



## LIMITANTES EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE AGRICULTORES FAMILIARES DE LA BANDA OESTE DEL RÍO SANTA MARÍA, PROVINCIA DE CATAMARCA

Álvarez Parma M.B. <sup>1</sup>, Kaen R.M. <sup>2</sup>, Bustos E.S. <sup>3</sup>, Gutiérrez Rivas R. <sup>1</sup>, Guzmán P. <sup>4</sup>, Fernández Górgolas M. del C. <sup>5</sup> & R.D. Cruz <sup>6</sup>

<sup>1</sup> Cátedra de Organización y Administración de Empresas Agropecuarias. FCA. UNCa

<sup>2</sup> Cátedra de Fitopatología Vegetal. FCA. UNCa

<sup>3</sup> Cátedra de Biometría y Técnica Experimental. FCA. UNCa

<sup>4</sup> Cátedra de Seminario de Campo. FCA. UNCa

<sup>5</sup> Cátedra de Zoología Agrícola. FCA. UNCa

<sup>6</sup> Cátedra de Extensión Rural. FCA. UNCa

✉ [mbempe2012@gmail.com](mailto:mbempe2012@gmail.com)

**Palabras clave:** valor agregado, productores familiares, sistemas productivos.

El propósito de este trabajo es presentar avances de una investigación exploratoria tendiente a identificar, caracterizar y analizar el modelo de comercialización para los principales productos agrarios de un grupo de productores familiares asociados de La Banda Oeste del Río Santa María (Provincia de Catamarca). La propuesta de investigación se originó por la escasa pesquisa encontrada sobre: los espacios donde se coloca o vende la producción; los canales de comercialización; el acceso a la comercialización; el acopio, el envasado, el empaque, las marcas, la sanidad y las garantías; la distribución, la logística y el marketing; y las cuestiones legales. Asimismo, es escueta la información respecto a volúmenes comercializados de un producto, por un productor o un grupo, al igual que su distribución en el año y los empleos e ingresos generados. La información primaria proviene de 19 encuestas a productores, 12 encuestas a feriantes productores de la Feria Arco Iris, registros fotográficos, observaciones sistemáticas de fincas, productores y feriantes, y un taller participativo. De los datos recabados surge que: el 53 % de los productores cultiva hortalizas, siendo de 19.700 kg para los verdes de estación y 24.590 kg entre papa, cebolla y tomate. El 40 % de los productores cultiva pimiento para pimentón, cuya producción total en la zona asciende a los 17.200 kg (las fincas son sistemas productivos diversificados y se realizan entre dos y siete cultivos, además de los mencionados). El 76 % de la producción de verdes hortalizas y 60 % de la producción de pimiento se comercializa a través de acopiadores,



mientras que la papa, cebolla y el tomate se comercializa, principalmente, por venta directa. Productos de menor volumen de producción, como la quínoa y la mostaza, se venden principalmente en la Feria, mientras que chaucha, arveja y morrón en fresco, en el mercado concentrador de Tucumán. Las principales limitantes de la venta a los acopiadores o molineros son los bajos precios y la demora en los pagos. Los productos son vendidos principalmente a granel, pero existen algunos intentos para fraccionar, envasar y elaborar otros productos, entre los que se encuentran encurtidos, almibarados, dulces, confituras y deshidratados. El pimiento para pimentón se vende en vaina tipificado y las verduras en bolsas o cajones. El 50 % de los productores se encarga de la venta de sus propios productos, mientras que para el resto se encarga otro miembro de la familia. Las conclusiones preliminares no se alejan de otros diagnósticos ya realizados para productores familiares de Santa María y de otras zonas del país o Latinoamérica. Es decir, que la baja escala de producción/venta individual, sumada a la escasa organización y a la informalidad comercial, les impide encarar la comercialización en condiciones favorables frente a acopiadores, las industrias locales y otros actores del sistema. Estas situaciones de desigualdad comercial atentan no sólo contra el valor final de los productos, sino también contra las mejoras que introduce el productor en la calidad, la diferenciación y la valorización de estos, a partir de sugerencias técnicas generadas en políticas de desarrollo rural.