

Ficha de Valorización de Resultados

75

GESTIÓN

Modelo de Gestión para la Agricultura Familiar Campesina

Proyectos de Innovación en la Región de La Araucanía

Desde la década de los 80, el sector agrícola chileno ha venido consolidando una exitosa estrategia de desarrollo, fundada en la apertura de la economía al exterior y en el ordenamiento de la actividad productiva, sobre la base de sus ventajas comparativas y el desarrollo de ventajas competitivas.

En este escenario, la agricultura familiar campesina enfrenta el desafío de insertarse en un sistema económico cada vez más globalizado y competitivo, y en el caso de las comunidades mapuches, el reto es mantener la coherencia con los valores propios de su cultura.

En este contexto, la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), llevó a cabo cuatro proyectos precursores, a partir de cuyos resultados es posible extraer una estrategia de gestión. Ella permite que las comunidades indígenas y familias campesinas, en general, se inserten y sean partícipes del desarrollo económico del país, aprovechando sus propios recursos y cultura, para generar productos que puedan ser comercializados en nichos de mercados que valoren los productos artesanales, con identidad local y producidos bajo un protocolo de respeto al medio ambiente, su cultura y buenas prácticas agrícolas.



Esta ficha resume los resultados y lecciones aprendidas de estos proyectos, expuestos en detalle en el libro correspondiente de la serie



Modelo de Gestión para la Agricultura Familiar Campesina

Proyectos de Innovación en la Región de la Araucanía

| | |
|---|--|
| Origen | <p>Este documento fue elaborado a partir de las experiencias y resultados obtenidos de la realización de cuatro proyectos financiados por FIA, en la Región de la Araucanía, en asociación con organizaciones locales de campesinos, en su mayoría mapuches. Los proyectos precursores fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Cadena de Desarrollo de la Corporación Kom Kelluhayin: Producción-Transformación- Certificación”, llevado a cabo por la Fundación San Cristóbal en asociación con la Corporación Kom Kelluhayin y el Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS), durante los años 2004 y 2005; • “Consolidación Proyecto Chapen, fase comercialización formal diferenciada”, desarrollado entre junio de 2006 y marzo de 2007, por la misma Corporación Kon Kelluhayin y que consistió en una continuación del proyecto anterior; • “Desarrollo y adaptación de una propuesta de manejo agronómico orgánico para el escalamiento productivo de la quinoa (<i>Chenopodium quinoa</i> Willd), para las zonas de valle central y secano interior de la Novena Región”, realizado por el Centro de Educación y Tecnología (CET), durante los años 1999 y 2003; y • “Consolidación territorial de un modelo de sello campesino de calidad para la producción y comercialización de la Kinwa Mapuche como alimento baluarte de la región de la Araucanía en el sur de Chile”, ejecutado por el Centro de Educación y Tecnología para el Desarrollo del Sur (CETSUR), durante los años 2005 y 2008, en asociación con la Asociación Mapuche Nankuchew de Lumaco y la Corporación Kom Kelluhayin. |
| Propósito | <p>El modelo de gestión que surge de los proyectos precursores tiene como objetivo establecer un proceso que permita a las familias campesinas insertarse y ser partícipes del desarrollo económico del país, aprovechando sus propios recursos y cultura. De ese modo, generar productos que puedan ser comercializados en nichos de mercados que valoren los productos artesanales, con identidad local y elaborados bajo un protocolo de respeto al medio ambiente, su cultura y buenas prácticas agrícolas.</p> |
| Forma operativa | <p>El modelo de gestión aprendido considera la participación de pequeñas unidades productivas, que se caracterizan por una tradición productiva, con raíces culturales profundas y capaces de ejercer control a lo largo de todo el proceso y constituir una identidad colectiva, cuya articulación y asociación, en función de objetivos comunes, les permite insertarse de mejor forma en el mercado. Reconoce que los aspectos determinantes en el éxito económico y sostenibilidad de las familias campesinas, corresponden más bien a aquellos de carácter cultural, organizacional e institucional, que a los de orden tecnológico y financiero, privilegiando es este último caso, la simplicidad y seguridad por sobre la complejidad y el riesgo.</p> <p>En este enfoque se da importancia a los mercados locales, no sólo como espacios de demanda, sino como un espacio relevante para favorecer el desarrollo de redes productivas territoriales, capaces de generar valor agregado sobre las competencias, conocimientos y aprendizaje de los actores locales. También pone énfasis en considerar la venta de los productos en nichos de mercado como el turismo o tiendas de comercio justo o solidario. Esto es especialmente importante en el caso de la Región de la Araucanía, que exhibe un alto movimiento turístico, en particular, en la zona cordillerana y lacustre, que podría constituir un potencial nicho de mercado dinámico, ya sea por demanda de alimentos o souvenirs.</p> |
| Estrategia de implementación | <p>Ver Figura 1.</p> |
| Claves de la viabilidad del modelo | <p>Se han distinguido cinco aspectos fundamentales sobre los cuales se basa la viabilidad del modelo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La existencia de un potencial productivo natural, que sea posible de ser explotado por organizaciones de agricultura familiar campesina. Las perspectivas de mercado de los productos que se pueden generar, dependerá también de la capacidad de los agricultores de incorporar, en su proceso productivo, elementos diferenciadores que agreguen exclusividad al producto. El modelo releva el rescate de las tradiciones, la utilización de técnicas y prácticas ancestrales y naturales, que garanticen la inocuidad de los productos y la conservación de la biodiversidad local, entre otros. • Existencia de un mercado comprador que valora la producción limpia y aumenta su interés por productos con origen, tradición e identidad local. Asimismo, es importante explorar dicho mercado y conocer sus demandas específicas, identificar eventuales clientes y tener la capacidad (volumen de producción y calidad) para establecer relaciones comerciales de largo plazo. Para ello, es fundamental disponer de las competencias comerciales y de gestión necesarias, ya sea capacitándose en los aspectos en que la organización es débil o contratando los servicios que la propia organización no es capaz de autogestionar. • Compromiso de los productores con la organización e identidad colectiva y cumplimiento de los protocolos de producción establecidos por la propia organización. • Apoyo de instituciones locales públicas y privadas, que sean capaces de orientar a las organizaciones campesinas en su gestión y apoyarlas para una adecuada implementación del modelo aprendido, |

| | |
|--------------------------------|--|
| | <p>principalmente en aspectos estratégicos, como organización, comercialización y gestión. Este apoyo se puede materializar como un “acompañamiento” a la organización, desde su formación, hasta que haya adquirido un grado de desarrollo tal, que les permita funcionar en forma independiente y requerir sólo asesorías puntuales, para ir mejorando su gestión. También se puede referir a la disponibilidad y acceso a instrumentos de fomento que faciliten la realización de inversiones o al apoyo de los gobiernos locales, orientados a difundir el trabajo realizado por estas organizaciones campesinas, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Duración del acompañamiento externo que recibe la organización. De acuerdo a las experiencias de los proyectos precursores, estas intervenciones deben ser de mediano a largo plazo, ya que el proceso de crecimiento gradual de este tipo de agrupaciones, así como la implementación del modelo de gestión, es lenta y debe ir siendo evaluada periódicamente, para poder adaptarse a las exigencias del mercado. No obstante, es importante tener en consideración que la duración es variable y depende, finalmente, de las capacidades y competencias que existan al interior de cada organización, así como de los aspectos organizacionales, de gestión o productivos que deba abordar. |
| <p>Valor del modelo</p> | <p>El modelo constituye una alternativa efectiva para que familias campesinas, indígenas o no, puedan integrarse en la economía y desarrollo del país, a través de la elaboración de productos artesanales que le agregan valor a los cultivos provenientes de sus sistemas productivos de autosubsistencia y su posterior venta bajo un sello de “producto campesino de calidad” o similar. Éste les permite acceder a nichos de mercados que valoran atributos como la identidad local, la producción bajo estándares de buenas prácticas agrícolas, respetuosas con el medio ambiente y el rescate de tradiciones y biodiversidad local. También es una herramienta que contribuye a revalorar y fortalecer la identidad y diversidad cultural de las organizaciones que la apliquen y de su territorio.</p> <p>Por su parte, la certificación de los productos bajo un sello de calidad autogestionado, constituye un paso importante para avanzar desde la situación actual de los sistemas productivos de las familias campesinas, hacia sistemas más exigentes y complejos como el de la producción orgánica o de denominación de origen. Así, estas familias pueden enfrentar la globalización, a partir de su propia riqueza cultural y recursos naturales, orientando su producción hacia lo que determine la demanda nacional e internacional.</p> <p>Además, el modelo de gestión releva la importancia de los mercados locales como instancias al alcance de los pequeños agricultores, donde pueden comercializar sus productos, en lo posible en forma directa a los consumidores finales, ya sea a través de ferias locales, fiestas costumbristas, tiendas que propician los principios del “comercio justo” o directamente en hoteles y restaurantes de la zona.</p> |

FIGURA 1. Estrategia implementada para la construcción de un modelo de sello de calidad para agricultores familiares o campesinos

| ETAPAS | METODOLOGÍA | OBJETIVOS | RESULTADOS |
|--|---|---|---|
| 1. Dilucidar principios y valores de la organización y de los agricultores que la componen | Desarrollo de un marco conceptual. Revisión de experiencias similares . | Tomar la decisión de adoptar o crear un modelo con pertinencia a la realidad local | Acuerdo y desarrollo de la idea / oposición a la iniciativa. |
| 2. Identificación de principios y valores técnicos productivos, asignación de indicadores. | Deliberación amplia, talleres grupales, asambleas plenas, acuerdos colectivos | Construcción participativa de protocolos, diseño preliminar de actas de revisión | Evaluación de protocolos preliminares, ajustes necesarios |
| 3. Fortalecimiento organizacional, asesoría técnica especializada | Talleres de aprendizaje para conocer criterios técnicos | Decidir conexión con organismos externos, sean técnicos y/o políticos | Intercambios de experiencias, autoevaluación y monitoreo |
| 4. Extensión de redes, trabajo colectivo con organismos e instituciones externas | Fortalecimiento interno, compromiso ético y deliberaciones externas | Construcción de proceso más amplio, fortalecimiento entre organizaciones e interinstitucional | Trabajo en red, diálogo con otras instituciones, control social del proceso |

Fuente: Proyecto precursor “Cadena de desarrollo de la Corporación Kom Kelluhayin: Producción-Transformación-Certificación”, Agosto 2003.