. Que los beneficios económicos de esta agricultura sea una oportunidad para estos pequeños productores, guardianes de nuestra biodiversidad y del ambiente, es una tarea impostergable para todos nosotros”.

****Periodista***

maureira.monica@gmail.com

Certificación participativa

Vincularse con mercados en Lima y otras zonas urbanas a través de la producción agroecológica y ubicarse en una nueva y ventajosa cadena de aprovisionamiento, agregando valor a sus productos mediante la creación de servicios para la limpieza, selección, empaque y distribución de granadilla, palta, aguaymanto y papa, son parte de las acciones que impulsó la Asociación de Productores Ecológicos (ADPE, de Huánuco) y que permitieron modificar el entorno inmediato de los pequeños productores rurales, a su favor.

Como parte de los logros en el entorno más inmediato de los pequeños productores rurales de Huánuco destaca la conformación de la primera asociación – ADPE – que consiguió certificarse a bajo costo, garantizando la producción de los alimentos con altos estándares agroecológicos. Este trabajo concertado, tuvo como aliado clave al Instituto para el Desarrollo y el Medioambiente (IDMA), instancia que además de acompañar el proceso de cambio de prácticas productivas, impulsó el fortalecimiento y desarrollo de capacidades de las pequeñas unidades productivas. Todas herramientas que facilitaron el diálogo con el Gobierno Regional, promoviendo la certificación de los frutos a nivel de ordenanza y accediendo a recursos económicos

complementarios a los ya aportados por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y el Fondo para las Américas del Perú (FOMAN).