



Estructura del mercado agrario

Para entender el papel que las personas tienen en el mercado, hay que concebir cómo se considera al individuo en los paradigmas teóricos del comportamiento mercantil. En la teoría neoclásica, los sujetos tienen la posibilidad de decidir para obtener beneficios y optar por un mayor bienestar, basándose en alternativas y oportunidades muy diversas; esto presupone que las personas poseen conocimientos y habilidades para tomar las mejores decisiones dentro de un mercado donde todos tienen las mismas posibilidades de acceso a bienes, servicios e información.

Por otro lado, la posición neoinstitucionalista pone en duda varios preceptos neoclásicos, señalando que no hay una consideración de las eventualidades e incertidumbres que imperan en la realidad, empujando las decisiones de las personas hacia distintos escenarios, pues ellas tampoco conocen toda la información del mercado, así como tampoco tienen las capacidades y habilidades para adquirir por igual los mismos bienes y servicios.

El acceso a los mercados está restringido por muchas variables, de las que los sujetos no tienen control, pues no existen condiciones sociales que permitan una igualdad de oportunidades; en ese sentido, las personas se comportarán racionalmente, donde sus decisiones se basarán de acuerdo al mejor aprovechamiento de los recursos que poseen, los cuales son limitados.



Imagen 1: Para entender el papel que las personas tienen en el mercado, hay que concebir cómo se considera al individuo en los paradigmas teóricos del comportamiento mercantil.

Las sociedades no son entidades perfectas, sino agrupaciones de individuos que buscan maneras óptimas para relacionarse, utilizando mejor los recursos con los que cuentan. Ante esa situación, los bienes públicos pretenden satisfacer las necesidades básicas, sin restringir, a ningún miembro de la población, el acceso a las mismas. Por lo general se trata de servicios ofrecidos por instituciones públicas que regulan las actividades sociales y gubernamentales.

Las organizaciones se constituyen con base en los objetivos y parámetros que los guían, y de acuerdo a las necesidades de las personas que las crean, por lo que la asignación de recursos se da de acuerdo a sus intereses y metas, a partir del análisis de su contexto social y la identificación de los distintos agentes económicos que en él existen. Cada agrupación busca su mejor posicionamiento dentro de su



realidad, por lo que existe una confrontación/competencia entre los objetivos comunes (sociales/ públicos) y los personales (privados).

Estos enfrentamientos están presentes también dentro de los círculos mercantiles, en empresas que participan de una misma actividad económica, donde las acciones de unos tienen un impacto significativo en las decisiones de otros, porque se ven regulados por las mismas políticas, y dependen de los mismos recursos, aunque sus objetivos sean distintos.

En ese sentido, hay que considerar la propiedad privada, es decir, particulares que poseen un recurso, bien o servicio de forma exclusiva, así como los derechos de uso, explotación y mercantilización; se trata de facultades obtenidas a través de negociaciones con agentes públicos y privados que les transfieren la propiedad por tiempo indefinido, a cambio ciertas facilidades.

A pesar de tratarse de cuestiones de privatización, ambas esferas (públicas y privadas) continuarán interactuando entre sí, porque se mueven en un mismo contexto; de ahí que los derechos de propiedad permitan diferenciar bienes y servicios de organismos públicos (como instancias gubernamentales), de los pertenecientes a entidades privadas (empresas particulares). Ello implica que la sociedad tendrá, o no, acceso a su consumo, pues dependerán de la capacidad que los individuos tengan para adquirirlos, ya sea a través de un intercambio monetario o por sus derechos como ciudadano.

Los actores que participan en un mercado (intercambio de bienes y servicios) están sujetos al contexto donde se lleva a cabo esa actividad económica, como la información que poseen, las facilidades para participar en él y su situación particular; así como las dificultades de abastecimiento a las que se enfrentan los agentes públicos y privados que regulan ese intercambio.

Un mercado es un espacio de encuentro, coordinación y negociación que tiene como fin el intercambio entre seres humanos,



cuyas necesidades son infinitas porque se ajustan a sus realidades; cada individuo se esforzará por alcanzar acuerdos aceptables para satisfacer sus intereses y expectativas. Hablamos de personas que buscan convenios que faciliten y regulen sus actividades económicas.

Debemos entender que, dentro del sector agropecuario, los bienes y servicios dependen de determinantes naturales (la dotación física de recursos naturales y procesos biológicos de plantas y animales), y socioeconómicos; esto nos habla del modo en que el ser humano se organiza para explotar los recursos con los que cuenta, además de generar conocimiento que beneficie esa relación con el ambiente.

Se trata de una interacción donde los sujetos poseen intereses, preocupaciones, expectativas y preferencias por obtener compromisos de cooperación para organizar la explotación, distribución y mantenimiento de ambas determinantes. Un ejemplo de ello es la relación en la producción agropecuaria, pues las características físicas del escenario donde se realizan estas actividades influyen en la forma en que las personas se acercan a estos mercados.

Existen dificultades y desigualdades que deben superarse a partir de una mayor gestión y cuidado de los recursos, pues una mejor organización de los procesos administrativos puede reducir la incertidumbre en los intercambios mercantiles, propiciando una estabilidad que beneficie a la sociedad, satisfaciendo sus necesidades y expectativas de forma responsable, y asegurando las condiciones de equidad y bienestar social.

Para poner en práctica la fase teórica, se presenta un ejercicio donde el lector debe analizar, desde el punto de vista institucional, los efectos de una política agroalimentaria en relación a los mercados agropecuarios de pequeños productores de arroz. Los materiales para la actividad se describen en el texto, así como las instrucciones para su realización.



Por último, al tratarse de un texto que habla sobre la realidad peruana de la región de Chiclayo, se ofrece un pequeño glosario de algunos organismos de carácter público y privado, los cuales trabajan cuestiones agropecuarias y agroalimentarias en la zona.

Se mencionan instituciones gubernamentales como la *Dirección Regional Agraria del Valle de la Abundancia* o el *Servicio Nacional de Sanidad*; compañías privadas como la *Empresa Técnica de Conservación, Operación y Mantenimiento S. A.*, y organizaciones no gubernamentales como *Agrosostenible*, y *Empresa y AGRO*.

Es importante entender que, aunque se trata de un contexto muy particular, las similitudes culturales permiten crear un panorama que facilite entender la realidad en la que vivimos, llevándonos a generar proyectos que se enfoquen en nuestras necesidades, basándonos en experiencias ajenas.

Fuente:

León, Carlos. (2007). *Gestión empresarial para agronegocios*. Chiclayo, Perú: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.