

Uno de los componentes del Proyecto: "Perú, Conservación In Situ de Cultivos Nativos y sus Parientes Silvestres" es el mercado. El debate realizado en el seno de la CCTA reveló que si bien la relación entre mercado y conservación de la agrobiodiversidad hasta ahora ha resultado perjudicial para esta última, puede ser posible que esto deje de ser así, al menos en cierto grado, si se actúa con audacia. Veamos de qué se trata esto.

¿ MERCADO : AMENAZA O VENTAJA PARA LOS CULTIVOS NATIVOS ?

CCTA

Un conjunto de personas vinculadas directamente al proyecto provenientes de distintas disciplinas y experiencias vinculadas al desarrollo rural, principalmente de la Sierra peruana, nos planteamos la pregunta: ¿qué ideas tenemos para que la estrategia del proyecto -la conservación *in situ*- pueda cumplirse con éxito incorporando el componente mercado?

En el diagnóstico inicial, consideramos que los mercados que existen para los cultivos nativos conservados *in situ* y sus productos son insuficientes. Por lo tanto, se necesita crearles (expresión más adecuada que buscarles) mercado. En otras palabras, se trata de crear la demanda, la cual, desde afuera, promoverá la producción.

En segundo lugar, por el lado de la oferta, convínimos en que, en el marco de una producción destinada al mercado externo o asumido en general como de exportación, se requiere mejorar la producción misma a través de una estrategia de mercado tal que permita conseguir mejores precios por calidad.

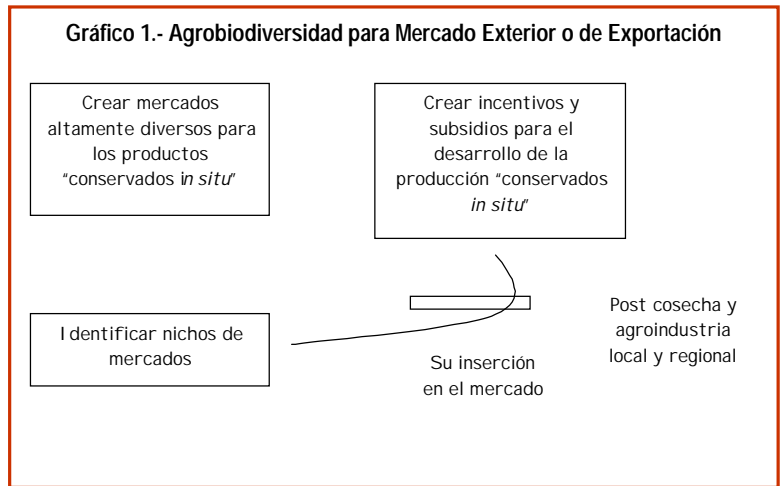
Y todo esto unido a una política económica de incentivos y subsidios; e, inclusive, en términos más concretos, de estímulo a la unión de productores para la creación de empresas, por ejemplo. En buena cuenta, pues, de lo que se trata es de una estrategia que abarque todo el circuito de producción, post cosecha y transformación, que permita construir una economía de escala, con sanidad, manejo del ambiente, zonificación, etc., destinada a garantizar una oferta consistente.

Esta forma de comprensión del mercado orienta las acciones hacia cómo lograr que los productos biodiversos,

conservados, dentro de una estrategia de biodiversidad, se inserten en el mercado con éxito, con calidad y que den réditos, y por esa vía se conserven (ver Gráfico 1).

a través del mercado o del intercambio no mercantil o del consumo propio. Por lo tanto, no estaríamos ante posiciones excluyentes, pero se requeriría que tanto para la ruta del mercado como para la del au-

Gráfico 1.- Agrobiodiversidad para Mercado Exterior o de Exportación



Sin embargo, junto a esta línea expuesta, dentro del grupo hubo un planteamiento diferente de entender el asunto: cómo conservar esta biodiversidad vinculada a la seguridad alimentaria, protegiéndola de las tendencias destructivas del mercado.

Este planteamiento vino, principalmente, de los ecólogos. Ellos nos advirtieron que si bien el mercado ofrece ventajas a la biodiversidad, al restringirse sólo a los productos bien posicionados, finalmente el mercado tiende a destruir la diversidad porque premia a unos y castiga a otros, estimulando la homogenización de la producción. Ante esto, sugieren otra ruta: la conservación de la biodiversidad a través del autoconsumo y la seguridad alimentaria, en pocas palabras, apostando por la calidad de vida campesina.

La controversia presentada llevó al grupo a la siguiente reflexión: toda cosa que se usa se conserva; ese uso puede ser

toconsumo se diseñaran políticas propias.

En este momento del debate, entró en escena una tercera posición con relación al mercado. Este nuevo punto de vista partía de considerar que el mercado no es antiagrobiodiversidad de por sí, por lo tanto, no creía correcto adoptar una posición en contra del mercado, aunque reconocía la existencia de matices en torno al tema.

Luego, proponía un modelo espacial de la relación entre mercado y la conservación *in situ* de la diversidad de los cultivos nativos. En el contexto de la sierra peruana, megacentro de la agrobiodiversidad y depositaria de una milenaria cultura agrícola, de acuerdo a este modelo (ver Gráfico 2), se podrían reconocer dos espacios distintos a lo largo de la verticalidad de las montañas andinas. En la parte más alta estarían las chacras donde está la agrobiodiversidad, con un grupo de campesinos quienes practican la

CULTIVOS NATIVOS Y SU CONSERVACIÓN

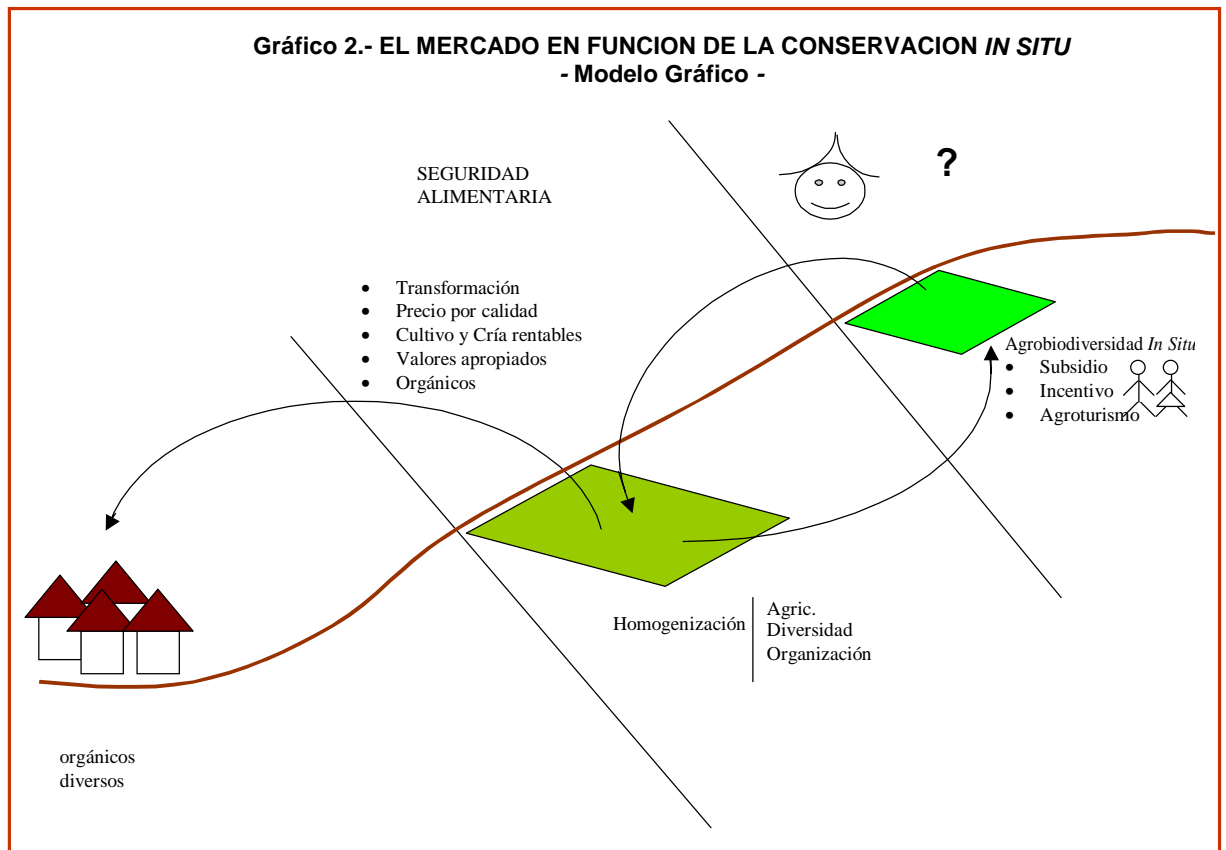
IN-SITU

Proyecto Conservación In Situ de Cultivos Nativos y sus Parientes Silvestres en el Perú

iiap - pnucl
www.insitu.org.pe



Tizón y Bueno 481, Jesús María, Lima-Perú
cultivos@ccta.org.pe
www.geocities.com/ccta.geo



conservación *in situ*. El otro espacio es el de los campos de cultivos de mayor extensión destinados a abastecer un mercado que, si bien puede pedir productos orgánicos y diversos, requiere de producciones altas, de mayor escala, lo cual tiende a la homogenización. Este espacio correspondería al de la producción agrícola para el mercado externo, con todos los elementos que ya se habían mencionado.

Pero, la pregunta central es: ¿de dónde saca materiales la agricultura que abastece el mercado? De la agricultura de conservación *in situ*.; pero ésta no podría soportar la demanda del mercado, por lo tanto, dado que suministra materiales genéticos únicos, debe dársele incentivos, subsidios, o estimular el agroturismo, entre otras cosas. Otra alternativa interesante y audaz es que se le "busque" un mercado más exigente, exquisito, que pueda pagar. Esto requeriría pensar en productos con presentaciones especiales, como, por decir algo, cajas de madera con papas amarillas yema de huevo, etc., y colocar estos productos a un alto precio, de acuerdo al valor que les corresponde. Sobre este último espacio es donde habría que poner los

ojos. Ahora bien, los campesinos que practican esta agricultura son los más pobres de los pobres y, por otro lado, no necesariamente se mueven en un solo espacio. La cuestión es cómo armonizamos estos dos espacios en función de la protección de la conservación *in situ*: ¿qué condiciones deben lograrse?, ¿quién paga a quién?, etc.

De hecho, con todo esto quedaba demostrado que el asunto del mercado era de gran complejidad. Sin embargo, eso no impidió que esbozáramos algunas ideas comunes sobre cómo la inserción al mercado podría servir a la conservación *in situ*. El consenso giró en torno a una estrategia de intervención que pudiera articular los dos campos en los cuales se mueve la vida campesina, esto es, lograr la inserción al mercado, incluyendo la exportación, de manera que se complemente, alimente y retroalimente con la conservación de la biodiversidad, a través de distintas medidas.

Es decir, estamos hablando de una estrategia de intervención que reconoce dos núcleos en torno a los cuales giran dos redes. Un núcleo es el central, el de la parte más

alta, el que se refiere a la conservación *in situ* de aquellas variedades y especies que en la lógica mercantil no tienen cabida y que, además, tienden a ser destruidas por esa lógica. El otro núcleo es el de mejorar la inserción en el mercado de aquellos productos nativos que ya están posicionados, de manera que esta inserción sea más sostenible en torno al conjunto, no sólo de la producción misma, sino que sea sistemáticamente sostenible: mejorar esa inserción, darles mejores condiciones de precio, calidad e impacto en el entorno, en el agroecosistema campesino en su conjunto.

Pero ambas redes, la conservacionista y la del mercado, interactúan entre sí constituyendo un sistema, con una estrategia cuyo fin es la conservación de la cepa.

Por lo tanto, esta estrategia de conservación *in situ* tiene dos lados frente al mercado: uno que sería reducir, neutralizar, eliminar, las tendencias negativas, destructivas, del mercado sobre la agrobiodiversidad. Y, dos, potenciar la inserción en el mercado de productos nativos dentro de un esquema optimista.

IN-SITU

Proyecto Conservación *In Situ* de Cultivos Nativos y sus Parientes Silvestres en el Perú

iiap - pnud
www.insitu.org.pe



Tizón y Bueno 481, Jesús María, Lima-Perú
cultivos@ccta.org.pe
www.geocities.com/ccta.geo