CONCEPTOS Y TÉRMINOS SOBRE AGREGACIÓN DE VALOR Y VINCULACIÓN DE LA AGRICULTURA FAMILIAR CON LOS MERCADOS

IICA

CONCEPTOS Y TÉRMINOS SOBRE AGREGACIÓN DE VALOR Y VINCULACIÓN DE LA AGRICULTURA FAMILIAR CON LOS MERCADOS

PRIMERA EDICIÓN

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), 2025

Conceptos y términos sobre agregación de valor y vinculación de la agricultura familiar con los mercados
por IICA se encuentra publicado bajo
Licencia Creative Commons Reconocimiento-Compartir
igual 4.0 IGO (CC-BY-SA 4.0 IGO)
(http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/igo/)
Creado a partir de la obra en www.iica.int

El Instituto promueve el uso justo de este documento, así como el tratamiento de los datos personales, de acuerdo con la normativa del IICA vigente. Se solicita que sea citado apropiadamente cuando corresponda y que se garantice el derecho de toda persona a la protección de sus datos personales, según la normativa del IICA.

Esta publicación está disponible en formato electrónico (PDF) en el sitio web institucional en https://repositorio.iica.int/

Coordinación editorial: Mario León
Corrección de estilo: Unidad de Idiomas IICA
Diagramación y Diseño de portada: Noelia Rojas

Citación sugerida Normas IICA/ CATIE:
Riveros, H.; Jaramillo, C.L. 2025. Conceptos y términos sobre agregación de valor y vinculación de la agricultura familiar con los mercad (en línea). Asunción, Paraguay, IICA. 66 p.

Conceptos y términos sobre agregación de valor y vinculación de la agricultura familiar con los mercados/ Hernando Riveros y Carmen Lucia Jaramillo-
San José, Costa Rica: IICA, 2025, 68 p.; 21 x 16 cm.

ISBN: 978-92-9273-172-4

1. Agricultura familiar 2. Cadena de valor 3. MIPYMES
4. Mercado I. IICA III. Título

AGRIS
E70

DEWEY
338.13

Agradecimientos a quienes colaboraron con la elaboración del documento: Fátima Almada, Joaquín Arias, Marvin Blanco, Hugo Chavarría, Jaime Flores y Loida López

CONTENIDO

Índice de tablas 8

Presentación 9

1. Enfoques integrales que facilitan el análisis del vínculo entre la producción y el consumo en el sistema agroalimentario 11

1.1. Cadena agroproductiva 11
1.2. Cadena agroalimentaria 12
1.3. Cadena de valor 12
1.4. Costos de transacción (concepto relacionado) 12

2. El enfoque territorial del desarrollo rural 15

2.1. Territorio 15
2.2. Territorio rural 15
2.3. Cohesión social 15
2.4. Cohesión territorial 15
2.5. Competitividad territorial 16
2.6. Canasta de bienes y servicios del territorio 16
2.7. Conglomerado o agrupamiento productivo 16
2.8. Bienes y servicios públicos rurales 16
2.9. Infraestructura rural 16
2.10. Desarrollo productivo territorial 16
2.11. Innovación local 17
2.12. Ordenamiento productivo agropecuario 17
2.13. Ordenamiento territorial 17
2.14. Sistema Agroalimentario Localizado (SIAL) 17

3. El enfoque de la bioeconomía 19

3.1. Biodiversidad 19
3.2. Servicios ecosistémicos 19
3.3. Bioma 19
3.4. Bioeconomía 19
3.4.1. Senderos de aprovechamiento de la bioeconomía 20
3.4.2. Bioeconomía y conocimientos ancestrales 21
3.4.3. Aprovechamiento de desechos y valorización de sub-productos 21
3.4.4. Gestión de residuos 21
3.4.5. Biotecnología: bioproductos y bioservicios 21
3.4.6. Biocombustibles y derivados 21
3.4.7. Biomasa 22
3.5. Economía verde 22
3.6. Economía circular 22

4. Agricultura familiar 25

4.1. Agricultura familiar, campesina e indígena (Bolivia). En este país 25
4.2. Agricultura familiar, campesina e indígena (Argentina) 25
4.3. Agricultura familiar campesina (Ecuador) 25

4.4. Agricultura campesina familiar y comunitaria (Colombia) 25
4.5. Agricultura familiar (Honduras) 26
4.6. Agricultura familiar (Guatemala) 26
4.7. Agricultura familiar y vinculación con los mercados 26
4.7.1. Agricultura familiar de subsistencia, descapitalizada o periférica 26
4.7.2. Agricultura familiar consolidada o excedentaria, comercial o capitalizada 26
4.7.3. Agricultura familiar en transición, intermedia o especializada 27
4.7.4. Políticas públicas para la agricultura familiar 27

5. Agregación de valor en el sistema agroalimentario 29

5.1. Valor 29
5.1.1. Valor económico 30
5.2. A qué cosas se puede agregar valor 30
5.2.1. Agregación de valor a la unidad agropecuaria 30
5.2.2. Agregación de valor al producto o proceso 30
5.2.3. Agregación de valor en el origen 30
5.2.4. Valor compartido 30

6. Estrategias y mecanismos para la agregación de valor a los productos y servicios de la agricultura familiar 33

6.1. Acciones que permiten la transformación y conservación de productos a través de procesos agroindustriales 33
• Agroindustria alimentaria. 33
• Agroindustria no alimentaria 33
• Agroindustria rural 33
6.1.1. Procesos básicos y prácticas aplicados en la agroindustria 34
• Conservación de alimentos 34
• Transformación de alimentos 34
• Trazabilidad 34
6.2. Acciones que permiten la valorización y la diferenciación de productos a partir de atributos intangibles 34
6.2.1. Diferenciación por la calidad 34
6.2.2. Atributos de calidad 34
6.2.3. Elementos que permiten la valorización y diferenciación 34
• El origen geográfico de la materia prima 34
• El método de producción o elaboración 34
• La relevancia que revisten en la actividad empresarial as- 34
pectos específicos 34
• Las cualidades intangibles de los productos 34
• Los signos distintivos 34
•La marca. 34
-La marca colectiva 35
-Los sellos distintivos de la agricultura familiar (campesina, 35
comunitaria, solidaria o indígena), que 35
- La certificación 35
- Los sistemas participativos de garantías o certificación aso- 35
ciativa
6.3. Acciones que permiten la generación de una oferta turística diferenciada 35
6.3.1. El turismo de base local 35
6.3.2. El turismo rural 35
• El agrobioturismo 35

6.4. La reducción de pérdidas en el proceso productivo y poscosecha como elemento diferenciador de la oferta de alimentos 36
6.4.1. La distribución de las pérdidas de alimentos 36
6.4.2. Efecto en los recursos naturales 36
6.4.3. Efecto en las emisiones de gases de efecto invernadero 36
6.4.4. Beneficios de la reducción de la pérdida de alimentos. 36
6.5. La ecointensificación o intensificación sostenible como elemento diferenciador de una oferta de productos y servicios de los sistemas agroalimentarios sostenibles 37

7. Mercados, comercialización y vinculación con los mercados 39

7.1. Mercado agropecuario 39
7.2. Mercados institucionales 39
7.3. Mercados mayoristas 39
7.4. Mercados minoristas 40
7.7. Inteligencia de mercados 40
7.8. Circuitos, esquemas y estrategias 40
7.8.1 Circuitos cortos de comercialización 40
• Agricultura sostenida por la comunidad. 41
• Bolsas, cestas o canastas 41
• Mercados campesinos y comunitarios, ferias del agricultor o de productores o ferias francas 41
7.8.2 Encadenamientos comerciales a cadenas de valor con productos diferenciados 41
• Alianzas productivas 41
• Comercio justo 41
• Negocios inclusivos o de base de la pirámide 41
• Negocios verdes y sostenibles 42
• Encadenamientos comerciales con productos convencionales 42
• Programas de desarrollo de proveedores y similres 42

8. Asociatividad y cooperativismo 45

8.1. Asociación 45
8.2. Cooperativa 45
8.3. Clasificación de las asociaciones según su alcance y objetivo general 45
• Las asociaciones no reivindicativas sociales o de servicios 45
• Las asociaciones no reivindicativas económicas 46
• Las asociaciones reivindicativas son 46
8.4. Clasificación de las organizaciones de acuerdo con el destino de los excedentes económicos de su actividad 46
• Asociaciones con ánimo de lucro 46
• Asociaciones sin ánimo de lucro 46
• Cooperativas 46
• Fundaciones 46
• Mutuales 46
8.5. Clasificación de las organizaciones según su integración con otras 46
8.5.1. Integración horizontal 46
• Organizaciones de segundo grado 46
• Integración contractual 47
8.5.2. Integración vertical 47
• Agricultura por contrato 47
• Maquila 47
• Alianza estratégica 47
• Alianza productiva 47

• Empresa conjunta (joint venture) 48
• Integración de múltiples actores 48
-Agrupación (cluster) 48
-Organización de cadena 48

9. Empresarialidad 51

9.1. Empresa 51
9.2. Emprendimiento 51
9.3. Economía social y solidaria 51
9.4. Micro, pequeña y mediana empresa rural 52
9.5. Competitividad empresarial o privada 52
9.6. Gestión empresarial 52
9.7. Plan de negocios 52
9.8. Gestión de la información 52
9.9. Gestión de riesgos en las pymes 52
9.10. Gestión del conocimiento 53
9.11. Sociedad comercial 53
9.12. Actor (stakeholder) 53

10. Institucionalidad, instrumentos de política y gestión pública 55

10.1. Instrumento de política 55
10.2. Marco de políticas 55
10.3. Políticas públicas 56
10.4. Política subnacional 56
10.5. Programa 56
10.6. Proyecto 56
10.7. Alianza público-privada 56
10.8. Gestión del riesgo 56

REFERENCIAS 59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Senderos de aprovechamiento de la bioeconomía 20

PRESENTACIÓN

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) ha venido impulsando la Alianza Continental para la Seguridad Alimentaria y el Desarrollo Sostenible en las Américas, como parte de la implementación de su Plan de Mediano Plazo 2022-2026. La misma apunta a impulsar acciones colectivas de los países de la región para promover e implementar una nueva generación de políticas y fortalecer capacidades que permitan lograr una agricultura y sistemas agroalimentarios más resilientes, inclusivos, sostenibles, rentables y competitivos.

En ese contexto, en el año 2024, el IICA inició la Acción Colectiva "Valor en Origen y vinculación sostenible de la Agricultura Familiar a mercados dinámicos" con el liderazgo del Programa de Agricultura Familiar y Desarrollo Territorial, junto con el Programa de Innovación y Bioeconomía y del Observatorio de Políticas Públicas de Sistemas Agoralimentarios OPSAa https://opsaa.iica.int/, promoviendo alianzas público-privadas, políticas e instituciones, así como innovaciones que impulsen el valor en origen y su contribución al desarrollo sostenible en los sistemas agroalimentarios.

Como parte del avance en dicha Acción Colectiva, fue diseñado el presente compendio de conceptos y términos sobre agregación de valor y vinculación de la agricultura familiar con los mercados, organizado y presentado para facilitar el acceso a una amplia información disponible a ese respecto, siguiendo un orden lógico de construcción.

Este documento tiene por objetivo organizar y resumir la amplia información disponible y los conceptos relacionados con este tema. El mismo, no busca ser conclusivo, más bien ofrecer la posibilidad de orientar el conocimiento, enriquecerlo con nuevos aportes conceptuales y orientar procesos de diálogo y reflexión sobre la temática.

Se ha estructurado en diez grandes capítulos o apartados, donde se abordan temas que responden a enfoques y visiones sobre los que no existe un consenso único. Algunos términos se presentan con definiciones cerradas, mientras que otros incluyen varias interpretaciones. En línea con el espíritu de la acción colectiva, este documento está concebido para ser revisado y adaptado continuamente, con el fin de hacerlo más inclusivo y plural.

Además, algunos de los términos presentan múltiples significados y pueden variar entre países e instituciones. Las denominaciones adoptadas son las convencionales, por lo que suelen utilizarse en toda la región.

Este compendio presenta una visión general del contexto en el que se desarrolla la agricultura familiar y los medios de vida de sus actores (las cadenas productivas, los territorios y el enfoque de la bioeconomía). Asimismo, se abordan temas relativos a la vinculación con los mercados y el valor agregado, así como estrategias y mecanismos que facilitan su implementación. Posteriormente, se tratan temas como la asociatividad y la empresarialidad y, finalmente, se incluyen conceptos con respecto al entorno institucional y los instrumentos de política.

1. ENFOQUES INTEGRALES QUE FACILITAN EL ANÁLISIS DEL VÍNCULO ENTRE LA PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO EN EL SISTEMA AGROALIMENTARIO

Para los agricultores familiares que han superado el nivel de subsistencia, que cada vez representan una proporción mayor del total y cuyas organizaciones se establecen con una orientación no siempre exclusiva hacia los mercados, así como para los demás actores que conforman este tipo de sistema agroalimentario, resulta valioso entender el alcance de conceptos y términos como los de cadena agroproductiva y sus derivados. A efectos de este compendio, se reseñan los siguientes:

1.1. Cadena agroproductiva

Este término se refiere a: a) la interpretación de una realidad socioeconómica, no necesariamente lineal ni equitativa; b) la forma de entender las relaciones formales o informales entre los actores de los sectores rural y urbano; y c) un desarrollo institucional para la planificación, el diálogo y la gestión de políticas o de contratos sociales entre el Gobierno, el sector privado y la sociedad civil (García-Winder et al. 2009).

Otras definiciones

Sistema que articula los agentes económicos interrelacionados por el mercado, que participan en un mismo proceso productivo, desde la provisión de insumos, la producción, la conservación, la transformación, la industrialización y la comercialización hasta el consumo final de un determinado producto agrícola o pecuario (Alvarez, Riveros, & Rojas, 2005).

Sistema que agrupa actores económicos y sociales interrelacionados que participan articuladamente en actividades que agregan valor a un bien o servicio, desde su producción hasta que llega a los consumidores, incluidos los proveedores de insumos y servicios, transformación, industrialización, transporte, logística y otros servicios de apoyo, como el de financiamiento (García, y otros, 2009).

Descripción de los eslabones y de sus actores, así como de las transacciones que se llevan a cabo a lo largo de la cadena. También se puede concebir como un factor que permite identificar y cuantificar cómo y cuándo se crea el valor de un producto en la cadena (Jasen & Torero, 2006).

1.2. Cadena agroalimentaria

Sistema que articula los agentes económicos interrelacionados por el mercado que participan en un mismo proceso productivo, desde la provisión de insumos, hasta el consumo final de un determinado alimento o grupo de alimentos. Se puede clasificar en dos grandes categorías: la de los productos agropecuarios destinados principalmente a la alimentación y la correspondiente a productos agropecuarios que pasan por procesos de manufactura diferentes de los de la industria de alimentos y bebidas.

1.3. Cadena de valor

Concepto frecuentemente empleado como sinónimo de cadena agroproductiva y que suele referirse a cómo un conjunto de actores se relaciona en función de un producto específico para agregarle valor en los diferentes eslabones, desde su etapa de producción hasta el consumo, incluidos los de comercialización, mercado y distribución (Acosta 2006, citado en Peña, Nieto, & Díaz, 2008).

Otras definiciones

Conjunto de actores (privados, públicos y proveedores de servicios) y secuencia de actividades de agregación de valor que suponen llevar una materia prima desde su origen hasta el consumidor. Cuando se trata de una cadena agroalimentaria, se puede considerar como un conjunto de procesos y flujos que van desde la finca hasta la mesa (FAO - AGROVOC, s.f.).

Cadenas orientadas por la demanda que abarcan productos, relaciones de coordinación, reglas de juego claramente definidas para su gestión, rentas más elevadas en los mercados y una estrecha interdependencia entre actores (Holmlund & Fulton, 1999).

1.4. Costos de transacción (concepto relacionado)

Costos asociados directamente con el establecimiento de acuerdos formales e informales entre los actores de una transacción comercial. Representan los costos de tomar decisiones en la planificación e implementación de acuerdos comerciales derivados de la falta de confianza o claridad entre las partes. En ellos se manifiestan el conocimiento entre las partes, los desequilibrios en la negociación, la seguridad del entorno y las fluctuaciones de los mercados, entre otras cuestiones. Pueden ser anteriores o posteriores al intercambio, así como secuenciales o no. Incluyen costos de información comercial, negociación comercial, seguros, garantías e intervención de árbitros en caso de diferencias (Barbero, 2006).

2. EL ENFOQUE TERRITORIAL DEL DESARROLLO RURAL

Perspectiva que propone valorizar la base de los recursos naturales en la determinación de la estructura económica de un territorio. Esto implica transitar hacia una economía rural que implica más actividades que la economía agrícola, ya que incorpora la gestión ambiental y el desarrollo de servicios ambientales. Asimismo, establece relaciones con los recursos humanos, la institucionalidad y el desarrollo productivo, dado que es antecedida por el desarrollo de capacidades sociales, culturales y políticas. Conlleva un análisis multidimensional que interrelaciona lo económico, lo sociocultural, lo ambiental y lo político-institucional. Dentro de este enfoque se consideran conceptos como cohesión social, competitividad territorial y ordenamiento territorial, entre otros (Sepúlveda, Rodríguez, Echeverry, & Portilla, 2003).

2.1. Territorio

Espacio geográfico donde una persona, un grupo de personas o instituciones o el Estado ejercen control y dominio. Como producto social e histórico, el territorio puede ser de carácter urbano, rural, marítimo, insular o aéreo y está dotado de una determinada base de bienes naturales comunes, de ciertas formas de producción, consumo e intercambio, así como de bienes y servicios públicos y de una red de instituciones y formas de organización que se encargan de darle cohesión a la totalidad de sus elementos constitutivos (Massiris, 2012; PNUD, 2011, citado en Massiris Cabeza - UPRA, 2018).

2.2. Territorio rural

Territorio ligado principalmente al uso y manejo de bienes naturales comunes continentales y marítimo-costeros, bajo determinadas formas de producción, patrones culturales y arreglos institucionales históricamente establecidos. Su población se encuentra dispersa o agrupada en núcleos poblacionales de baja densidad o puede carecer de población estable (Massiris Cabeza – UPRA, 2018).

2.3. Cohesión social

Capacidad de una sociedad y sus instituciones democráticas para fomentar relaciones sociales de igualdad y generar un sentido de pertenencia y una orientación hacia el bien común de una forma legítima para sus miembros. Dicha capacidad se refiere a la generación de tres expresiones específicas de la cohesión social: relaciones sociales de igualdad, sentido de pertenencia y orientación al bien (Maldonado, Marinho, Robles, & Tromben, 2022).

2.4. Cohesión territorial

Capacidad de un sistema territorial para garantizar las oportunidades para que cada unidad territorial alcance los umbrales de desarrollo expresados en su propio proyecto territorial. Se trata de un objetivo estratégico de integración de las políticas de desarrollo, que procura el crecimiento económico, la equidad social, la sostenibilidad am-

biental y la gobernanza política de la sociedad mediante un equilibrio armónico de los proyectos de desarrollo de cada una de las unidades espaciales que contemplan el sistema territorial espaciado (Buitelaar, Echeverri, Silva, & Riffo, 2015).

La falta de cohesión territorial se manifiesta en la existencia de desequilibrios o desigualdades en el desarrollo regional y local y urbano-rural, aspecto que se hace visible en las brechas o diferencias que se presentan en los territorios (Massiris Cabeza - UPRA, 2018).

2.5. Competitividad territorial

Territorio cuyos bienes y servicios públicos rurales favorecen la productividad de las empresas que disponen de externalidades positivas del entorno territorial donde se encuentran y que generan empleo para los habitantes locales, conservan el medio ambiente y mejoran las condiciones de vida de la población (Adaptado de Echeverri, 2005, citado por (Massiris Cabeza – UPRA, 2018).

2.6. Canasta de bienes y servicios del territorio

Concepto derivado de la noción de canasta de bienes que permite una valorización conjunta de los productos locales articulados a servicios (p. ej., turísticos) con base en su origen geográfico, los cuales generan diversos bienes y servicios para el consumidor, quien los combina a su gusto (García, y otros, 2009, elaborado a partir de Pecqueur, 2001).

2.7 Conglomerado o agrupamiento productivo

Zona geográfica especializada en la producción de uno o varios productos o servicios agropecuarios, con la presencia de empresas transformadoras o agroindustriales, comercializadoras, proveedoras de insumos e instituciones prestadoras de servicios, lo cual permite un adecuado manejo de escala y el establecimiento de mejores relaciones de comunicación e intercambio de información entre los distintos actores (Massiris Cabeza - UPRA, 2018).

2.8. Bienes y servicios públicos rurales

Bienes y servicios provistos por el Estado que son necesarios para el desarrollo social y productivo de los territorios rurales, entre ellos, los de educación, salud, agua potable, saneamiento básico, electrificación, vías, comunicaciones, vivienda, riego, drenaje, control de inundaciones, institucionalidad, conocimientos, tecnologías, oferta laboral y seguridad (Massiris Cabeza - UPRA, 2018).

2.9. Infraestructura rural

Servicios, vías, comunicaciones, equipo e instalaciones de los que dispone un territorio (FAO - AGROVOC, s.f.).

2.10. Desarrollo productivo territorial

Proceso que genera bienestar para la población de un área geográfica determinada a partir de sus recursos o capitales, la disponibilidad de conocimiento especializado, la eficiencia de las instituciones locales, las oportunidades en función de la ubicación geográfica del territorio, así como las interacciones entre los actores territoriales y entre estos y otros territorios. Dentro de los capitales se consideran los humanos, económicos, naturales, físicos o de infraestructura, sociales e institucionales (Lee y Delgadillo, 2018; PNUD; 2005), citado en (Dini, Oddone, & Rodríguez, 2024).

2.11. Innovación local

Apropiación colectiva de un conocimiento, una práctica o una herramienta por parte de actores que habitan un espacio geográfico específico. En este sentido, la innovación se genera no solo en el plano tecnológico, sino también en aspectos organizativos de empresas o emprendimientos privados y de la administración pública, así como en los ámbitos culturales y las estructuras sociales e institucionales. La capacidad de innovación local depende del capital social de un territorio, por lo que se requiere impulsar mecanismos que faciliten el diálogo, la interacción, la coordinación y la creación de redes de confianza y de cooperación entre diferentes actores (Dini, Oddone, & Rodríguez, 2024).

2.12. Ordenamiento productivo agropecuario

Proceso participativo de planificación multisectorial cuyo fin es contribuir al uso sostenible de los bienes naturales comunes del territorio para mejorar la productividad agropecuaria, la seguridad alimentaria y la competitividad, bajo principios de responsabilidad social y sostenibilidad ambiental (Massiris Cabeza - UPRA, 2018).

2.13. Ordenamiento territorial

Conjunto de acciones político-administrativas y de planificación concertadas, y emprendidas por los gobiernos subnacionales para disponer de instrumentos que orienten la utilización, transformación y ocupación del territorio bajo su jurisdicción, de acuerdo con estrategias de desarrollo socioeconómico en armonía con el medio ambiente y tradiciones históricas y culturales (Adaptado de Massiris Cabeza - UPRA, 2018 en referencia a la Ley 388 de 1997 de Colombia).

2.14. Sistema Agroalimentario Localizado (SIAL)

Forma de organización agroalimentaria en una escala espacial dada que resulta de la combinación de los productos, las personas, sus instituciones, su saber-hacer, sus comportamientos alimentarios y sus redes de relaciones (Muchnik & Sautier, 1998).

Otras definiciones

Sistemas de un territorio específico constituidos por organizaciones de producción y de servicios asociadas (unidades agrícolas, empresas agroalimentarias, empresas comerciales y restaurantes).

Proceso de creación de un espacio territorial, derivado de las relaciones de actores que comparten intereses comunes ligados al sector agroalimentario rural (Boucher 2012). Como parte del desarrollo de este concepto se acuñó el término **activación de un SIAL,** que se refiere a la capacidad para movilizar de manera colectiva recursos específicos a fin de mejorar la competitividad de las agroindustrias rurales (Boucher, 2004).

3. EL ENFOQUE DE LA BIOECONOMÍA

De acuerdo con la Comisión Europea citada por IICA (2024), la bioeconomía es un planteamiento de desarrollo que se incorporó en la realidad económica global de distintas sociedades y que, al principio, estaba dirigido a emplear los beneficios sociales y económicos derivados de un aprovechamiento más eficiente y sostenible de los recursos y principios biológicos, por medio de las oportunidades que ofrece la innovación asociada a las nuevas tecnologías. Más recientemente, el abordaje de la bioeconomía ha evolucionado hacia una visión más amplia y ambiciosa del desarrollo, necesaria para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible en 2030 y fomentar el desarrollo económico y social (IICA, 2024).

3.1. Biodiversidad

Diversidad biológica que comprende toda la variedad de formas de vida. Comprende de los organismos vivos de cualquier fuente, incluidos, entre otros, los ecosistemas terrestres y marinos y otros ecosistemas acuáticos y los complejos ecológicos de los que forman parte. Abarca la diversidad dentro de cada especie, entre las especies y de los ecosistemas (ONU, 1992).

3.2. Servicios ecosistémicos

Beneficios de la biodiversidad y los ecosistemas a la sociedad, los cuales permiten mejorar la salud, la economía, la seguridad alimentaria y la calidad de vida de las personas. Se clasifican en servicios: a) de aprovisionamiento de bienes como madera, agua y alimentos; b) de regulación, como los referentes al clima y el ciclo del agua, el control de la erosión del suelo y la polinización, entre otros; c) culturales, para el disfrute del tiempo libre y otros aspectos generales; y d) de soporte, como los relativos a la biodiversidad y los procesos naturales del ecosistema que son la base del funcionamiento de los anteriores. Más recientemente se les ha denominado "contribuciones de la naturaleza a las personas" (IICA, 2024).

3.3. Bioma

Conjunto de ecosistemas que comparten características como el clima, la vegetación y la fauna. Pueden ser terrestres o acuáticos. Para clasificar los biomas terrestres se tienen en cuenta condiciones como la posición geográfica, la temperatura y la precipitación. Reciben su respectivo nombre de acuerdo con la vegetación predominante (desierto, sabana, selva). Los biomas acuáticos se clasifican en función de su salinidad, luz, temperatura, pH, oleaje y corrientes. Reciben su nombre según el organismo más abundante en ellos (arrecife de coral, banco de mejillones) (WWF, 2018).

3.4. Bioeconomía

Producción, utilización y conservación de los recursos biológicos, incluidos los conocimientos, la ciencia, la tecnología y la innovación relacionados con ellos, para proporcionar información, productos, procesos y servicios en todos los sectores económicos, con el propósito de avanzar hacia una economía sostenible (IAC, 2018 citado por IICA, 2024).

En términos operativos, se puede concebir como un enfoque técnico-productivo que parte del aprovechamiento de los nuevos avances técnico-científicos, así como de la convergencia entre la biología, la química, las ingenierías, la física, las tecnologías de la información y de la comunicación y la inteligencia artificial para valorizar al máximo la biomasa y los principios biológicos en la producción de nuevos bioproductos y bioservicios, destinados no solo a la industria agrícola y alimentaria, sino también a otras industrias de alto valor agregado y con crecimientos acelerados en los mercados nacionales e internacionales (IICA, 2024).

3.4.1. Senderos de aprovechamiento de la bioeconomía

No existe una única forma de implementar o aprovechar la bioeconomía. Cada país, territorio o cadena implementa la bioeconomía de acuerdo con sus objetivos de desarrollo, recursos biológicos, capacidades técnico-científicas, posibilidades industriales y demandas de los mercados, entre otros. Por lo tanto, existen diferentes senderos para aprovechar la bioeconomía y la ruta dependerá de los factores mencionados y del uso que los agentes hagan de ellos (aprovechamiento de residuos/desperdicios, brechas de productividad, uso de recursos fósiles y posibilidad de sustituirlos, estado actual de las tecnologías, aprovechamiento de la biodiversidad, entre otros) (IICA, 2024).

Tabla 1. Senderos de aprovechamiento de la bioeconomía

Senderos	Definición	Prácticas del sendero (ejemplos)
Bioproductos y bioservicios derivados de la biodiversidad local	• Práctica de la biotecnología dirigidas a descubrir rasgos funcionales de la biodiversidad relacionados con nuevos aprovechamientos, para el posterior desarrollo de bioproductor y bioservicios.	• Descubrimiento y domesticación de la biodiversidad local. • Transformación de la biodiversidad local en productos de alto valor agregado. • Aprovechamiento de los recursos genéticos. • Extracción de microorganismos y principios activos para la generación de bioinsumos.
Ecointensificación	• Estrategias de producción orientadas a producir más en una misma superficie o con una misma cantidad de insumos, a fin de mejorar los rendimientos y conservar todos los recursos naturales (agua, suelo, etc.)	• Prácticas de labranza cero o mínima. • Tecnología limpias. • Manejo integrado de plagas. • Producción ecológica.
Aplicación de la biotecnología	• Prácticas que incorporan todos aquellos productos o procesos que utilizan sistemas biologicos y organismos vivos o sus derivados para crear o modificar productos o procesos con usos específicos.	• Biotecnología vegetal • Biotecnología animal • Aplicaciones biotecnologías en la salud humana • Biotecnología ambiental • Aplicaciones industriales • Desarrollo y consolidación de la bioinformática.
Biocombustible y derivados	• Combustibles en estado sólidos, líquido o gaseoso de origen biológico que complementan y sustituyen los de origen fósil.	• Biocombustibles • Coproductos derivados (alimentos balanceados, glicerina, fertilizantes).
Biorrefinerías no energéticas (bioinsumos y bioproductos)	• Sistema integrado y sostenible de aprovechamiento de la biomasa en el que se procesan múltiples bioinsumos y bioproductos (excepto los energéticos).	• Bioproductos químicos • Biomateriales • Productos para la alimentación humana y animal • Bioinsumos
Servicios ecosistémicos	• Beneficios de la biodiversidad y los ecosistemas a la sociedad, la salud, la economía, la seguridad alimentaria y la calidad de vida de las personas.	• Servicios de apoyo • Servicios de aprovisionamento • Servicios de regulación • Servicios culturales
Incremento de la eficiencia de las cadenas de valor	• Prácticas que incrementan la eficiencia y la sostenibilidad ambientales en el aprovechamiento de los recursos y principios biológicos en todos los eslabones y procesos de las cadenas agroindustriales de valor.	• Reducción de pérdidas agroalimentarias en la cadena. • Aprovechamiento de los desechos . • Uso eficiente del agua y la energía.

Fuente: (IICA, 2024, pág. 7)

Algunos de estos senderos tienen un fuerte arraigo en la agricultura familiar como una forma de agregación de valor a sus productos y de aprovechamiento de los recursos biológicos disponibles en el territorio, p. ej., las prácticas de labranza mínima, la producción ecológica, el de los desechos y la producción de bioinsumos. Estos temas se amplían en el numeral 6 en el siguiente enlace: Estrategias y mecanismos para la agregación de valor a los productos y servicios de la agricultura familiar.

3.4.2 Bioeconomía y conocimientos ancestrales

Aunque el concepto de bioeconomía no es usualmente manejado por los pueblos indígenas en sus narrativas, es un hecho que sus actividades productivas, no solo las de subsistencia, sino también las orientadas a la comercialización, dependen de una estrecha interacción con su entorno natural, en la que sus conocimientos ancestrales son fundamentales. Cultivan, gestionan y venden sus productos a través de técnicas que garantizan el equilibrio ecosistémico y la sostenibilidad de los recursos. Debido a ello se puede hablar de una bioeconomía indígena, basada en el conocimiento ancestral y en técnicas sociales (Amazon Concertation, 2024).

En consecuencia, los conocimientos ancestrales pueden ser considerados como parte de la bioeconomía, ya que parten de la utilización de los recursos biológicos (plantas, animales y microorganismos en la elaboración de medicinas, bebidas y alimentos), favorecen la conservación de la biodiversidad y el uso sostenible de los recursos naturales y pueden constituir la base de ingresos económicos.

3.4.3. Aprovechamiento de desechos y valorización de subproductos

Estrategia orientada a: a) utilizar desechos y subproductos del sistema agroalimentario para mejorar la eficiencia de las operaciones productivas o agroindustriales y b) contribuir a solucionar o prever problemas ambientales (IICA, 2014b). En la actualidad existen formas de valorización de los subproductos agrícolas y forestales alternativas a las convencionales, entre ellas, su utilización en nuevas aplicaciones de compost, la obtención de nuevos aditivos naturales (antioxidantes, aminoácidos, biopesticidas, bioestimulantes, etc.) y la elaboración de nuevos biopolímeros, como almidones termoplásticos, alginatos, etc. (AIMPLAS, 2021).

3.4.4. Gestión de residuos

Manejo de las materias generadas en las actividades de producción y consumo que no alcanzan un valor económico en el contexto donde se producen. Para dicha gestión se puede establecer un plan de manejo integral que considere aspectos de producción, almacenamiento, transporte y disposición final. A fin de minimizar su impacto en el sector agropecuario, se recomienda: clasificarlos, diferenciando entre los de origen vegetal y los generados por los animales, así como reutilizarlos como fertilizantes (Fundación Global Nature y SIGFITO Agroenvases S.L., 2021).

3.4.5. Biotecnología: bioproductos y bioservicios

De acuerdo con el Convenio sobre la Diversidad Biológica, este concepto incluye todos aquellos productos o procesos que utilizan sistemas biológicos y organismos vivos o sus derivados para crear o modificar productos o procesos (ONU, 1992). Se aplica en los sectores agrícola, pecuario, médico, farmacéutico, industrial y ambiental. Las técnicas son múltiples, desde las generadas hace miles de años, hasta las tecnologías de punta, en las que se hace uso de genes que se expresan en bioproductos y bioservicios.

3.4.6. Biocombustibles y derivados

Combustibles que permiten complementar y sustituir aquellos de origen fósil y cuya producción se sustenta en el aprovechamiento de residuos, lo que incrementa la agregación de valor de la biomasa y ayuda a reducir pasivos ambientales correspondientes a tratamientos. Entre ellos se incluyen el biodiésel, el bioetanol y otros

tipos de biocombustibles, así como la bioelectricidad, el biogás, el bioabono, los granos destilados de alto contenido proteico, los aceites, la recuperación de CO2 biogénico y la glicerina, entre otros (IICA, 2024).

3.4.7. Biomasa

Fracción biodegradable de los productos, residuos y desechos de origen biológico procedentes de las actividades agrarias, incluidas las sustancias de origen vegetal y animal, de la silvicultura y de las industrias conexas, incluidas la pesca y la acuicultura, así como la fracción biodegradable de los residuos, incluidos los industriales y municipales de origen biológico (Directiva [UE] 2018/2001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2018), citado por (IICA, 2024).

3.5. Economía verde

Economía que incrementa el bienestar humano y la equidad social, mediante una reducción significativa de los riesgos ambientales y las escaseces ecológicas. Se trata de una herramienta baja en carbono, eficiente en materia de recursos y socialmente inclusiva para alcanzar el desarrollo sostenible ambiental, económico y social (PNUMA, s.f.).

3.6. Economía circular

Modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos todas las veces que sea posible para agregar valor, a fin de extender el ciclo de vida de los productos. En la práctica, implica reducir al mínimo los residuos. Cuando un producto llega al final de su vida, sus materiales se mantienen dentro de la economía siempre que sea posible por medio del reciclaje. Estos pueden ser utilizados productivamente una y otra vez, lo que genera un valor adicional (Parlamento Europeo, 2023).

4. AGRICULTURA FAMILIAR

Cuando se analizan las características que en distintos países se atribuyen a las personas agricultoras familiares, campesinas y pequeñas productoras, se halla al menos un punto común: "Son todos aquellos que viven en el medio rural y trabajan la tierra predominantemente con su familia" (IICA 2016b). En función de las diferentes realidades culturales, políticas y sociales de los países de las Américas, esta definición general ha sido precisada, complementada y asumida con distintas perspectivas. En Bolivia y Argentina el término oficial es "agricultura familiar, campesina e indígena"; en Ecuador, "agricultura familiar campesina"; en Colombia, "agricultura campesina, familiar y comunitaria"; y en la región centroamericana, "agricultura familiar".

4.1. Agricultura familiar, campesina e indígena (Bolivia)

En este país la agricultura familiar se caracteriza por la gran participación de la familia en la producción y dotación de alimentos a la población, con soberanía alimentaria y armonía con la madre tierra, de acuerdo con la Ley 338 de 2013 (Tito Velarde & Wanderley, 2021)

4.2. Agricultura familiar, campesina e indígena (Argentina)

En Argentina la persona agricultora familiar es quien lleva a cabo las actividades agrícolas, pecuarias, forestales, pesqueras y acuícolas en el medio rural. La producción, que está a cargo principalmente de la familia, que recibe aportes de sus miembros asalariados, constituye su ingreso principal, ya que esta es la propietaria de la totalidad o de parte de los medios de producción y reside en el campo o en una localidad próxima (Ley 27.118 de 2014) (Honorable Congreso de la Nación Argentina, 2015).

4.3. Agricultura familiar campesina (Ecuador)

Las familias se dedican a la agricultura, ganadería, recolección, acuacultura, agroforestería, silvicultura o una combinación de estas actividades. Tienen una cercanía cotidiana entre el territorio donde se encuentra la unidad productiva y la vivienda familiar (Ministerio de Agricultura y Ganadería de Ecuador, s.f.)

4.4. Agricultura campesina familiar y comunitaria (Colombia)

Este sistema de producción y organización es gestionado y operado por mujeres, hombres, familias y comunidades campesinas, indígenas, negras, afrodescendientes, raizales y palenqueras que conviven en los territorios rurales del país. Se desarrollan sobre todo actividades de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios agrícolas, pecuarios, pesqueros, acuícolas y silvícolas, a menudo complementadas con actividades no agropecuarias. Esta diversificación de actividades y medios de vida se realiza predominantemente a través de la gestión y el trabajo familiar, asociativo o comunitario, aunque también puede emplearse mano de obra contratada. El territorio y los actores que gestionan este sistema están estrechamente vinculados y coevolucionan, mediante una combinación de funciones económicas, sociales, ecológicas, políticas y culturales (MADR y ADR, 2017).

4.5. Agricultura familiar (Honduras)

La agricultura familiar es un medio de vida basado en actividades agropecuarias y otras afines, realizadas por las familias como su ocupación económica principal. En la producción y administración emplean sobre todo su propia mano de obra. Además, transmiten sus valores, prácticas y conocimientos a las siguientes generaciones y resguardan sus tradiciones e idiosincrasia familiar y territorial (Secretaría de Agricultura y Ganadería de Honduras, 2017).

4.6. Agricultura familiar (Guatemala)

En este país centroamericano la agricultura familiar es un sistema de producción agropecuaria gestionado por uno o varios miembros de la familia o por un grupo de familias, con potencial para promover sistemas alimentarios sostenibles, fortalecer la economía familiar y la seguridad alimentaria y nutricional. Se caracteriza por: a) la utilización de su producción para el autoconsumo o la venta; b) el desarrollo de sus actividades en tierras propias, arrendadas o en uso, con o sin seguridad jurídica; c) la contratación o no de mano de obra o servicios para la ejecución de actividades complementarias; d) el desarrollo de sus actividades productivas o comerciales de manera individual o colectiva; e) la transmisión de conocimientos, en la que se suelen conservar los valores tradicionales; y f) la aplicación de tecnología y buenas prácticas agrícolas para satisfacer la demanda del consumo familiar y del mercado, que comúnmente requiere mejoras para alcanzar una mayor productividad, sanidad agropecuaria, inocuidad y resiliencia y un uso más sostenible de los recursos naturales (Ministerio de Agricultura, Ganaderia y Alimentación de Guatemala, 2023).

4.7. Agricultura familiar y vinculación con los mercados

Históricamente, este enfoque se ha empleado para describir la agricultura familiar y, en especial, para diferenciar las actividades dentro de ella. En este sentido, se han establecido escalas en función de la proporción de la producción destinada a los mercados, las cuales varían con el tiempo. Al respecto, cabe retomar una manifestación del grupo de trabajo del Mecanismo de la Sociedad Civil, que ha seguido los debates y las negociaciones sobre vinculación de la producción a pequeña escala con los mercados en el Comité de Seguridad Alimentaria Mundial[1] : "Apenas existen productores a pequeña escala que sean agricultores de pura subsistencia, puesto que casi todos también producen alimentos para venderlos en los mercados" (Comité de Seguridad Alimentaria Mundial , s.f.).

4.7.1. Agricultura familiar de subsistencia, descapitalizada o periférica

Esta actividad está compuesta por predios en los que predomina la producción para el autoconsumo, que presentan una limitada inserción comercial y en que los recursos como la tierra, la tecnología y la renta monetaria resultan insuficientes para garantizar la reproducción de las familias (IICA, 2016b).

4.7.2. Agricultura familiar consolidada o excedentaria, comercial o capitalizada

Se trata de los predios familiares, campesinos, comunitarios o indígenas en que predomina la producción para el mercado. Disponen de recursos productivos y bienes de consumo suficientes para garantizar la reproducción de la familia y una producción que la ampliación de la escala y la acumulación (IICA, 2016b).

(1)Principal plataforma internacional, intergubernamental e incluyente de una amplia gama de actores comprometidos con el trabajo conjunto para eliminar el hambre y garantizar la seguridad alimentaria y nutricional en el mundo.

4.7.3. Agricultura familiar en transición, intermedia o especializada

Corresponde a aquellos predios con cierto acceso a recursos productivos, cuya producción se orienta hacia el autoconsumo y el mercado, pero que deben adoptar estrategias para garantizar la sostenibilidad de sus unidades productivas (IICA, 2016b).

4.7.4. Políticas públicas para la agricultura familiar

En el caso de América Latina y el Caribe se identifican tres generaciones de políticas que han tenido repercusión en la agricultura familiar: en primera instancia, la reforma agraria y el acceso a la tierra; posteriormente, políticas diferenciadas específicas para este sector; y un tercer momento de políticas globales de desarrollo sostenible o territorial y de lucha contra la pobreza en contextos de cambio climático (Tito Velarde & Wanderley, 2021 en referencia a Grisa y Sabouri, 2019).

5. AGREGACIÓN DE VALOR EN EL SISTEMA AGROALIMENTARIO

Estrategia, proceso o mecanismo que se aplica para agregar valor a una materia prima, un insumo, un producto, una unidad productiva o un territorio de un sistema agroalimentario.

La agregación de valor se define de diferentes formas:

Resultado de la aplicación de estrategias, procesos y mecanismos en uno o varios componentes de un sistema agroalimentario.

En los negocios agrícolas, toda actividad que el productor realiza, más allá de la producción tradicional de productos básicos, con el fin de recibir mayores retornos por unidad de producto vendido (Evans, 2006).

Características añadidas a un bien que aumentan su valor en general (de uso y cambio) (IICA, 2022a).

En una empresa, valor del producto menos el costo de adquisición de los bienes y servicios utilizados para su obtención IICA (2022).

5.1. Valor

Es un compromiso entre la calidad y el precio de un producto o servicio.

Otras definiciones

Resultado del proceso de evaluación y negociación de la riqueza de un bien o servicio (VATIN, 2013).

Forma en que un producto genera aprecio, fidelidad y expectativa en quienes lo elaboran, comercializan y utilizan. En quienes lo compran y usan se produce reconocimiento y voluntad de retribución (FAO, 2018b).

Valores sociales y culturales que la comunidad aplica a la generación y oferta de un producto o servicio (conservación del medio ambiente, salud, bienestar, equidad, solidaridad, economía local, tradición y dignidad humana) (FAO e INRAE, 2021 en referencia a Ostrom y otros, 2017).

5.1.1. Valor económico

Utilidad o aptitud de una cosa para satisfacer necesidades humanas (valor de uso), así como su intercambiabilidad por otros bienes o dinero (valor de cambio). Su reconocimiento es variable y dependerá de los principios, las creencias, la cultura, los gustos, las necesidades y el poder de compra de quienes lo adquieren (IICA, 2022a).

5.2. A qué cosas se puede agregar valor

Se puede agregar valor a la unidad productiva agrícola, pecuaria, pesquera o forestal, a los productos o procesos a lo largo de la cadena de producción-consumo y a la zona o el territorio al que está anclada la producción primaria de una cadena o un sistema agroalimentario. La agregación de valor resulta insuficiente para garantizar que dicho incremento se distribuya razonablemente a lo largo de la cadena y, sobre todo, para que llegue de manera preferible a los eslabones más débiles de la cadena, como la agricultura familiar. Debido a lo anterior, se desarrollan planteamientos como los siguientes:

5.2.1.Agregación de valor a la unidad agropecuaria

Se trata de la diversificación de las actividades agropecuarias y la generación de ingresos adicionales al agronego¬cio principal, lo que disminuye la vulnerabilidad (IICA, 2014b).

5.2.2. Agregación de valor al producto o proceso

Implica cambios en el estado físico del producto o la valorización de atributos específicos de este (IICA, 2014b).

5.2.3. Agregación de valor en el origen

Es una estrategia por medio de la cual se reducen las desigualdades en la distribución del valor agregado y sus beneficios a lo largo de la cadena productiva, lo que promueve la retención del valor en las zonas rurales, donde están anclados los primeros eslabones de la cadena. Esto se logra a través de la integración vertical de la agricultura de pequeña escala o de sus organizaciones en la cadena productiva o mediante su apropiación de una o varias etapas poscosecha.

5.2.4. Valor compartido

De acuerdo con este planteamiento, se debe generar una situación de ganancia mutua (ganar-ganar) por medio de la creación de valor económico, a fin de crear valor para la sociedad. Según Porter y Kramer (2011) mencionado por IICA (2014), las empresas pueden producir valor compartido, sobre todo a través de: a) la reconcepción de los productos y mer¬cados, b) la redefinición de la productividad en la cadena de valor y c) el desarrollo de una agrupación local (IICA, 2014b).

Banane
DE GUADELOUPE & MARTINIQUE
SÉLECTION PLANTEUR
BAISSEZ LA

6. ESTRATEGIAS Y MECANISMOS PARA LA AGREGACIÓN DE VALOR A LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA AGRICULTURA FAMILIAR

Estas son de diferente índole, entre las que se destacan principalmente:

- La transformación y conservación de productos mediante procesos agroindustriales,
- La valorización y diferenciación de productos a partir de atributos intangibles,
- La generación de una oferta agroturística,
- El desarrollo y la oferta de servicios ambientales,
- La reducción de pérdidas en los procesos productivo y poscosecha,
- La racionalización de procesos y costos por medio de una mayor eficiencia y eficacia en el consumo de agua y energía y
- El aprovechamiento de desechos y la valorización de subproductos.

Tradicionalmente, la agricultura familiar ha aprovechado diversos senderos de la bioeconomía para agregar valor a sus productos y favorecer la conservación de los ecosistemas. Como se menciona en IICA (2024), algunas formas de aprovechamiento se basan en modelos de tecnología tradicional que emplean la riqueza biológica disponible en el territorio y la cadena. Algunos ejemplos de ello son las formas de producción tradicional, en las que se incorporan insumos biológicos; las fincas, donde se emplean los recursos para ofrecer servicios de ecoturismo; y las industrias agropecuarias, que utilizan sus residuos y desechos en la generación de bioenergías para autoconsumo, bioinsumos y productos alimenticios, entre otros.

6.1. Acciones que permiten la transformación y conservación de productos a través de procesos agroindustriales

La agroindustria es la actividad económica que comprende la conservación y transformación de productos agropecuarios, forestales y biológicos, así como su comercialización. Puede ser de diferentes tipos:

- Agroindustria alimentaria. En esta actividad se conservan los productos de la agricultura, la ganadería, la pesca y la riqueza forestal o se transforman en productos elaborados para su consumo alimenticio. Incluye procesos de selección de calidad, clasificación, embalaje y almacenamiento (Massiris Cabeza – UPRA, 2018).
- Agroindustria no alimentaria. En ella se conservan o transforman los productos de la agricultura, la ganadería, la riqueza forestal y la pesca en productos que sirven como materias primas para fabricar diferentes productos industriales (Massiris Cabeza - UPRA, 2018).
- Agroindustria rural. Esta actividad permite aumentar y retener en las zonas rurales el valor agregado de la producción de las economías campesinas, mediante la ejecución de tareas poscosecha como la selección, el lavado, la clasificación, el almacenamiento, la conservación, la transformación, el empaque, el transporte y la comercialización de los productos provenientes de explotaciones silvoagropecuarias (Boucher, 2004).

6.1.1. Procesos básicos y prácticas aplicados en la agroindustria

- ***Conservación de alimentos.*** Se trata de métodos que se aplican para mantener la calidad de los alimentos para su posterior consumo. Pueden ser sistemas de frío y de calor, agregación de conservantes químicos o una combinación de ellos (IICA, 2022).
- ***Transformación de alimentos.*** Consiste en la implementación de operaciones para mejorar la calidad, la funcionalidad, la presentación y el período de vida útil de los alimentos, entre las cuales se incluyen la selección, el pelado, el cortado, el lavado, el rallado, el mezclado, el envasado, la deshidratación, la fermentación, el ahumado, la salazón, la precocción y cocción, la destilación y la extrusión (IICA, 2022).
- ***Trazabilidad.*** Es la capacidad para rastrear un producto o sus componentes en las etapas de la cadena de suministro, p. ej., la producción, el procesamiento, la fabricación y la distribución (VISEC, 2023).

6.2. Acciones que permiten la valorización y la diferenciación de productos a partir de atributos intangibles

Se trata de una estrategia y un sendero de la bioeconomía orientados a valorizar y reconocer atributos de calidad de los productos y servicios de la agricultura familiar relacionados con su origen, como los conocimientos ancestrales, los aspectos culturales, las características geográficas y los hechos históricos de los territorios donde se desarrolla esa agricultura, así como a lograr su posicionamiento en mercados donde esos atributos diferenciadores son reconocidos (IICA, 2014).

6.2.1. Diferenciación por la calidad

Constituye una estrategia de mercadeo de productos agrícolas y alimentarios que pueden beneficiarse de ciertas características de calidad o reputación derivadas principalmente de su origen. Se puede atribuir a la tipicidad, la historia del producto y a su carácter distintivo, asociado a factores naturales o humanos como el suelo, el clima, los conocimientos locales o las tradiciones (FAO - IICA, 2008).

6.2.2. Atributos de calidad

Pueden ser de inocuidad, nutricionales y de valor o guardar relación con el respeto por el medio ambiente en algunas partes o la totalidad del proceso productivo, la consideración y superación de las exigencias de las leyes sociales de los trabajadores y el reconocimiento de los saberes ancestrales y las tradiciones (FAO, s.f).

6.2.3. Elementos que permiten la valorización y diferenciación

- ***El origen geográfico de la materia prima***
- ***El método de producción o elaboración***
- ***La relevancia que revisten en la actividad empresarial*** aspectos específicos como la protección del ambiente, los derechos laborales, la equidad social y el desarrollo rural.
- ***Las cualidades intangibles de los productos*** que influyen positivamente en la salud, la nutrición, la sostenibilidad de los recursos naturales, la conservación del paisaje y la cultura o en la calidad de vida de ciertos actores sociales (IICA, 2014).
- ***Los signos distintivos,*** es decir, palabras, letras, símbolos, colores, diseños, figuras u otros elementos que sirven para distinguir productos, servicios o actividades económicas de otros similares, lo que permite al consumidor identificar su origen empresarial (SGCAN y OMPI, 2003).
- ***La marca***. Se trata de cualquier signo empleado para distinguir productos o servicios en el mercado (SGCAN y OMPI, 2003). Varios tipos de marca revisten una

particular importancia en la agregación de valor y la vinculación con los mercados de la agricultura familiar, entre ellos:

- ***La marca colectiva,*** que sirve para distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos o servicios pertenecientes a empresas diferentes y que se usa bajo el control de un titular. Permite distinguir los productos o servicios ofrecidos por la colectividad poseedora de la marca, responsable de que cumplan con las normas establecidas en el reglamento que los rige, para garantizar su calidad y características. Puede ser registrada por asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o grupos de personas legalmente establecidos.
- ***Los sellos distintivos de la agricultura familiar*** (campesina, comunitaria, solidaria o indígena), que difunden el origen social de los productos y procesos, así como las formas de producción de la agricultura familiar. Revalorizan atributos asociados con lo local, lo artesanal, lo tradicional y lo saludable, entre otros, y promueven el consumo de estos productos (FAO, s.f).
- ***La certificación,*** que es un procedimiento por medio del cual un organismo ofrece una garantía por escrito de que un producto, proceso o servicio cumple los requisitos especificados. La certificación puede ser realizada por organismos privados o públicos.
- ***Los sistemas participativos de garantías o certificación asociativa***, que aseguran la calidad o la aplicación de prácticas sostenibles en el ámbito local. Otorgan certificaciones a los productores con base en la participación eficaz de los actores y se fundamentan en la confianza, las redes sociales y el intercambio de conocimientos (FAO e INRAE, 2021).

6.3. Acciones que permiten la generación de una oferta turística diferenciada

6.3.1 El turismo de base local

Esta actividad, también denominada turismo comunitario, es una forma alternativa de organizar la actividad turística. Sus objetivos son el desarrollo local, el empoderamiento comunitario y la sostenibilidad socioambiental. La estrategia para cumplirlos es la participación y el control local sobre los recursos, las infraestructuras, la planificación, la gestión y los beneficios del turismo (Ruiz Ballesteros, 2021).

6.3.2. El turismo rural

Se trata de una serie de actividades turísticas en las que la experiencia del visitante guarda relación con un amplio espectro de productos vinculados, por lo general, con la naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. Se desarrollan en entornos no urbanos con: a) una baja densidad demográfica, b) paisajes y una ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura y c) estructuras sociales y formas de vida tradicionales (ONU Turismo, s.f.). Entre las diferentes modalidades de turismo rural se incluyen:

- ***El agroturismo.*** Esta modalidad de turismo tiene lugar en espacios rurales donde, además de los atractivos propios del territorio, se valorizan recursos como la gastronomía, la producción artesanal, las especies agrícolas, los productos agroindustriales y las actividades conexas, que se convierten en una motivación adicional de viaje y permanencia de los turistas (INDAP, 2015). Ofrece a los turistas actividades propias de la finca o la agroindustria, p. ej., la cosecha, el ordeño, el rodeo, la trilla, la elaboración de conservas y la participación en la alimentación y el cuidado de los animales, las cuales se pueden combinar con caminatas, avistamiento de aves, cabalgatas, paseos en bote y visitas a lugares cercanos, entre otras (Blanco & Riveros, 2010).

- ***El agrobioturismo.*** Se trata de una modalidad de turismo en espacios rurales y urbano-rurales, dirigida a lograr una integración armoniosa de la biodiversidad, la agricultura, sus actividades conexas y las prácticas de aprovechamiento de la bioeconomía con fines recreativos y comerciales. Esta sinergia da lugar a nuevos productos turísticos que no solo motivan el desplazamiento de turistas con propósitos educativos, comerciales, culturales y recreativos, sino también dinamizan servicios complementarios (BioEmprender s.f.).

6.4. La reducción de pérdidas en el proceso productivo y poscosecha como elemento diferenciador de la oferta de alimentos

Una "pérdida de alimentos" es una disminución en la cantidad y calidad de los alimentos aptos para el consumo humano a lo largo de la cadena agroalimentaria, desde la cosecha hasta antes de su consumo (HLPE, 2014, citado en La Gra, 2016). La diferenciación de una oferta de alimentos a partir de una disminución de ellos se puede sustentar en los siguientes aspectos:

6.4.1. La distribución de las pérdidas de alimentos a lo largo de las cadenas agroalimentarias varía según la región y el producto

En países de ingresos medios altos el mayor porcentaje de pérdidas ocurre en las etapas de distribución y consumo, mientras que en países de bajos ingresos estas son mayores en las fases de precosecha, cosecha y poscosecha (HLPE, 2014, citado en La Gra, 2016).

6.4.2. Efecto en los recursos naturales

La pérdida de alimentos representa el 24 % de toda el agua utilizada en la agricultura. Se estima que la superficie dedicada al cultivo de alimentos que se pierde por año es de 198 000 000 ha, lo que equivale al territorio de México, a lo que se agrega el desperdicio de 26 000 000 t a 28 000 000 t de fertilizantes (Lipinski y otros, 2013, citado en La Gra, 2016).

6.4.3. Efecto en las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)

En todo el mundo la pérdida de alimentos produce aproximadamente 3 300 000 000 t de emisiones de GEI (dióxido de carbono equivalente), por lo que, si se comparan las emisiones generadas por este desaprovechamiento de alimentos con las de un país, en la lista de los mayores emisores estas se hallarían solo por detrás de las de Estados Unidos y China (FAO, 2013, citado en La Gra, 2016).

6.4.4. Beneficios de la reducción de la pérdida de alimentos

De acuerdo con lo anterior, disminuir la pérdida de alimentos a lo largo de las cadenas agroalimentarias permitiría no solo fortalecer el acceso a los alimentos y aumentar su disponibilidad, sino también generar mayores saldos exportables, lo que contribuiría a hacer un uso eficiente y sostenible de los recursos naturales de los países y a aminorar la emisión de GEI (La Gra, 2016). La visibilidad de estos efectos positivos permitiría también posicionar una oferta productiva a partir de dichos atributos.

6.5. La ecointensificación o intensificación sostenible como elemento diferenciador de una oferta de productos y servicios de los sistemas agroalimentarios sostenibles

La ecointensificación constituye el empleo de prácticas agronómicas sostenibles que promueven la conservación del ambiente para alcanzar niveles competitivos de producción o productividad (González y otros,2014, citado en IICA, 2022). También se define como una serie de estrategias de producción, orientadas a producir más en una superficie determinada o con la misma cantidad de insumos, a fin de mejorar los rendimientos y conservar recursos como el suelo y el agua, así como la integridad y productividad de los ecosistemas.

En este contexto, la aplicación certificada de principios y tecnologías limpias, la producción ecológica, el manejo integrado de plagas, la agricultura de precisión, la labranza cero y la agricultura regenerativa pueden servir como elementos diferenciadores de una oferta en segmentos de mercados que reconozcan o sean sensibles a estos atributos.

La agricultura regenerativa es un sistema dirigido a mejorar las condiciones de la naturaleza, al mismo tiempo que se asegura la disponibilidad de agua y alimento para las personas (The Nature Conservancy, 2020, citado en IICA, 2022). Como parte de la agricultura climáticamente inteligente, sus objetivos son aumentar la biodiversidad y la resiliencia de los ecosistemas, así como, mejorar los servicios ecosistémicos, lo que conduce a medios de vida resilientes, dado que permite reducir el uso de insumos externos como los fertilizantes sintéticos y pesticidas y aumentar los ingresos netos de la explotación a través de la reducción de los costos (Rainforest Alliance, 2022).

7. MERCADOS, COMERCIALIZACIÓN Y VINCULACIÓN CON LOS MERCADOS

Según su definición académica, el acceso a los mercados es la medida en la que los productos y servicios pueden comercializarse libremente en estos. Está asociado a la superación de barreras en dichos destinos (OIMT, 2024). También se explica como la capacidad de una empresa o un país para vender bienes y servicios en los ámbitos interno o externo. Considera aspectos como el conocimiento y la atención con respecto a las condiciones, las reglamentaciones y los obstáculos que determinan la facilidad o dificultad para participar en los mercados. Este término se emplea con más frecuencia en el contexto del comercio internacional, pero también es aplicable en el plano de los mercados internos (Kenton, 2024).

Por su parte, la vinculación con mercados hace referencia a las estrategias y los mecanismos que facilitan las relaciones comerciales entre la demanda y la oferta de productos y servicios. Estos pueden ser desarrollados por los propios productores y sus organizaciones, así como por transformadores, empresas locales o cooperativas con el fin de ingresar en mercados locales, regionales, nacionales o internacionales o ser implementados por terceros que establecen esas conexiones y cobran por este servicio. La venta de información sobre mercados y los servicios de investigación son negocios comunes dentro de las estrategias de vinculación con el mercado (OIMT, 2024).

7.1. Mercado agropecuario

Se trata de un espacio o contexto donde se llevan a cabo el intercambio, la venta y la compra de servicios y bienes agrícolas, pecuarios y pesqueros entre compradores que los demandan y tienen la posibilidad de adquirirlos y vendedores que los ofrecen. Se puede desarrollar de manera presencial o virtual (Massiris Cabeza – UPRA 2018).

7.2. Mercados institucionales

Se refiere a las compras realizadas en el ámbito institucional. Entre las más representativas se incluyen las compras públicas dirigidas a hospitales, escuelas, el ejército, cárceles y programas sociales, que generan una demanda importante en el plano nacional. En muchos países se promueve la participación de organizaciones de la agricultura familiar y la inclusión de productos locales en los menús escolares, con lo que se favorece su vinculación a mercados dinámicos (IICA 2018a). En este sentido, las compras públicas se podrían definir como las adquisiciones institucionales en las que los clientes son entidades gubernamentales.

7.3. Mercados mayoristas

Estos mercados cumplen una función central en el acopio y la distribución al por mayor de alimentos y cuentan con una infraestructura que permite concentrar grandes volúmenes de productos en condiciones sanitarias y de inocuidad adecuadas. Los

productos, que pasan del productor al mayorista, se revenden a consumidores intermedios (hoteles, restaurantes, etc.), a intermediarios o, en algunos casos, a consumidores finales (IICA, 2018a).

7.4. Mercados minoristas

Estos mercados posibilitan un contacto más cercano y personal con los consumidores, lo que genera al vendedor que presta una buena atención al cliente una buena reputación y la fidelización de este. Suelen ser fáciles de gestionar, ya que son pocas las personas que deben tomar decisiones y las reglas del juego son claras para todos los actores involucrados (IICA, 2018a). Se conocen también con el nombre de mercados detallistas.

7.5. Intermediarios

Estos actores, importantes en la comercialización de los productos de origen agropecuario, pueden ser informales o formales. Los informales acopian la materia prima en las zonas rurales, organizan su transporte hacia los centros urbanos y la revenden a mayoristas, empresas de transformación y otros compradores. Los formales, que realizan funciones similares, se clasifican en agentes o brokers y distribuidores. Mientras que los primeros no compran el producto, sino que organizan la transacción entre el vendedor y el comprador en el corto plazo, los segundos se hacen dueños del producto, debido a lo cual corren un mayor riesgo y procuran establecer relaciones comerciales de largo plazo (IICA, 2018a).

7.6. Investigación de mercados

Es una de las dos formas de estudio de mercados. La otra se denomina sondeo de mercado. La investigación es la opción más amplia y compleja, ya que trabaja con información censal, mientras que el sondeo puede ser desde muy simple hasta muy completo, a fin de adaptarse a las necesidades específicas de cada caso, así como al tiempo y los recursos disponibles (IICA, 2018a).

7.7. Inteligencia de mercados

Se trata de un proceso de identificación de clientes en los mercados internos y externos, dirigido a hallar oportunidades para posicionar productos y servicios, teniendo en cuenta sus características, precio, volumen y oportunidad de abastecimiento en relación con los de la competencia o los productos o servicios sustitutos (Ortiza, citado por Massiris Cabeza -UPRA, 2018).

7.8. Circuitos, esquemas y estrategias de comercialización que favorecen la vinculación de la agricultura familiar con los mercados

Se pueden clasificar en dos grandes categorías: los circuitos cortos y los encadenamientos comerciales, que se diferencian unos de otros en el número de intermediarios que participan entre la producción y el consumo de los productos de la agricultura familiar.

7.8.1. Circuitos cortos de comercialización

Se trata de procesos de vinculación e intercambio de productos frescos o procesados y diferenciados sin certificación entre productores individuales u organizados informalmente y consumidores intermedios o finales. En ellos participa solo un inter-

mediario, con el cual, en la mayoría de los casos, no se establecen acuerdos previos a la venta, lo que fomenta relaciones de proximidad (Rodríguez Sáenz & Riveros Serrato, 2016). Existen diversas modalidades de circuitos cortos de comercialización:

- ***Agricultura sostenida por la comunidad.*** Es una asociación entre una finca o una familia de productores agropecuarios y los consumidores, o una organización de productores y consumidores, mediante la cual se comparten los riesgos y las recompensas de la agricultura (FAO e INRAE, 2021).
- ***Bolsas, cestas o canastas***. En esta modalidad el productor organiza una entrega de sus productos en canastas o bolsones directa y regularmente a los consumidores. En estos esquemas se presentan diferentes niveles de participación y compromiso de los compradores/consumidores que en algunas ocasiones prefieren definirse como "co-coproductores" o "prosumidores."
- ***Mercados campesinos y comunitarios,*** ferias del agricultor o de productores o ferias francas. Esta es una modalidad de circuito corto en el ámbito local, caracterizada por: a) la presencia y gestión exclusiva de personas productoras y organizaciones de agricultura campesina, familiar y comunitaria; b) la ausencia o mínima intermediación (limitada a algunos productos no disponibles localmente); c) la venta de productos frescos, de temporada y procesados; d) la promoción de alimentos y productos propios del territorio; e) la búsqueda de un precio justo para quien produce y para quien consume; y f) el fomento de la agricultura limpia o agroecológica. Estos esquemas de comercialización suelen operar en parques, escuelas y otros tipos de espacios públicos o comunitarios y, normalmente, se realizan en días determinados (MADR y ADR, 2017).

7.8.2 Encadenamientos comerciales a cadenas de valor con productos diferenciados

Son procesos de interrelación y articulación de organizaciones formales de producción de materias primas, productos frescos o procesados, diferenciados por medio de una certificación por parte de terceros, con segmentos y nichos sensibles a sus atributos. La distancia entre quien produce y quien consume puede ser larga o corta y suelen estar conectados a través de canales especializados locales, regionales, nacionales o internacionales. Asimismo, establecen relaciones próximas con o sin acuerdos previos (Rodríguez Sáenz & Riveros Serrato, 2016). Dentro de estos encadenamientos existen diversas modalidades e instrumentos para su aplicación:

- ***Alianzas productivas.*** Se trata de acuerdos comerciales en los que se establecen las condiciones de provisión y venta entre personas productoras familiares organizadas formalmente y un socio comercial estratégico o comprador calificado. Representan una oportunidad de acceso sostenible a los mercados enfocada en la demanda (Ministerio de Economía de La Argentina, s.f.). También se definen como acuerdos entre un comprador o aliado comercial, por lo general formal, y proveedores de productos y servicios, en su mayoría personas productoras organizadas de pequeña y mediana escala y de la agricultura familiar, con el fin de desarrollar proyectos productivos agropecuarios orientados por los requerimientos de mercados específicos.
- ***Comercio justo.*** Es una alianza comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, cuyo fin es lograr una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible, ya que ofrece mejores condiciones comerciales y garantiza los derechos de personas productoras y trabajadoras marginadas, especialmente en el sur (La carta internacional de comercio justo s. f.).
- ***Negocios inclusivos o de base de la pirámide.*** Constituyen iniciativas empresariales económicamente rentables y ambiental y socialmente responsables que, en una lógica de mutuo beneficio, incluyen en sus cadenas de valor comunidades de bajos ingresos para mejorar su calidad de vida. No solo contribuyen a que las empresas se desarrollen de forma sostenible y amplíen sus segmentos de mercado hacia sectores de la población de bajos ingresos, sino también promueven el

aprovechamiento por parte de las familias en situación de pobreza de las oportunidades que ofrecen el mercado y la dinámica del sector empresarial (WBCSD, citado por Rodríguez Sáenz y Riveros Serrato, 2016).

- ***Negocios verdes y sostenibles***. Estas actividades económicas ofrecen bienes o servicios que generan impactos ambientales positivos e incorporan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas, con un enfoque de ciclo de vida, a fin de contribuir a la conservación del ambiente como capital natural en favor del desarrollo del territorio. Sus objetivos son reducir la contaminación, conservar los recursos naturales y fomentar el uso sostenible de la biodiversidad, a fin de impulsar la competitividad empresarial y articular la oferta (producción) y la demanda (consumo) del mercado (FAO s. f).
- ***Encadenamientos comerciales con productos convencionales***. Son procesos de interrelación y articulación de personas productoras organizadas formal o informalmente, quienes son proveedoras de materias primas y de productos frescos o con poco valor agregado. Estos productos se comercializan como genéricos para atender las demandas de empresas agroindustriales y agroexportadoras, entidades gubernamentales (nacionales o subnacionales) y cadenas de distribución públicas o privadas. En estos procesos suelen intervenir dos o más intermediarios antes de que los productos lleguen al consumidor final y, generalmente, se establecen acuerdos previos de compra y venta formales o informales (Rodríguez Sáenz y Riveros Serrato 2016).
- ***Programas de desarrollo de proveedores y similares.*** Se trata de estrategias y acciones mediante las cuales las empresas buscan fortalecer la relación con sus proveedores y mejorar su rendimiento. Esto se logra cuando se les ofrece la oportunidad de desarrollar las capacidades necesarias, así como apoyo para reducir los costos (ONUDI, citado por Rodríguez Sáenz y Riveros Serrato, 2016).

8. ASOCIATIVIDAD Y COOPERATIVISMO

La asociatividad es una estrategia de colaboración colectiva cuyo fin es satisfacer necesidades por medio de la determinación de objetivos comunes, lo que contribuye a solucionar los problemas generados por el trabajo individual. Además, pretende incrementar la competitividad, lo que resulta esencial para la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas agropecuarias (Lozano, citado por Sánchez Herrera , Balanta Martínez, & Celis Parra, 2021).

El cooperativismo es considerado como un movimiento social que impulsa la creación y organización de cooperativas en los planos social y económico, a fin de que quienes producen logren satisfacer sus necesidades (Sánchez Herrera , Balanta Martínez, & Celis Parra, 2021).

La asociatividad y el cooperativismo son herramientas que ayudan a resolver los problemas que enfrentan las personas productoras de pequeña y mediana escala. Además, facilitan la incorporación e innovación de tecnologías que, de manera individual, estas no podrían implementar.

8.1. Asociación

Es un agrupamiento de individuos creado para lograr un fin común. Se trata de un género que comprende muchas especies, que varían de acuerdo con la legislación de cada país (Lattuada, 2014).

8.2. Cooperativa

Es una asociación autónoma de personas unidas voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales a través de una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática. Se basa en los principios de adhesión voluntaria y abierta, gestión democrática por parte de los socios, participación económica de los socios, autonomía e independencia, educación, formación e información, cooperación entre cooperativas e interés por la comunidad. Pone en práctica los valores de autoayuda, responsabilidad personal, democracia, igualdad, equidad y solidaridad, así como una ética fundada en la honestidad, la transparencia, la responsabilidad social y el interés por los demás (OIT, s.f.)

8.3. Clasificación de las asociaciones según su alcance y objetivo general

- ***Las asociaciones no reivindicativas sociales o de servicios*** abarcan una multiplicidad de fines y benefician a sus asociados directos, p. ej., juntas o asociaciones de riego, consorcios de maquinaria, grupos de intercambio de información tecnológica y asociaciones culturales, entre otras (Lattuada, 2014).

- ***Las asociaciones no reivindicativas económicas*** desarrollan actividades económicas de producción, comercialización, transformación y distribución de bienes o servicios en beneficio de sus asociados. Pueden ser más o menos formales y presentar un mayor o menor desarrollo organizativo. Van desde acuerdos y contratos entre personas, grupos informales y asociaciones civiles, hasta distintas sociedades comerciales y redes público-privadas (Lattuada, 2014).
- ***Las asociaciones reivindicativas*** son organizaciones con un mayor o menor grado de formalización, que defienden y promocionan los intereses generales de sus asociados, atienden sus problemas y contribuyen a que los resultados o beneficios de sus actividades alcancen al conjunto del colectivo (en similares condiciones), más allá de sus propios asociados. Frecuentemente presentan una impronta ideológica que condiciona sus discursos y estrategias. Un ejemplo de ellas son las organizaciones gremiales o profesionales patronales y obreras (Lattuada, 2014).

8.4. Clasificación de las organizaciones de acuerdo con el destino de los excedentes económicos de su actividad

- ***Asociaciones con ánimo de lucro.*** Son aquellas que aspiran al enriquecimiento o la generación de riqueza para sus miembros, por lo que también se consideran asociaciones de negocios. Sus integrantes actúan de manera conjunta para compartir las ganancias y las pérdidas (Concepto, s.f.)
- ***Asociaciones sin ánimo de lucro***. Son las que no persiguen un objetivo de utilidad económica y, si generan ingresos, no pueden distribuirlos entre sus asociados. Desempeñan actividades que se traducen en servicios para sus asociados o para terceros. Algunos ejemplos de estas asociaciones son las fundaciones, mutuales y cooperativas (Lattuada, 2014).
- ***Cooperativas.*** Véase el numeral 8.2.
- ***Fundaciones.*** Se trata de organizaciones con un fin altruista, en las que los adherentes aportan los fondos y bienes y no tienen carácter de asociados. Sus beneficios o servicios son brindados a terceros y su constitución requiere una escritura pública o un instrumento notarial (Lattuada, 2014).
- ***Mutuales.*** Son organizaciones establecidas como un mecanismo de ayuda recíproca entre sus asociados para enfrentar riesgos o contribuir a su bienestar a partir de sus contribuciones y ahorros. Deben ser formalmente constituidas, organizadas y registradas ante los organismos específicos del Estado (Lattuada, 2014).

8.5. Clasificación de las organizaciones según su integración con otras

8.5.1. ntegración horizontal

Se produce cuando personas productoras de un mismo sector y, por lo general, de una misma escala o posición socioeconómica, se asocian porque enfrentan más o menos las mismas dificultades y necesidades, generadas principalmente por lo reducido de la escala de su explotación. Pertenecen al mismo eslabón de la cadena productiva y suelen ser personas productoras primarias de productos básicos (IICA, 2018b). Existen diversas modalidades de integración horizontal:

- ***Organizaciones de segundo grado.*** Están conformadas por sociedades entre asociaciones de productores. Un ejemplo de ellas son las federaciones cooperativas, que agrupan a varias cooperativas de un mismo sector con objetivos diversos: sumar volúmenes de producción para su exportación o procesamiento agroindustrial, hacer compras conjuntas, gestionar servicios técnicos o financieros o atender otras necesidades, como el cuidado de niños o adultos, educati-

vas, de servicios, etc. Las federaciones de distintas actividades suelen conformar confederaciones con fines gremiales para defender intereses de todo un sector o subsector (IICA, 2018b).

- ***Integración contractual.*** Se trata de una forma de interacción y colaboración entre diferentes sectores, cuya principal finalidad es coordinar actividades o interfases de determinado proceso productivo. En el campo de la economía este fenómeno se conoce también con el nombre de coordinación (horizontal o vertical). El origen de la coordinación es el criterio que determina el nivel o poder de influencia del integrante sobre el integrado y las particularidades que reflejan desde el plano jurídico el contenido contractual de los acuerdos y sus efectos. El término integración supone unión, agrupación, conjunción de fuerzas, intereses u objetivos comunes (Victoria, 2011).

8.5.2. Integración vertical

Es otro modo de asociación en el que, en lugar de incorporar las actividades de otros eslabones en la propia organización, las personas productoras primarias se asocian con personas o empresas que operan en esos otros eslabones de la cadena productiva. Puede ser hacia atrás, con proveedores de insumos, o hacia delante, con empresas de logística, acopio, empaque, industrialización o comercialización. Esta asociación se puede producir en forma eventual o estable (IICA, 2018b). Existen diferentes modalidades de integración vertical:

- ***Agricultura por contrato.*** Es la producción agrícola realizada de conformidad con un acuerdo entre la persona agricultora y la compradora, donde se establecen las condiciones de la producción y comercialización de los productos agrícolas. Se trata de una particular modalidad de integración vertical entre el sector productivo y el agroindustrial, la cual se ha desarrollado y extendido en distintos países desde hace varias décadas (Mestre, 2017). Se puede estructurar en diversas formas, en función del cultivo, los objetivos, los recursos del patrocinador y la experiencia de la persona agricultora (FAO, s.f.).
- ***Maquila.*** Se trata de un servicio en el que una empresa asume gran parte de los procesos productivos de otra. También se define como un modelo de negocio en el que una empresa contrata a otra para realizar partes específicas o totales de la producción. Puede abarcar procesos como el etiquetado o empacado del producto y las fases de producción, manufactura y transformación. Permite al contratante del servicio evitar inversiones, simplificar sus operaciones y competir en el mercado de forma más eficiente. No es imprescindible que posea fórmulas propias, ya que muchos de los prestadores del servicio ofrecen propuestas adaptadas a la necesidad de cada cliente (IDRO s. f., Logistorage s. f.).
- ***Alianza estratégica.*** Es un acuerdo de cooperación entre una, dos o más empresas u organizaciones que se unen para desarrollar ventajas comparativas que no alcanzarían separadamente durante un período o plazo determinado (Aguilar, Cabral, Alvarado, Alvarado, & De León, 2013). Se trata de una vía para compartir riesgos y fortalezas (Pérez, citado por Aguilar y otros, 2013).
- ***Alianza productiva.*** Constituye un acuerdo o vínculo entre dos o más actores, que se unen para alcanzar objetivos comunes de manera eficiente. Este tipo de cooperación puede suponer un intercambio de conocimiento, tecnología, confianza, capacidades, riesgos y beneficios. Es un enfoque y una herramienta que facilita la inserción de pequeños y medianos productores agrícolas en agrocadenas, lo que les permite enfrentar mejor los problemas de acceso a mercados, información, financiamiento, infraestructura e innovación tecnológica, así como la deficiente capacidad institucional (FAO, 2006).

- ***Empresa conjunta (joint venture).*** Se trata de una figura jurídica mediante la cual las empresas participantes se ponen de acuerdo en aspectos como la administración del negocio, la distribución de las ganancias y pérdidas y el valor de los aportes de cada parte (Aguilar, Cabral, Alvarado, Alvarado, & De León, 2013). También se define como un acuerdo entre dos o más organizaciones empresariales para consolidar ventajas mutuas. Las decisiones se toman conjuntamente y pueden adquirir distintas formas (Deloitt & Touche, 1991):

  - Licencia o franquicia comercial. Por medio de ella el titular expande sus mercados y aprovecha las economías de escala. Además, obtiene conocimientos, emplea una imagen de nombre y marca reconocidos y, eventualmente, recibe capacitación y asistencia técnica o capital de respaldo.

  - Licencia o franquicia de producción. A través de esta el usuario aprovecha beneficios como nombre, proceso, tecnología y conocimiento y recibe capacitación y asistencia técnica. Puede abarcar acuerdos sobre financiamiento.

  - Acuerdo de cooperación. Incluye aspectos como: proyectos conjuntos de investigación y desarrollo tecnológico, mercadeo y promoción conjunta y distribución de cobertura de los mercados y de la producción de partes y componentes, entre otros.

  - Coinversiones.

- ***Integración de múltiples actores***

  - Agrupación (cluster). Se trata de una concentración geográfica de empresas e instituciones interconectadas que actúan en determinado campo. La mayoría de estas agrupaciones incluye organismos gubernamentales e instituciones académicas y empresariales y otras proveedoras de capacitación, educación, información, investigación y asistencia técnica (Porter,1985).

  - Organización de cadena. Es un espacio de diálogo, concertación y acción de actores de diferentes eslabones de una cadena agroproductiva o de una cadena agroalimentaria. Su misión surge de una libre decisión de sus integrantes de aliarse para mejorar su competitividad, después de un análisis del mercado y de su propia disposición para adecuarse a las necesidades de sus socios de cadena (Congreso de Colombia, 2003).

9. EMPRESARIALIDAD

Este término hace referencia a la capacidad para desarrollar nuevas iniciativas empresariales. En términos generales, el proceso empresarial es un fenómeno complejo en el que intervienen e interactúan factores situacionales, sociales, culturales y económicos. En algunas perspectivas se pone énfasis en el plano individual frente al contexto; sin embargo, es importante concebir el fenómeno de la empresarialidad como uno de naturaleza colectiva, que requiere la adopción de enfoques amplios e interdisciplinarios (Kantis, 2002).

9.1. Empresa

Es una organización establecida con fines de lucro. Es sinónimo de "sociedad" y "firma" (FAO - AGROVOC, s.f.).

9.2. Emprendimiento

A pesar de ser un término de uso común en el ámbito de las iniciativas empresariales, no es fácil hallar definiciones precisas para caracterizarlo. En algunos contextos se aplica a las iniciativas de pequeñas empresas que se establecen y desarrollan por iniciativa de su propietario, por cuenta propia o con el apoyo de su familia o algunos socios. Lo más común es que su objetivo sea generar ingresos para mantener a su familia y su estilo de vida, en lugar de procurar un crecimiento o una expansión acelerada. Por otro lado, se habla de emprendimientos ampliables o innovadores, que surgen de la identificación de oportunidades en los mercados o del impulso al desarrollo de productos o mercados nuevos. Su propósito es penetrar de manera significativa en los mercados y crecer, normalmente a partir de altos márgenes de utilidades (Bello 2024). Los más innovadores, fundamentados en la oferta de servicios de los ecosistemas agrotecnológicos (agtech) y de tecnología de los alimentos (foodtech) y desarrollados mediante tecnologías digitales, presentan un importante crecimiento en América Latina (Secretaría General Iberoamericana - SEGIB 2023)

9.3. Economía social y solidaria

Este término hace referencia a empresas y organizaciones (cooperativas, mutuales sociales, asociaciones, fundaciones y empresas sociales) que producen bienes, servicios y conocimientos para atender las necesidades de la comunidad a la que sirven, a fin de lograr objetivos sociales y medioambientales específicos y de fomentar la solidaridad. Se trata de un conjunto de iniciativas socioeconómicas, individuales o colectivas que prioriza la satisfacción de las necesidades de los ciudadanos sobre el lucro (OIT, s.f.).

9.4. Micro, pequeña y mediana empresa rural

Según un análisis de las mipymes, estas se destacan por su heterogeneidad. El tamaño de esta unidad productiva oculta realidades muy diversas; por lo tanto, no existe un acuerdo sobre su definición, ni se usan los mismos criterios para caracterizarla. En algunos países se utiliza como parámetro el personal ocupado y en otros, las ventas anuales (en ocasiones con límites distintos, según el sector de actividad económica) o el valor de los activos o de las exportaciones, a veces combinados entre sí. En ocasiones en el mismo país se emplean varias definiciones de mipyme: una basada tradicionalmente en la cantidad de empleados y utilizada por los institutos de estadística, y otra que sigue los criterios de las instituciones de fomento a las empresas, como los de volumen de ventas y activos (Dini y Stumpo 2020). Una diferencia importante entre la mipyme rural y la urbana es que en la primera se incluyen entidades organizadas en torno a bienes en propiedad común y formas colectivas de producción que buscan generar bienes y servicios bajo los principios de la sostenibilidad, la agroecología o el mercado orgánico y justo (Hernández B, Miguel A y Cruz C. (s.f.). Por otra parte, en su estudio de la microempresa rural, Parra Escobar (2000) afirma que esta presenta lógicas empresariales distintas y dificultades operacionales que difieren de las que enfrentan las urbanas. Por lo tanto, se deben separar ambos tipos, a fin de implementar políticas diferenciadas de fomento orientadas a lograr una mayor pertinencia y optimización de los recursos (Álvarez y Durán Lima 2009).

9.5. Competitividad empresarial o privada

Es la capacidad de las unidades productivas para generar bienes que compitan exitosamente en mercados globalizados y presenten un crecimiento sostenido a largo plazo. Está determinada por la productividad, que depende de la capacidad innovadora, de la administración de riesgos y de la integración en los mercados, aspectos determinados por las condiciones del territorio donde se asienta la actividad productiva (competitividad sistémica) (Echeverri, citado por Massiris Cabeza - UPRA 2018).

9.6. Gestión empresarial

Es un conjunto de acciones y estrategias desa¬rrolladas por los socios o miembros de las empresas rurales con el objetivo de ad¬ministrar eficientemente los recursos, conocidos también como "capitales" (humanos, financieros, sociales, físicos y naturales), para cumplir sus metas y objetivos (Boucher, 2012).

9.7. Plan de negocios

Se trata de un documento donde se describen los objetivos de un emprendimiento y las acciones por ejecutar para cumplirlos. Se elabora para aplicar una idea de negocio nueva o lograr que un negocio en marcha crezca (EMPRETEC s. f.).

9.8. Gestión de la información

Constituye un proceso de captura, clasificación, conservación, recuperación, uso y difusión de la información que genera, recibe o adquiere una organización (Palmieri y Rivas, citados por Massiris Cabeza – UPRA 2018).

9.9. Gestión de riesgos en las pymes

Las pymes están expuestas a múltiples riesgos que pueden afectar sus operaciones cotidianas, disminuir sus ingresos o aumentar los gastos. Unos riesgos no identificados o no gestionados adecuadamente pueden dar lugar a pérdidas que pueden poner en peligro la sostenibilidad de la empresa. Los acontecimientos indeseables, la proba-

bilidad de que se produzcan y su posible impacto varían considerablemente de unas empresas a otras y de un sector a otro. Una buena gestión del riesgo reduce la posibilidad de que se produzca un determinado acontecimiento y, si se produce, reduce su impacto. Además, permite mejorar de forma continua y proactiva y no reactiva la toma de decisiones relacionadas con los riesgos e impactos de un proyecto empresarial o un negocio. Aunque la gestión de riesgos ayuda al empresario a tomar decisiones, la efectividad de estas dependerá de cómo se lleva a cabo la identificación, el análisis y la evaluación del riesgo, las personas involucradas en dicha evaluación y la información disponible durante todo el proceso (Mapfre Global Risks, s.f.).

9.10. Gestión del conocimiento

Se trata de la identificación de categorías de conocimiento necesarias para respaldar la estrategia empresarial global, la evaluación del estado actual del conocimiento de la empresa y la transformación de la base de conocimiento actual en una nueva y más sólida, a fin de subsanar lagunas de conocimiento (Gopal y Gagnon, citados por Massiris Cabeza – UPRA, 2018).

9.11. Sociedad comercial

Esta sociedad, con fines de lucro explícitos, tiene como objetivo obtener utilidades para distribuirlas entre sus socios. Existen variedades entre países, entre ellas, sociedades anónimas, sociedades de responsabilidad limitada, sociedades de hecho, sociedades accidentales o de participación y sociedades colectivas (Lattuada, 2014).

9.12. Actor (stakeholder)

Persona, grupo o entidad que muestra interés en una empresa, organización o institución. Algunos autores los clasifican en clientes, proveedores, competencia, financiadores, el Estado y la sociedad. Otros incluyen a actores internos como empleados o accionistas. También pueden ser las personas involucradas en un proyecto, como las financiadoras, ejecutoras, colaboradoras, tomadoras de decisiones y potenciales usuarias.

10. INSTITUCIONALIDAD, INSTRUMENTOS DE POLÍTICA Y GESTIÓN PÚBLICA

La institucionalidad es un conjunto de reglas, recursos y estructuras organizacionales por medio del cual se gestiona la política social, desde el diagnóstico y la priorización de los objetivos, hasta la implementación y la evaluación de sus resultados. En ese contexto, la autoridad social es la instancia del Estado que ejerce la función de gobierno de la política social, la cual es legitimada por las partes, cuenta con respaldo político y tiene el poder de dirigir y coordinar la institucionalidad social y de ejercer la rectoría (Martínez & Maldonado Valera, 2019).

Ramos (2019) indica que la política pública para la agricultura familiar tiene razón de ser si se considera:

- Su sistema de producción diversificado, heredero de conocimientos ancestrales, con una relación especial con los factores de producción.
- El hecho de que, aunque las políticas agrícolas por rubro de producción son necesarias, no son suficientes, por lo que se requiere otro tipo relativo al desarrollo territorial, la infraestructura y el desarrollo organizacional y de capacidades en el tejido social, económico y comunitario.
- La orientación de la agricultura familiar hacia los mercados, que varía en función de la especialización productiva, el tipo de producto, la localización de las personas productoras respecto de los centros de consumo o de la demanda, las políticas vigentes y el propio comportamiento de los operadores en los mercados.
- La convivencia de la agricultura familiar con otro modelo de organización de la producción agrícola, denominado agronegocio o agricultura comercial, con el cual compite por los recursos naturales, otros factores de producción, los mercados y los recursos de inversión pública, que alimentan los modelos de desarrollo económico y social del medio rural.
- Que, si bien genera tensiones, dicha convivencia puede ser complementaria y provechosa, para lo cual se requieren políticas públicas orientadas a equiparar oportunidades, niveles de productividad y producción y capacidades de negociación en mercados con comportamientos claramente asimétricos.

10.1. Instrumento de política

Es un medio o una técnica utilizada por los Gobiernos para lograr resultados predefinidos o abordar un problema.

10.2. Marco de políticas

Constituye una serie de lineamientos, estrategias, resoluciones y acuerdos en los ámbitos internacional, regional, nacional y subnacional que sirve de base para el diseño o la implementación de instrumentos.

10.3. Políticas públicas

Se trata de un conjunto de iniciativas e intervenciones que pueden abarcar leyes, directrices, incentivos, regulaciones, resoluciones y acuerdos. Se expresan a menudo a través de asignaciones de recursos públicos y dan forma a las acciones del Estado en los planos internacional, regional, nacional y subnacional.

10.4. Política subnacional

Es el curso de acción que los actores de un determinado territorio adoptan en respuesta a problemas comunes. En ella se declaran las intenciones y los principios rectores de la acción y se establece lo que se pretende lograr. Además, mediante esta política se crean condiciones y se brindan lineamientos para cumplir los objetivos propuestos (Dini, Oddone, & Rodríguez, 2024).

10.5. Programa

Es un conjunto articulado de intervenciones organizadas en proyectos por medio de cuya ejecución se alcanzan los objetivos propuestos en los planes y las políticas (Dini, Oddone, & Rodríguez, 2024).

10.6. Proyecto

Constituye una iniciativa específica de desarrollo productivo que involucra a una o varias empresas y que, en el marco de un programa determinado, permite la concreción de las acciones que llevan al cumplimiento de los objetivos que este contempla (Dini, Oddone, & Rodríguez, 2024).

10.7. Alianza público-privada

De manera general, este término hace alusión a un acuerdo que se establece entre los sectores público y privado, en el que parte de los servicios o las actividades por emprender en un proyecto son responsabilidad del sector público y son cubiertas por el sector privado, bajo un criterio de objetivos compartidos (Botero Chica, 2017). Se le llama también colaboración público-privada, asociación público-privada o iniciativa público-privada. De conformidad con el Banco Mundial, se trata de un contrato celebrado entre el Gobierno y una empresa privada, según el cual, dicha empresa financia, desarrolla y gestiona un servicio público y, a lo largo de varios años, cobra por medio de tasas abonadas a los usuarios o a través de pagos a la autoridad pública, o mediante una combinación de ambos (Botero, Chica 2017).

10.8. Gestión del riesgo

Es un proceso social de planificación, ejecución, seguimiento y evaluación de las políticas públicas y acciones permanentes para conocer el riesgo, promover una mayor conciencia sobre él, impedir o evitar que se genere, reducirlo o controlarlo cuando ya existe, prepararse y manejar las situaciones de desastre y efectuar una posterior recuperación, es decir, una rehabilitación y reconstrucción. Estas acciones tienen el propósito de contribuir a la seguridad, el bienestar y la calidad de vida de las personas y al desarrollo sostenible (Ley 1523 de 2012 de Colombia, citada por Massiris Cabeza - UPRA 2018).

REFERENCIAS

Acosta, L. (2006). Agrocadenas de valor y alianzas productivas: herramientas de apoyo a la agricultura familiar en el contexto de la globalización. Santiago, Chile: FAO. Obtenido de http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/2912

Aguilar, A., Cabral, A., Alvarado, F., Alvarado, T., & De León, G. (Julio - Diciembre de 2013). Alianzas Estratégicas y su aplicación a los agronegocios. Revista Mexicana de Agronegocios, 33. Obtenido de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14127709022

AIMPLAS. (2021). Obtenido de Valoración de subproductos agrarios y forestales: https://www.aimplas.es/blog/valorizacion-subproductos-agrarios-forestales/

Alean Pico, A., Del Río, J., Simancas Trujillo, R., & Rodríguez Arias, C. (2017). ¿El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social? Saber, Ciencia y Libertad, 12(1), 107-123. Obtenido de https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/1470

Alvarez, M., Riveros, H., & Rojas, M. (2005). Orientaciones generales para la producción y apoyo a las cadenas agroproductivas en el Perú. Lima: MINAG, IICA, GIZ. Obtenido de https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7485/BVE19039770e.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Amazon Concertation. (2024). Indigenous bioeconomy: ancestral knowledge and social technologies. Amazônia Concertation Journals, 3. Obtenido de https://concertacaoamazonia.com.br/wp-content/uploads/2024/02/Volume-3_Bioeconomia-indigena_ING-1.pdf

Barbero, A. (2006). Los costos de transacción en la comercialización agropecuaria. Un estudio de caso. Estudios Económicos, 23(46), 25-72. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/5723/572363664002.pdf

BioEmprender IICA. (s.f.). Agrobioturismo: una oportunidad para potenciar los vínculos entre la bioeconomía y el turismo. Obtenido de https://bio-emprender.iica.int/iica-club/agrobioturismo-una-oportunidad-para-potenciar-los-vinculos-entre-la-bioeconomia-y-el-turismo/

Blanco, M., & Riveros, H. (2010). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. En Desarrollo de los agronegocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe: Conceptos, instrumentos y casos de cooperación técnica. San José, Costa Rica: IICA. Obtenido de https://repositorio.iica.int/bitstream/11324/6572/1/BVE18029674e.pdf

Botero, C. (Julio - Diciembre de 2017). Importancia y perspectivas de las alianzas público-privadas en el mundo, Latinoamérica y Colombia. Trilogia Ciencia Tecnología y Sociedad, 9(17), 133-159. Obtenido de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=534367006006

Boucher, F. (2004). Enjeux et difficulté d'une stratégie collective d'activation des concentrations d'Agro-Industries Rurales, le cas des fromageries rurales de Cajamarca, Pérou (tesis de doctorado, inédita). Saint Quentin en Yvelines. Obtenido de https://theses.fr/2004VERS030S

Boucher, F. (2012). De la AIR a los SIAL: reflexiones, retos y desafíos en América Latina. Agroalimentaria(34). Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/1992/199222712007.pdf

Buitelaar, R., Echeverri, R., Silva, I., & Riffo, L. (2015). Estrategias y políticas nacionales para la cohesión territorial. Estudios de caso Latinoamericanos. Santiago: CEPAL. Obtenido de https://www.cepal.org/es/publicaciones/37849-estrategias-politicas-nacionales-la-cohesion-territorial-estudios-caso

Burin, D. (2017). Manual de facilitadores de procesos de innovación comercial. Buenos Aires: IICA / INTA. Obtenido de https://www.redinnovagro.in/docs/BVE17089159e.pdf

Carta intenacional de Comercio Justo. (s.f.). Obtenido de https://coordinadoraongd.org/wp-content/uploads/2018/09/Carta-Intern-Comercio-Justo.pdf

Chavarría, H., Torroba, A., Porras-Brenes, C., Gamboa, H., Rocha, P., & Blanco, M. (2024). Bioeconomía en ALC: definiciones, senderos y potencial para su aprovechamiento. San José, Costa Rica: IICA. Obtenido de https://repositorio.iica.int/handle/11324/22105

CIRAD, IICA y CEPAL. (2014). Políticas públicas y agriculturas familiares en América Latina y el Caribe Balance, desafíos y perspectivas. Santiago: Naciones Unidas. Obtenido de https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/10305/BVE20067846e.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Comité de Seguridad Alimentaria Mundial . (s.f.). Committee on World Food Security (CFS). Obtenido de Committee on World Food Security (CFS): https://www.fao.org/cfs/es/

Concepto. (s.f.). Concepto. Obtenido de https://concepto.de/asociacion/#ixzz8hcAEP1tU

Congreso de Colombia. (2003). Ley 311 por medio de la cual se crean las organizaciones de cadenas en el sector agropecuario, pesquero, forestal, acuícola, las sociedades agrarias de transformación, SAT y se dictan otras disposiciones. Bogotá, Colombia.

Congreso de la Nación Argentina. (s.f.). Ley 27.118 Agricultura Familiar. Obtenido de https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-27118-241352/actualizacion

Deloitt, & Touche. (1991). Conversiones y comercio en la agroindustria americana; notas para una estrategia. San José, Costa Rica: IICA. Obtenido de https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/12305/BVE20107807e.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Dini, M., & Stumpo, G. (2020). Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento (Vol. Documentos de Proyectos). Santiago: CEPAL. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/2c7fec3c-c404-496b-a0da-e6a14b1cee48/content

Dini, M., Oddone, N., & Rodríguez , H. (2024). Guía para el diseño de programas y proyectos subnacionales de desarrollo productivo. Santiago, Chile: CEPAL. Obtenido de https://www.cepal.org/es/publicaciones/68859-guia-diseno-programas-proyectos-subnacionales-desarrollo-productivo

Echeverri, R. (2005). Formulación de la política de desarrollo rural para el distrito capital en el contexto de la región central. Obtenido de http://proterritorios.net/descargas/periurbano/desarrollo_rural/Politica_Rural_Bogota.pdf

Evans, E. (2006). Value Added Agriculture: Is It Right for Me? EDIS(9). Obtenido de https://journals.flvc.org/edis/article/view/115794

FAO - AGROVOC. (s.f.). AGROVOC. Obtenido de https://www.fao.org/agrovoc/es

FAO. (2006). Alianzas productivas en agrocadenas. Experiencias de la FAO en América Latina. Santiago. Obtenido de https://www.fao.org/fileadmin/user_upload/ags/publications/Business_parnterships_es.pdf

FAO. (2018a). The International Symposium on Agricultural Innovation for Family Farmers. Obtenido de http://www.fao.org/about/meetings/agricultural-innovation-family-farmers-symposium/about/en/

FAO. (2018b). Los 10 elementos de la agroecología: Guía para la transición hacia sistemas alimentarios y agrícolas. Rome. Obtenido de http://www.fao.org/3/I9037ES/i9037es.pdf

FAO. (2023). Mapeo de los mercados territoriales. Metodología y directrices para la recopilación participativa de datos (Vol. Tercera edición). Roma. Obtenido de https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/581ff992-6116-47a9-b18a-d08860873958/content

FAO. (s.f.). Centro de recursos sobre agricultura por contrato. Obtenido de https://www.fao.org/in-action/contract-farming/training/curso/modulo-1/es/

FAO e INRAE. (2021). Facilitando sistemas alimentarios sostenibles: Manual para innovadores. Roma: FAO e INRAE. Obtenido de https://doi.org/10.4060/ca9917es

FAO. (s.f). Curso sobre agricultura por contrato. Centro de Recursos sobre la Agricultura de Contrato. Obtenido de https://www.fao.org/in-action/contract-farming/training/curso/modulo-1/es/

FAO. (s.f). Innovación y Sostenibilidad en la Agricultura Familiar. Manual de capacitación.

FIDA. (s.f.). FIDA. Obtenido de https://www.ifad.org/es/diez-pequenas-empresas-rurales-que-estan-generando-un-gran-impacto/

Fundación Global Nature y SIGFITO Agroenvases S.L. (2021). Guía para la gestión de los residuos agrarios. Madrid. Obtenido de https://fundacionglobalnature.org/wp-content/uploads/2021/07/Guia-Residuos-Agrarios.pdf

García, M., Riveros, H., Pavez, I., Rodriguez, D., Lam, F., Arias, J., & Herrera, D. (2009). ComunIICA Año 5. San José.

GIZ y CEPAL. (2009). Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas pública. San Salvador. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/531fd00f-d53c-4e45-b6b1-45e22e84743e/content

Gobierno de la República de Guatemala. (s.f.). Programa de Agricultura Familiar para el fortalecimiento de la economía campesina. Obtenido de https://www.maga.gob.gt/download/paffec-resumen17.pdf

Gopal, E., & Gagnon, J. (1995). Knowledge, information, learning and the IS manager, Computerworld. Leadership Series, 1(5), 1-7.

Hernández, B., Miguel, A., & Cruz , C. (s.f). Las empresas rurales y su contribución al desarrollo rural en la región de los valles centrales de Oaxaca. Obtenido de https://ru.iiec.unam.mx/4355/1/2-041-Hernández-Miguel-Cruz.pdf

Holmlund, M., & Fulton, M. (1999). Networking For Success: Strategic Alliances In The New Agriculture. University of Saskatchewan, Centre for the Study of Co-operatives. Obtenido de https://ideas.repec.org/p/ags/uscomp/31769.html

IDRO-HPP Technology. (s.f.). Obtenido de https://idro.es/

IEBS. (s.f.). Obtenido de Tipos de emprendimiento: cómo elegir el que más se adapte a tus habilidades: https://www.iebschool.com/blog/tipos-de-emprendimiento-creacion-empresas/

IICA. (2014a). Agregación de valor a productos de origen agropecuario: elementos para la formulación e implementación de políticas públicas. Manual de capacitación. San José, Costa Rica. Obtenido de https://repositorio.iica.int/handle/11324/3070

IICA. (2014b). Valor agregado en los productos de origen agropecuario: aspectos conceptuales y operativos. San José, Costa Rica. Obtenido de https://repositorio.iica.int/handle/11324/3069

IICA. (2016a). La agricultura familiar en las Américas: principios y conceptos que guían la cooperación técnica del IICA. San José, Costa Rica. Obtenido de https://repositorio.iica.int/handle/11324/2609

IICA. (2016b). Formulación de planes de negocios para el desarrollo de productos agropecuarios con valor agregado. San José, Costa Rica.

IICA. (2018a). Manual 5: El mercado y la comercialización. IICA. Obtenido de https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1&isAllowed=y

IICA. (2018b). Programa de capacitación sobre Gestión Agroempresarial y Asociativa. Manual 7. Asociativismo, modelos posibles y dificultades de relacionamiento. San José, Costa Rica. Obtenido de https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7126/BVE18040227e.pdf?sequence=1&isAllowed=y

IICA. (2022a). Agroindustria. Manual de Capacitación #3. Programa de Fortalecimiento de Capacidades sobre Bioemprendimientos. Obtenido de https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/20745/BVE22088368e.pdf?sequence=1&isAllowed=y

IICA. (2022b). Manual de capacitación 4: Aprovechamiento de la bioeconomía. San José. Obtenido de https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/20746/BVE22088369e.pdf?sequence=1&isAllowed=y

IICA. (2024). Senderos de aprovechamiento de la bioeconomía. Ejemplos de aplicación en América Latina. En IICA, Informe de situación y perspectivas de la bioeconomía en America Latina y el Caribe (págs. 18-37). Obtenido de https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/23011/BCO24104150e.pdf?sequence=1&isAllowed=y

INDAP. (2015). Guía para el desarrollo de circuitos cortos en un área urbana: modelo mercado campesino urbano. Santiago, Chile. Obtenido de https://www.indap.gob.cl/biblioteca/guia-para-el-desarrollo-de-circuitos-cortos-en-un-area-urbana-modelo-mercado-campesino

Jasen, H., & Torero, M. (2006). Resumen de la literatura de cadenas de valor agropecuarias en cinco países centroamericanos. San José, Costa Rica: IFPRI. Obtenido de https://cenida.una.edu.ni/relectronicos/REE21J35.pdf

Kantis, H. (2002). Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia. BID. Obtenido de https://publications.iadb.org/es/publications/spanish/viewer/Empresarialidad-en-econom%C3%ADas-emergentes-Creaci%C3%B3n-y-desarrollo-de-nuevas-empresas-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Este-de-Asia.pdf

Kenton, S. (2024). ¿Qué es el acceso al mercado en el comercio internacional? Obtenido de https://www-investopedia-com.translate.goog/terms/m/market-access.asp?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=rq

La Gra, J. (2016). Metodología de evaluación de cadenas agroalimentarias para la identificación de problemes y proyectos: un primer paso para la disminución de pérdidas de alimentos. IICA. Obtenido de https://repositorio.iica.int/handle/11324/8610

Lattuada, M. (2014). Las asociaciones económicas no cooperativas de la agricultura familiar. Algunas nociones y conceptos para su estudio y consolidación. Buenos Aires, Argentina: IICA. Obtenido de https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/2560/BVE17038655e.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Logistorage. (s.f.). Logistorage. Obtenido de https://www.logistorage.com/que-es-el-proceso-maquila-y-cual-es-su-aplicacion/

MADR y ADR. (2017). Lineamientos de política pública. Agricultura campesina, familiar y comunitaria ACFC. Obtenido de https://www.minagricultura.gov.co/Documents/lineamientos-acfc.pdf

Maldonado, C., Marinho, M., Robles, C., & Tromben, V. (2022). Cohesión social y desarrollo social inclusivo en América latina: una propuesta para una era de incertidumbres. Santiago, Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) / Agencia Española de Cooperación Internacional para le Desarrollo (AECID). Obtenido de https://hdl.handle.net/11362/47403

Mapfre Global Risks. (s.f.). Obtenido de https://www.mapfreglobalrisks.com/

Martínez, R., & Maldonado, C. (2019). Capítulo I. Institucionalidad y desarrollo social. En R. Martínes, Institucionalidad social en América Latina y el Caribe. Santiago: CEPAL. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/e95b962d-9f55-48ed-a3ad-381340e4cde2/content

Massiris Cabeza, Á. M. (2018). Gestión del territorio para usos agropecuarios: bases para la formulación de política pública. Bogotá, Colombia: UPRA (Unidad de Planificación Rural Agropecuaria). Obtenido de https://repository.agrosavia.co/handle/20.500.12324/36441?locale-attribute=es

Massiris, A. (2012). Gestión territorial del desarrollo. Hacia una política de desarrollo territorial sostenible en América Latina. Colección investigación UPTC. Dirección de Investigaciones, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia(47). Obtenido de https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/book/66

Massiris, A. (2014). Retos del ordenamiento territorial en contextos de descentralización y autonomía en América Latina. Ponencia presentada en el IX Simposio nacional de desarrollo urbano y planificación territorial, Universidad de Cuenca, Ecuador. Cuenca. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6086196

Mestre, F. (Julio de 2017). Un nuevo instrumento internacional de orientación jurídica para los contratos de producción agrícola: la guía jurídica sobre agricultura por contrato UNIDROIT/FAO/IFAD. Revista Iberoamericana de Derecho Agrario(6).

Ministerio de Agricultura y Ganadería de Ecuador. (s.f.). Registro de la agricultura familliar campesina. Obtenido de https://serviciosafc.mag.gob.ec/registro-de-la-agricultura-familiar-campesina/

Ministerio de Agricultura, Ganaderia y Alimentación de Guatemala. (4 de septiembre de 2023). Acuerdo Ministerial No. 187-2023. Diario de Centro América(4). Obtenido de https://www.minfin.gob.gt/images/downloads/leyes_acuerdos/acuerdo-gub202_040923.pdf

Ministerio de Economía Argentino. (s.f.). PISEAR. Obtenido de PISEAR: https://www.argentina.gob.ar/economia/planificacion-del-desarrollo-y-la-competitividad-federal/pisear/alianzas-productivas

Ministerio de Economía de Argentina . (2019). Proyecto de inclusión socio-económica en áreas rurales. PISEAR. Buenos Aires, Argentina.

Muchnik, J., & Sautier, D. (1998). Systèmes agro-alimentaires localisés et construction de territoires. Proposition d'action thématique programmée. París, Francia: CIRAD.

OIMT. (2024). Organización internacional de maderas Tropicales. Obtenido de https://www.itto.int/es/economic_market/market_access/

OIT. (s.f.). OIT. Obtenido de https://www.ilo.org/es/node/11501

ONU Turismo. (s.f.). Obtenido de Turismo rural: https://www.unwto.org/es/turismo-rural

Orgnización de las Naciones Unidas (ONU). (1992). Convenio sobre la diversidad biológica. Obtenido de https://www.cbd.int/doc/legal/cbd-es.pdf

Ortiz, U. (3 de Marzo de 2011). Inteligencia de mercados. El Espectador. Obtenido de http://www.elespectador.com/opinion/inteligencia-de-mercados

Palmieri, V., & Rivas, L. (Mayo - Agosto de 2007). Gestión de Información para la Innovación tecnológica agropecuaria. (IICA, Ed.) ComunIICA, 3(2). Obtenido de https://repositorio.iica.int/browse?type=series&value=COMUNIICA%20Vol.%203,%20no.%202

Parlamento Europeo. (2023). Temas Parlamento Europeo. Obtenido de https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20151201STO05603/economia-circular-definicion-importancia-y-beneficios

Peña, Y., Nieto, P., & Díaz, F. (Enero - Junio de 2008). Cadenas de valor: un enfoque para las agrocadenas. Equidad y desarollo(009), 77 - 85. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/957/95700906.pdf

PNUMA. (s.f.). Programa de la ONU para el medio ambiente. Obtenido de https://www.unep.org/es/regiones/america-latina-y-el-caribe/iniciativas-regionales/promoviendo-la-eficiencia-de-recursos-1

Porter, M. (1985). The Value Chain and Competitive Advantage. En M. Porter, The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press.

Porter, M. (Noviembre - Diciembre de 1998). Cluster and then new economics of competition. Obtenido de Harvard Business Review: https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition

Rainforest Alliance. (2022). Agricultura regenerativa para agroecosistemas más resilientes. Obtenido de https://www.rainforest-alliance.org/es/resource-item/agricultura-regenerativa-para-agroecosistemas-mas-resilientes/

Ramos, A. (2019). Estado de las políticas diferenciadas para la agricultura familiar campesina e indígena en siete países de América Latina. Montevideo: Coprofam. Obtenido de https://coprofam.org/wp-content/uploads/2019/06/Compilación-de-los-estudios-compactado.pdf

Requier-Dejardins , D. (2022). Calificación, enriquecimiento y "clase aspiracional": un nuevo abordaje de la calificación en los Sistemas Agroalimentarios localizados (Siales) en América Latina. (U. A. Chile, Ed.) Revista Austral de Ciencias Sociales(42), 291 - 309. Obtenido de https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2022.n42-16

Rodríguez Sáenz, D., & Riveros Serrato, H. (2016). Esquemas de comercialización que facilitan la vinculación de productores agrícolas con los mercados. San José, Costa Rica: IICA. Obtenido de https://repositorio.iica.int/handle/11324/8680

Ruiz Ballesteros, E. (2021). Universidad Pablo de Olavide Sevilla. Obtenido de https://investiga.upo.es/documentos/617b7f10608a361af187ece5

Sánchez Herrera , C., Balanta Martínez, V., & Celis Parra, G. (2021). Asociatividad y cooperativismo en el aprovechamiento de los RNMB y subproductos agroindustriales en el Caquetá. Universidad de la Amazonía. Obtenido de www.uniamazonia.edu.co/arainmba/wp-content/uploads/2021/10/05.-Asociatividad-y-cooperativismo_1-Oct_compressed.pdf

SDG Fund. (s.f.). Obtenido de Manual de guía para la elaboración de plan de negocio: https://www.sdgfund.org/sites/default/files/PS_%20MANUAL_Panama_%20plan%20de%20negocios.pdf

Secretaría de Agricultura y Ganadería de Honduras. (2017). Estrategia nacional de agricultura familiar de Honduras: 2017 - 2030. Tegucigalpa. Obtenido de https://faolex.fao.org/docs/pdf/hon178713.pdf

Secretaría General Iberoamericana. AECID. (2023). El Ecosistema AGTECH-FOODTECH en Iberoamérica: oportunidad local y liderazgo global. AECID. Obtenido de https://www.segib.org/wp-content/uploads/Informe-AGTECH_ES.pdf

Sepúlveda, S., Rodríguez, A., Echeverry, R., & Portilla, M. (2003). El enfoque territorial del desarrollo rural. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. San José, Costa Rica: IICA. Obtenido de https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7536/BVE19039821e.pdf?sequence=1&isAllowed=y

SGCAN y OMPI. (2003). Manual para el Examen de Marcas en los Países Andinos. Secretaría General de la Comunidad Andina de Naciones y Organización Mundial para la Propiedad Intelectual. Obtenido de https://www.derechosintelectuales.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/manual/manual-para-el-examen-de-marcas.pdf

Solidaridad. (2023). Cocoa living income. Inventory in Latin America. Nestlé. (Nestlé, Ed.) Obtenido de https://www.solidaridadnetwork.org/wp-content/uploads/2023/07/LIVING-INCOME-INVENTORY_COCOA-LATAM_FINAL_24042023.pdf

Tito Velarde, C., & Wanderley, F. (2021). Contribución de la Agricultura Familiar Campesina Indígena a la producción y consumo de alimentos en Bolivia. La Paz: CIPCA e IISEC-UCB. Obtenido de https://cipca.org.bo/publicaciones-e-investigaciones/cuadernos-de-investigacion/contribucion-de-la-agricultura-familiar-campesina-indigena-a-la-produccion-y-consumo-de-alimentos-en-bolivia

Victoria, M. (2011). Integración vertical para los agronegocios. Estudios Agrarios, 17(49), 71-95. Obtenido de https://fhu.unse.edu.ar/carreras/rcifra/victoria.pdf

VISEC. (2023). Obtenido de VISEC: https://www.visec.com.ar/wp-content/uploads/2024/07/Glosario-1.pdf

WWF. (2018). Glosario ambiental . Obtenido de https://www.wwf.org.co/?326410/Glosario-ambiental%20

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA
SEDE CENTRAL / Apdo. 55-2200 San José,Vázquez de Coronado,
San Isidro 11101, Costa RicaTel.: (+506) 2216-0222 / Fax: (+506) 2216-0233
Dirección electrónica: iicahq@iica.int / Sitio web: www.iica.int