

**PIDAASSA**  
**Programa de Intercambio Diálogo y Asesoría en Agricultura Sostenible y**  
**Seguridad Alimentaria**

## **Propuesta de Incidencia Política:**

**“Fomento de mercados campesinos a  
favor de la seguridad alimentaria”**

**Marzo de 2007**

Una aspiración humana legítima es la obtención de mejores condiciones de vida que sean posibles y una aspiración social es que estas condiciones se ofrezcan en forma equitativa y permanente para todos en la sociedad tal que todos puedan subsistir decorosamente así como progresar humanamente.

El desarrollo no se limita únicamente a los cambios materiales, sino que involucra como complementos indisolubles los aspectos sociales, culturales, políticos. Estas dimensiones del desarrollo se sustentan dentro del enfoque de desarrollo humano que busca fortalecer las capacidades de la población y el respeto de sus derechos; que se ha venido impulsando desde el PIDAASSA PERU en las zonas rurales del país mediante una propuesta de agricultura sostenible y seguridad alimentaria que busca el protagonismo de campesinos y campesinas y que se aleja de un enfoque asistencialista que adormece procesos de desarrollo.

Es bueno considerar que nuestro país presenta una ruralidad muy heterogénea donde resaltan no solamente los aspectos ecológicos, geográficos, sino también diferentes formas organizacionales, culturales, económicas y políticas, esta heterogeneidad se manifiesta no solamente a nivel familiar, también se da entre comunidades, distritos y regiones. El PIDAASSA PERU teniendo como marco de accionar sus contrapartes ha venido aportando para la construcción de una propuesta por la Agricultura Sostenible y la Seguridad Alimentaria (ASSA) teniendo como aliados estratégicos a los pequeños productores organizados en las comunidades campesinas e indígenas, organizaciones de base y algunos gremios agrarios.

Ante las pocas oportunidades que tiene este sector de la pequeña agricultura familiar, pero también concientes de las grandes potencialidades y experiencias exitosas con que cuentan las familias campesinas, basado en sus principios y enfoques de intervención, viene propiciando a que esta apuesta de desarrollo se convierta en una opción de cambio, que permita encontrarse con su identidad, interculturalidad, respeto a sus decisiones y su inclusión como parte de la sociedad de nuestro país.

El tema de campaña de Incidencia Política (IP) busca impulsar el “fomento de mercados campesinos a favor de la seguridad alimentaria”, la cual ponemos a consideración de los líderes gremiales y de base.

## 1.1. Antecedentes y objetivos

El Programa de Intercambio, Dialogo y Asesoría en Agricultura Sostenible y Seguridad Alimentaria (PIDAASSA) es un programa auspiciado por Pan Para el Mundo (PPM), que viene desarrollando dentro de sus ejes temáticos el tema de Incidencia Política. El PIDAASSA con la experiencia que tiene está sirviendo de guía para que sus 13 contrapartes en el Perú desarrollen temas de campañas de incidencia política en el marco de la agricultura sostenible y seguridad alimentaria.

El PIDAASSA con participación de sus contrapartes y otras instituciones está llevando a cabo desde el 2003 diversos talleres a fin de desarrollar y aplicar conceptos y estrategias de IP en ASSA que involucren sectores amplios de la sociedad que permitan una actitud favorable de la población y políticas a favor de ASSA, con enfoque de género. La metodología de trabajo considera 12 pasos para hacer IP. En la última evaluación con el GC del PIDAASSA PERU se analizó el tema de IP “En Defensa de la pequeña agricultura por la seguridad alimentaria nacional” y se concordó que para la campaña de incidencia política se debe tener un tema más preciso para que los involucrados puedan identificar y movilizar mejor alrededor de él.

Por ello se quedó en el tema: Una Ley de Fomento de mercados campesinos a favor de la seguridad alimentaria”

### Objetivos

- ✚ Lograr que las familias de la pequeña agricultura puedan comercializar sosteniblemente, alimentos orgánicos.
- ✚ Sensibilizar a la sociedad civil sobre las bondades de consumir productos orgánicos y sobre las consecuencias negativas del consumo de productos chatarra.
- ✚ Articular a los/las productores/as, consumidores/as para su fortalecimiento organizativo.
- ✚ Lograr medidas legales que garanticen el fomento de mercados campesinos a favor de la seguridad alimentaria.

### Meta

- ✚ Lograr una Ley Nacional de Fomento de mercados campesinos para la seguridad alimentaria.

### ¿Porque promover mercados campesinos?

***Limitadas políticas públicas en favor de la pequeña agricultura familiar.***

---

Las políticas de desarrollo para el sector agropecuario, por la concepción y aplicación desde hace mucho tiempo han estado casi siempre al margen de los requerimientos e iniciativas de la población organizada del sector rural y especialmente de la pequeña producción familiar, ésta es una de las razones por la cual las apuestas de desarrollo tienen un limitado aporte e impacto, es decir no valoramos ni entendemos que tenemos un país diverso en lo productivo, en lo social, en lo cultural y que las apuestas de desarrollo no deberían de convertirse en recetas para aplicarse uniformemente sin diferenciar a los pequeños, medianos y grandes productores del País y aun más no valorar sus enfoques y principios con los que vienen realizando sus actividades de generación en generación especialmente los que hacen pequeña agricultura familiar.

En este sentido, la producción campesina en el país, posee una gran importancia socioeconómica, porque de ella dependen directamente campesinos, indígenas, microempresarios, obreros agrícolas, de allí que el campo es clave. Pero el papel fundamental y decisivo que hace el agro es contribuir, aportar en la seguridad alimentaria del país.

### ***Escaso desarrollo de los mercados campesinos locales***

El sector rural se caracteriza por un escaso desarrollo de sus mercados locales, sobretodo en zonas donde se ubican las comunidades campesinas o nativas; alejadas de las grandes ciudades. El débil desarrollo de mercados no sólo se refiere al mercado de productos sino además de mercados financieros, de servicios y de trabajo; donde los costos de comercialización son bastante altos y no permite una mayor participación de los pequeños productores en dichos mercados en condiciones ventajosas.

Las cadenas de comercialización reflejados en largos procesos de intermediación de productos campesinos aunados a los altos costos de transporte impide que los pequeños productores se beneficien de la transacción comercial. Si bien ello permite un cierto nivel de ingreso monetario para que complementen su consumo, ello no refleja un beneficio concreto al esfuerzo que realizan.

### ***Existencia de experiencias exitosas de comercialización campesina***

Existen experiencias exitosas promovidas por organizaciones no gubernamentales y organizaciones campesinas donde los productores han logrado insertarse a sus mercados locales mediante ferias que tienen cierto éxito, pero que en algunos casos no son sostenibles por el excesivo apoyo financiero que reciben, escasas estrategias de empoderamiento y porque los convenios que realizan con instituciones del Estado (alcaldías distritales y provinciales) concluyen apenas hay un cambio de autoridades.

El desarrollo de mercados va asociado al desarrollo de la institucionalidad y un marco legal que brinde condiciones de fomentar el desarrollo de los mercados internos considerando una producción sostenible que a su vez beneficie la salud de los consumidores. En efecto, la idea de la propuesta es promover el fomento de mercados con productos orgánicos proveniente de las comunidades campesinas, nativas y con productos de alto valor agregado a fin de garantizar una mejora en sus ingresos

---

monetarios y velar por la salud de los consumidores en un contexto en la que los productos importados expresados en “alimentos chatarra” deterioran la salud de la población.

La experiencia de muchos países desarrollados muestra que un país no puede renunciar a desarrollar sus propios mercados dando prioridad únicamente a los mercados internacionales.

### ***Por su Aporte al empleo***

La pequeña agricultura familiar constituye el 98 % de la Población Económicamente Activa (PEA) agropecuaria del país, el 92% de la PEA rural y representa el 94 % de unidades agropecuarias del país. En relación a la tenencia de la propiedad, el rango va de 0.5 has hasta 4.9 has que se le considera como pequeño productor y que constituye un 70.3% del total de productores agropecuarios.

Asimismo, la pequeña agricultura familiar aporta el 30% de empleo a nivel de toda la PEA del país y genera un efecto multiplicador importante en la economía de las regiones y brinda condiciones de trabajo que impiden un proceso de migración masiva de la población hacia las ciudades. Esto es importante precisarlo porque actividades como la minería por ejemplo solo dan empleo a poco más de 75,000 personas, que representan alrededor del 0.9% de la PEA en el país.

Por ausencia de políticas orientadas a este sector, mucha gente ha migrado del campo, abandonando sus cultivos para irse a las ciudades y han sufrido sus consecuencias ya que se incorporan al sector del subempleo en labores de comercio ambulatorio en condiciones muy difíciles.

### ***Por su aporte en el cuidado del medio ambiente y biodiversidad***

La conservación del medio ambiente es un tema de importancia nacional y mundial que está ligado a las bondades de la agricultura. Pero es la pequeña agricultura de las zonas andinas la llamada a preservar el medio ambiente por no usar insumos contaminantes (agroquímicos) en comparación con el otro tipo de agricultura intensiva causante de la contaminación de los recursos hídricos. La biodiversidad también conocida como diversidad biológica comprende a los organismos vivos pertenecientes a ecosistemas terrestres, acuáticos y marinos.

Asimismo, el Perú posee una muy alta diversidad de climas, de pisos ecológicos y zonas de producción y de ecosistemas productivos., por superficie de bosques el Perú es el segundo país en América Latina y el cuarto en el mundo, mientras que de las 117 zonas de vida reconocida en el mundo, 84 se encuentran en el Perú. La pequeña agricultura familiar campesina y nativa contribuye a su preservación así como la posibilidad futura de potenciar el ecoturismo al satisfacer necesidades de recreación.

### ***Por su aporte a la preservación de la cultura***

Los mercados campesinos constituyen espacios de intercambio no sólo de productos sino también de saberes, de difusión, de valoración y conservación de los recursos del agro. Asimismo, cumplen aspectos fundamentales en la dotación de productos

---

orientados básicamente al consumo; las cantidades a intercambiar varían de acuerdo a las necesidades y el excedente de producción con que cuentan las familias campesinas. Los mercados campesinos, más que su carácter comercial, reflejan la dinámica de la economía campesina y denotan el conjunto de estrategias de carácter interno que permiten la reproducción de sectores campesinos.

Conservar las costumbres ancestrales de los pueblos es una tarea no solo de las comunidades campesinas sino de toda la sociedad en general. Estas son costumbres oriundas, propias de los pueblos que tenemos que defender para que no desaparezcan. Las manifestaciones de las actividades de los pueblos campesinos como son: siembra de cultivos andinos, fiestas patronales, ferias artesanales, bailes, uso de las hierbas medicinales representan el modo de ser de las comunidades andinas.

El impulsar o fomentar el desarrollo de mercados campesinos locales, combinado con actividades de sensibilización a los consumidores permitirá preservar y valorar la cultura y los productos locales

***Permite cuidar la salud de la población.***

La oferta de productos provenientes de las familias campesinas no se caracteriza por el uso de agroquímicos (plaguicidas y pesticidas). En contraposición las famosas comidas rápidas tienen muchas calorías, algo de proteínas y exceso de grasa, sal y preservantes. Son escasos en hierro, calcio, vitaminas A, C y fibras. Es una alimentación que tiene el mismo sabor en cualquier parte del mundo, es una alimentación industrial producidos con el uso de hormonas en los animales, alimentos genéticamente modificados y uso de pesticidas en los vegetales utilizados. Entre estas están: gaseosas, tortillitas, frescos de sabores, pizza, hamburguesa, frituras, dulces, palomitas, hot-dog, nachos, entre otras.

Muchas instituciones nacionales han alertado que el excesivo consumo de "comida chatarra", combinado con la falta de actividad física en la población, es el causante del sobrepeso, la obesidad y otras enfermedades como la hipertensión arterial, diabetes y cáncer, especialmente del colon". "Las frituras muy condimentadas contienen exceso de grasas y sal. La ingesta de salchipapas, pollo a la brasa, hamburguesas con abundantes cremas y papas al hilo o embutidos, a largo plazo produce la presencia de enfermedades

***Mejora la economía de las familias campesinas***

La economía campesina combina actividades productivas y de comercialización con el fin de complementar su dieta alimentaria o cubrir necesidades básicas (salud, educación, etc.) sobre la base de la venta de sus excedentes. En ese sentido, los ingresos monetarios no representan un peso importante en su economía, pues hay familias que viven con 100 soles mensuales y que complementan su consumo con trueques locales. Entonces, promover mercados campesinos permitiría un incremento importante en los ingresos de la economía familiar campesina.

---

## ¿Porqué la Seguridad Alimentaria Nacional?

Alcanzar la seguridad alimentaria requiere que las personas tengan disponibilidad de provisiones físicas de alimentos suficiente, que las familias tengan adecuado acceso a esos abastecimientos de alimentos a través de su propia producción, a través del mercado (dado un poder de compra suficiente) o a través de otras fuentes y que la utilización de esas provisiones de alimentos sean apropiadas para satisfacer las necesidades dietéticas específicas de los individuos.

La principal preocupación de una nación y del estado que la organiza y representa consiste en que pase lo que pase la comida debe llegar a la mesa de los que lo necesitan. A pesar de los conflictos, catástrofes, guerras incluyendo los que tienen recursos con que comprarlos. Entonces el concepto de seguridad alimentaria no solo se refiere al problema de asegurar que los alimentos de una nación existan sino tienen que ver sobre todo en donde se producen y si podemos garantizar que lleguen al lugar indicado (acceso) y que estén disponibles para las familias.

En el PIDAASA Perú ha definido la Seguridad Alimentaria como la capacidad de producir, disponer y acceder oportunamente a alimentos de calidad, para ser utilizados de acuerdo a la cultura alimentaria de las familias orientado a satisfacer las necesidades de la demanda actual y futura, con uso adecuado de los recursos locales y participando en las decisiones de política de Estado. Es decir se introduce la dimensión, social, cultural y política asociado a la calidad de los productos locales.

Estas dimensiones no son consideradas dentro del contexto de globalización de las economías y del comercio mundial manejada por las empresas transnacionales. En efecto, actualmente el sistema agroalimentario es una compleja red planetaria de insumos, producción, procesamiento y mercadeo de bienes agroalimentarios dominada totalmente por empresas transnacionales. Once de ellas, controlan esta red y manejan un valor combinado de ventas de 293 mil millones de dólares al año, mayor que el producto interno bruto de la gran mayoría de los países latinoamericanos.

La dinámica de concentración del poder agroalimentario plantea grandes problemas a los productores campesinos o familiares, tanto de los países del norte como del sur. Sobre todo los primeros muchas veces no tienen otra alternativa que comprar sus semillas e insumos a las corporaciones y comercializar a través de ellas. Lo que más preocupa es que ya no son los propios productores campesinos, ni siquiera los gobiernos, quienes están tomando las decisiones fundamentales de qué sembrar, cómo sembrar y a quién vender. Son las corporaciones que dominan el sistema agroalimentario global. Y, lo que es peor, ya ni siquiera la decisión de cómo conservar su tierra, su agua y sus recursos naturales se está dejando a los campesinos.

Adicional a estos problemas se debe involucrar a la población de las ciudades es decir los consumidores, pues al final ellos mismos son perjudicados por no alimentarse con productos sanos provenientes de la pequeña agricultura familiar principalmente. En ese sentido, una propuesta de fomento de mercados campesinos por la seguridad alimentaria contribuiría a generar una mayor conciencia de la población local, regional y nacional

---

En efecto, la propuesta de la campaña de incidencia política del PIDAASSA PERU busca sensibilizar no solo las organizaciones de productores sino también hacer alianzas con organización de consumidores a nivel nacional a fin de sensibilizar a la población sobre los riesgos de la alimentación con alimentos importados y orientar la demanda del mercado de alimentos hacia la producción de la pequeña agricultura familiar que revalore nuestra cultura y nuestras costumbres alimenticias ancestrales en aras de una vida más sana y un beneficio para nuestros productores nacionales.

### **Hacia una campaña para lograr una Ley de Fomento de mercados campesinos.**

En la actualidad, los mercados campesinos o ferias no tienen carácter legal. Se conocen casos donde las ferias o mercados campesinos han sido promovidos por ONGs en convenio con los gobiernos locales y organizaciones campesinas. Sin embargo, frente a cambios de autoridades suelen truncar este proceso si es que no tienen ningún sustento de ley que permita el impulso y garantice su continuidad. Es necesario que la realización de esta actividad sea promovida por las autoridades regionales y locales con la normatividad del caso (leyes) y éstos beneficien a los pequeños agricultores y a los consumidores

Por ello es que se buscará que se promueven mercados campesinos no sólo para que el gobierno local brinde un espacio físico para que de manera organizada puedan vender sus productos directamente, sino también brindando condiciones de salubridad y de seguridad para que compradores y vendedores estén cómodos y pueda realizarse una transacción comercial basado en la confianza, reciprocidad y seguridad de adquirir productos sostenibles provenientes de la agricultura orgánica.