



联合国
粮食及
农业组织

Food and Agriculture
Organization of the
United Nations

Organisation des Nations
Unies pour l'alimentation
et l'agriculture

Продовольственная и
сельскохозяйственная организация
Объединенных Наций

Organización de las
Naciones Unidas para la
Alimentación y la Agricultura

منظمة
الغذية والزراعة
للأمم المتحدة

COMITÉ DE PROBLEMAS DE PRODUCTOS BÁSICOS

74.º período de sesiones

10-12 de marzo de 2021

***EL ESTADO DE LOS MERCADOS DE PRODUCTOS BÁSICOS
AGRÍCOLAS (SOCO), 2020***

Resumen

La edición de 2020 del informe principal *El estado de los mercados de productos básicos agrícolas (SOCO 2020)* se centra en abordar las políticas y mecanismos que promueven resultados —económicos, sociales y ambientales— sostenibles en los mercados agrícolas y alimentarios, tanto a escala mundial como nacional. En el informe se tratan numerosos aspectos de la evolución de los mercados y el comercio desde comienzos de este siglo, tales como la aparición de cadenas de valor mundiales en la alimentación y la agricultura; la medida en que los pequeños productores de los países en desarrollo participan en las cadenas de valor y los mercados, y las repercusiones transformadoras de la tecnología digital en los mercados. En este contexto, en SOCO 2020 se analizan políticas y mecanismos que pueden promover un crecimiento económico inclusivo y además aprovechar los mercados para contribuir al cumplimiento de la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Medidas que se proponen al Comité

Se invita al Comité a debatir sobre el contenido y las conclusiones de la edición de 2020 del SOCO y a considerar los siguientes puntos para adoptar medidas adicionales:

- reconocer el papel del comercio y los mercados alimentarios y agrícolas eficientes en la contribución a la transformación de la alimentación y la agricultura y el fomento de la seguridad alimentaria y la nutrición, el crecimiento económico inclusivo y el desarrollo sostenible;
- poner de relieve la necesidad de establecer políticas y acuerdos comerciales que fomenten mercados mundiales eficientes, transparentes y abiertos, especialmente en momentos de crisis como la pandemia de la enfermedad por coronavirus (COVID-19), complementados con medidas que mejoren la capacidad de integrar la alimentación y la agricultura en las cadenas de valor mundiales modernas;
- destacar la necesidad de políticas públicas y mecanismos propicios, como la agricultura por contrato, los sistemas de certificación de la sostenibilidad y el desarrollo de aplicaciones de

tecnología digital, para aprovechar el comercio y los mercados alimentarios y agrícolas a fin de apoyar el cumplimiento de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Las preguntas sobre el contenido esencial de este documento deben dirigirse a:

Boubaker Ben-Belhassen
Secretario del Comité de Problemas de Productos Básicos (CCP)
Correo electrónico: Boubaker.Benbelhassen@fao.org

I. Comercio, mercados y desarrollo sostenible

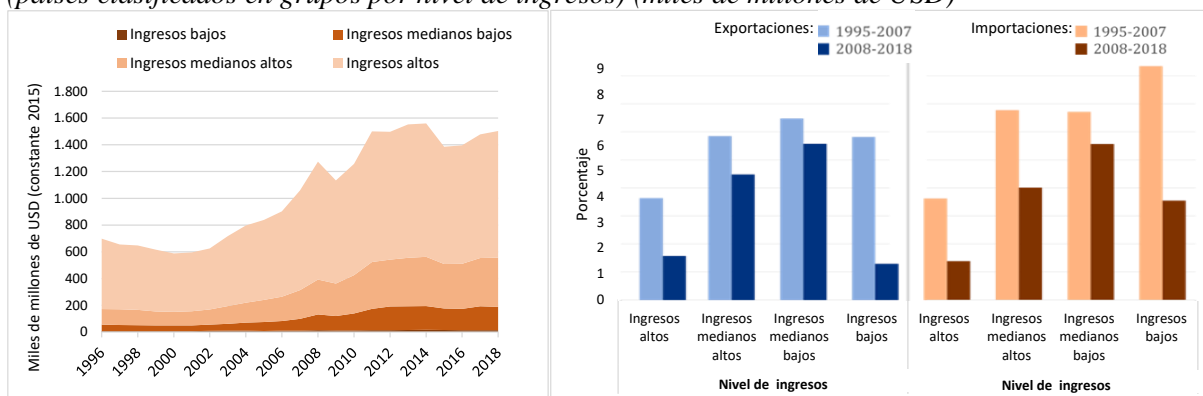
1. La Agenda 2030 y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) tienen por objeto lograr un futuro mejor y más sostenible para todos. Abordan los desafíos mundiales a los que nos enfrentamos, en particular el fin de la pobreza y el hambre y la recuperación y gestión sostenible de los recursos naturales. Los ODS integran las tres dimensiones de desarrollo sostenible, esto es, económica, social y ambiental, con metas estrechamente relacionadas entre sí.
2. El comercio y los mercados ocupan un lugar central en el proceso de desarrollo. En el ámbito de la alimentación y la agricultura, los mercados amplían las opciones de los consumidores y crean incentivos para los agricultores, posibilitando así la asignación óptima de recursos y proporcionando los cauces a través de los cuales la agricultura se vincula con otros sectores de la economía. Este aspecto hace que los mercados sean fundamentales para la transformación estructural de la economía.
3. El papel de los mercados que funcionan correctamente a la hora de impulsar el crecimiento económico es significativo. Sin embargo, como mecanismo, los mercados no pueden garantizar la provisión de una serie de beneficios de carácter social y ambiental cruciales para lograr un desarrollo sostenible y pueden no llegar a conciliar los intereses de las personas con las necesidades de la sociedad.
4. En la edición de 2020 de *El estado de los mercados de productos básicos agrícolas* (SOCO) se estudia la evolución del comercio y los mercados y se analiza su función en el desarrollo sostenible mediante el examen de la aparición de cadenas de valor mundiales en la alimentación y la agricultura; la medida en que los pequeños productores de los países en desarrollo participan en las cadenas de valor; y las repercusiones transformadoras de la tecnología digital en los mercados.
5. Los vínculos de la agricultura con la seguridad alimentaria, el crecimiento económico y la erradicación de la pobreza, el empleo, el medio ambiente y la gestión de los recursos naturales, así como la nutrición y la salud, se reflejan en la mayoría de los ODS. Los mercados identifican estos vínculos y en el informe se analizan políticas y mecanismos que aprovechan los mercados agrícolas y alimentarios para contribuir al logro de resultados sostenibles, esto es, económicos, sociales y ambientales.
6. El SOCO se presentó el 23 de septiembre de 2020 en un acto virtual en el que participaron ministros, viceministros y responsables de la formulación de políticas al más alto nivel de entre los Miembros de la FAO, que formularon observaciones sobre los principales mensajes del informe. Sus intervenciones señalaron un contenido rico en materia de políticas que comprendía cuestiones relativas a la contribución del comercio a la seguridad alimentaria y el desarrollo; enfoques de políticas respecto del comercio, la ayuda interna y la pandemia de la COVID-19; iniciativas para integrar a los agricultores en las cadenas de valor modernas y abordar las compensaciones recíprocas entre los objetivos económicos, ambientales y sociales; y el papel que pueden desempeñar las tecnologías digitales en la aceleración del crecimiento y el desarrollo sostenible.

II. La evolución del comercio y los mercados

7. Desde 1995, el comercio internacional en los sectores de la alimentación y la agricultura se duplicó con creces en términos reales hasta alcanzar un valor de 1,5 billones de USD en 2018. Las economías emergentes y los países en desarrollo participan cada vez más en los mercados mundiales agrícolas y alimentarios y sus exportaciones han aumentado hasta superar un tercio del total mundial (Figura 1).

8. Este crecimiento del comercio es el resultado de varios factores. Las mejoras en la tecnología y la disminución de los costos de transporte han facilitado y abaratado el comercio. Las políticas comerciales y la bajada de los aranceles de importación, como consecuencia del Acuerdo sobre la Agricultura de la Organización Mundial del Comercio (OMC) que entró en vigor en enero de 1995 y numerosos acuerdos comerciales bilaterales y regionales, también han sido factores clave en el fomento del comercio en los sectores de la alimentación y la agricultura.

Figura 1. Evolución del comercio agroalimentario, 1995-2018 (países clasificados en grupos por nivel de ingresos) (miles de millones de USD)

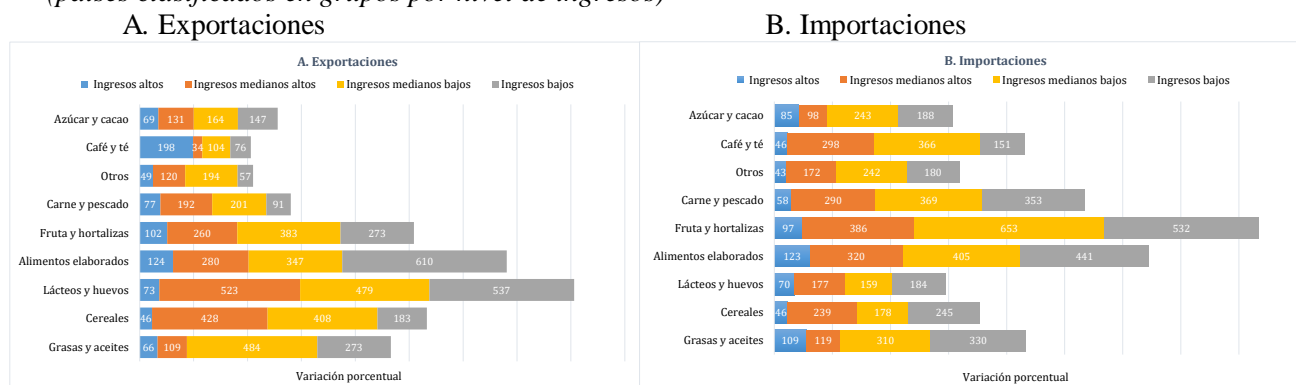


Nota: Todos los cálculos se basan en valores de comercio a precios de 2015. Los grupos de países por nivel de ingresos se basan en la clasificación del Banco Mundial. Los cálculos del Gráfico B se basan en promedios trienales de los valores del comercio a precios de 2015.

Fuente: Cálculos de la FAO para los que se utilizó la información de la Base de Datos Estadísticos de las Naciones Unidas sobre el Comercio Internacional (UN Comtrade) (consultada en mayo de 2020).

9. Estos factores, junto con el aumento de los ingresos per cápita tanto en países desarrollados como países en desarrollo, han estimulado la expansión del comercio en la alimentación y la agricultura. El incremento de los ingresos también está relacionado con tendencias demográficas, tales como la urbanización, que traen consigo nuevos estilos de vida y cambios en la alimentación, lo que incide en el comercio y los mercados. A medida que los países se desarrollan, la población consume menos alimentos básicos y más carne, productos lácteos y frutas y hortalizas. Estos cambios en la alimentación se reflejan en las pautas del comercio internacional (Figura 2).

Figura 2. Variación en las exportaciones e importaciones por grupo de alimentos, 1995-2018 (países clasificados en grupos por nivel de ingresos)



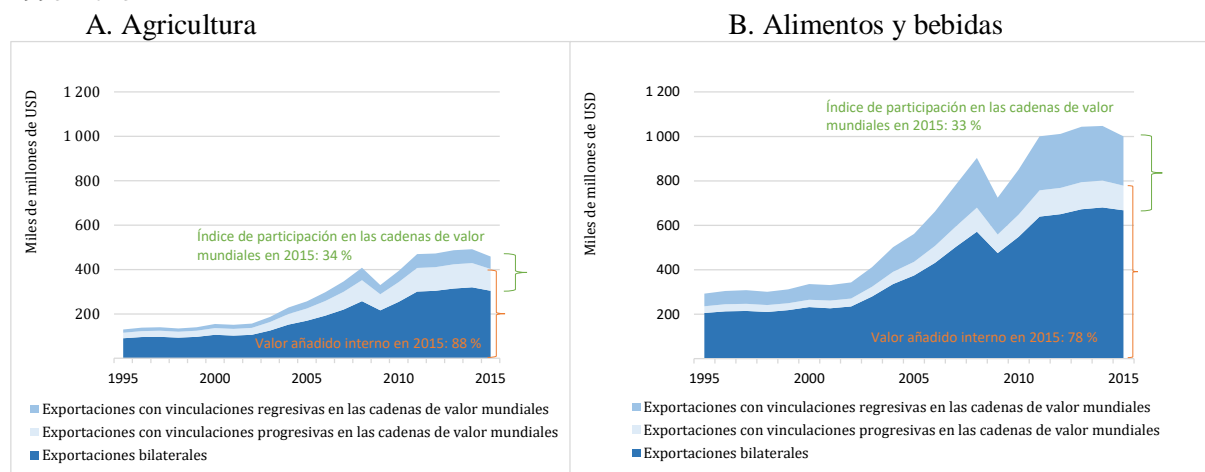
Nota: Los cálculos se basan en promedios trienales de los valores del comercio a precios de 2015. A título ilustrativo, la variación porcentual de 1995 a 2018 por grupo de países según nivel de ingresos se muestra en una barra por grupo de alimentos. No pueden sumarse las variaciones porcentuales dentro de los grupos de alimentos. Fuente: Cálculos de la FAO para los que se utilizó la información de la Base de datos UN Comtrade (consultada en mayo de 2020).

10. En el mundo en desarrollo, la urbanización avanza a un ritmo rápido y ha repercutido en los mercados alimentarios nacionales. Las preferencias de los consumidores por la comodidad y la calidad e inocuidad de los alimentos están fortaleciendo la coordinación vertical de las cadenas de valor

alimentarias y la aparición de supermercados. En 2018, las ventas de las principales cadenas de supermercados se incrementaron hasta 10 veces en países de América Latina y el Caribe y Asia en comparación con comienzos de siglo. En el África subsahariana, los consumidores urbanos son también más propensos a comprar en supermercados e invierten una proporción mayor de sus ingresos en comer fuera de casa.

11. Los avances en el ámbito de la tecnología digital han mejorado la comunicación entre las personas y están teniendo una profunda repercusión en las economías y sociedades. En cuanto a la demanda, la mejora de la comunicación trae consigo afinidad cultural que, a su vez, influye en las preferencias de los consumidores en materia de alimentos. Por lo que respecta a la oferta, puesto que los agricultores y las empresas tienen más facilidad para comunicarse, pueden coordinar mejor sus operaciones transfronterizas y participar en las cadenas de valor mundiales. Alrededor de un tercio del comercio de productos alimentarios y agrícolas se realiza en cadenas de valor mundiales y cruza fronteras al menos dos veces, pues los productos primarios se exportan inicialmente para su transformación en productos alimentarios, los cuales, a su vez, se reexportan. La observación del comercio a través de la lente de las cadenas de valor mundiales permite descomponer las exportaciones brutas en comercio relacionado con las cadenas de valor mundiales y comercio bilateral sin cadenas de valor mundiales (Figura 3). Los países participan en las cadenas de valor mundiales mediante vinculaciones regresivas, dependiendo así de los insumos importados para la producción de productos exportados, y a través de vinculaciones progresivas, exportando productos básicos y productos alimentarios parcialmente elaborados para su elaboración y exportación posteriores.

Figura 3. Exportaciones brutas a escala mundial y participación en las cadenas de valor mundiales, 1995-2015



Nota: Las exportaciones con vinculaciones regresivas en las cadenas de valor mundiales son la suma del valor añadido externo en distintos países, es decir, todo el valor añadido que ya ha formado parte de las exportaciones en una etapa anterior de la cadena de valor; en el plano mundial, esto representa la doble contabilización del valor añadido. Las exportaciones con vinculaciones progresivas en las cadenas de valor mundiales son exportaciones que volverán a exportarse y a agregarse para todos los países. Las exportaciones bilaterales al margen de las cadenas de valor mundiales son exportaciones que no circulan a través de las cadenas de valor mundiales. Las exportaciones que tienen vinculaciones regresivas y progresivas se agregan a la participación en las cadenas de valor mundiales; las exportaciones con vinculaciones progresivas y las exportaciones al margen de las cadenas de valor mundiales se suman al valor añadido interno, agregado para todos los países. La suma de los tres elementos equivale a las exportaciones brutas. Véanse las definiciones en el Recuadro 2.1 del SOCO 2020.

Fuente: Análisis de la FAO por Dellink *et al.* 2020.

12. La evolución del comercio internacional y las cadenas de valor agroalimentarias mundiales se vieron interrumpidas por la crisis financiera en 2008. Desde entonces, la desaceleración de la economía mundial ha afectado al comercio y las cadenas de valor mundiales. En la primera parte de 2020, los mercados, tanto nacionales como mundiales, afrontaron nuevamente importantes retos debido al brote de la enfermedad por coronavirus (COVID-19) y las restricciones de movimiento de personas y viajes internacionales que se impusieron para contener su propagación. Se prevé que la pandemia y su repercusión en la economía mundial afecten de forma considerable al comercio. En abril de 2020, la OMC sugirió que el comercio mundial de mercancías sufriría un desplome de entre un 13 % y un 32 %

debido a la interrupción de las actividades económicas provocada por la pandemia de la COVID-19. Aunque la recuperación no está clara, las previsiones de la OMC revisadas en octubre de 2020 parecen indicar que el volumen del comercio mundial de mercancías disminuiría un 9,2 % en 2020.

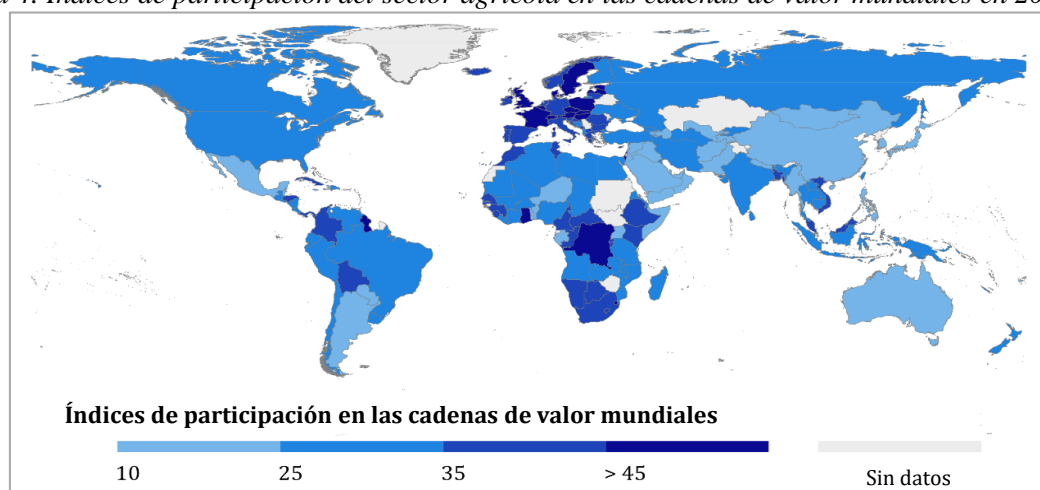
13. Los gobiernos y el sector privado están dando gran prioridad a que las cadenas de valor sigan funcionando en medio de las restricciones de movimiento. Como resultado de ello, se están haciendo esfuerzos por conectar las zonas de producción de alimentos con los centros urbanos a través de canales especiales, respetando medidas de seguridad como la realización de pruebas, el distanciamiento físico y otras prácticas de higiene, con el fin de agilizar el suministro de alimentos perecederos y nutritivos a las poblaciones afectadas. En el plano mundial, los responsables de la formulación de políticas en muchos de los principales países exportadores de alimentos, como los miembros del Grupo de los Veinte (G-20), acordaron no imponer medidas de restricción del comercio injustificadas, tales como prohibiciones de las exportaciones, a fin de velar por que el comercio siga transfiriendo alimentos y productos agrícolas de las regiones con excedentes a las regiones deficitarias, fomentando así la seguridad alimentaria a escala mundial.

III. Las cadenas de valor mundiales pueden contribuir al crecimiento económico

14. Las cadenas de valor mundiales se han convertido en una parte importante del comercio agroalimentario. Estas cadenas desglosan el proceso de producción en etapas y en todo el mundo para lograr una mayor eficacia, lo que permite a los agricultores y empresas en países en desarrollo superar las limitaciones derivadas de la falta de un sector nacional alimentario bien establecido y orientado a la exportación. Los agricultores y empresas tienen más opciones de participar en los mercados mundiales y pueden aprovechar mejor su ventaja comparativa en cualquier etapa de la cadena de valor que elijan.

15. Los índices de participación en las cadenas de valor mundiales varían mucho de un país a otro (véase la Figura 4 por lo que se refiere a la agricultura). Los países pequeños tienden a comerciar más y, en consecuencia, es más probable que participen en cadenas de valor mundiales. Esto puede reflejar también que los países pequeños están relativamente más abiertos al comercio, ya que sus economías carecen de escala y tienden a estar menos diversificadas. Los índices elevados de participación en las cadenas de valor mundiales surgen asimismo gracias a las zonas de libre comercio que promueven el comercio entre los signatarios (como por ejemplo en Europa, Figura 4).

Figura 4. Índices de participación del sector agrícola en las cadenas de valor mundiales en 2015



Nota: Los índices de participación en las cadenas de valor mundiales son la suma de las vinculaciones regresivas y progresivas en las cadenas como porcentaje de las exportaciones brutas. Véase el Recuadro 2.1 del SOCO 2020 para consultar las definiciones.

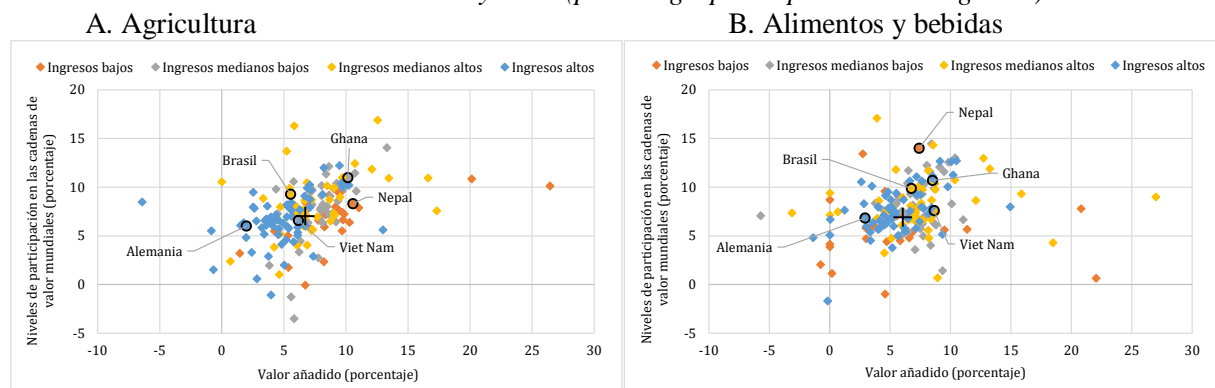
Fuente: Análisis de la FAO por Dellink *et al.*, 2020.

16. Según datos recientes, la participación en las cadenas de valor puede ser aún más beneficiosa para el crecimiento y la productividad que el comercio bilateral sin cadenas de valor mundiales (Figura 5). Tanto en el sector agrícola como en el de los alimentos y bebidas, los países que tienen una

tasa de incremento medio del valor añadido más alta suelen tener un mayor crecimiento de los niveles de participación en las cadenas de valor mundiales.

17. Las cadenas de valor mundiales pueden suponer una importante vía de crecimiento para los países en desarrollo. Como consecuencia de una mejor coordinación, las cadenas de valor mundiales pueden mejorar los efectos del comercio internacional en el crecimiento, esto es, efectos indirectos de las tecnologías y conocimientos que generan aumentos de la productividad, mejores oportunidades de empleo y el incremento de los ingresos. En promedio y a corto plazo, un incremento del 10 % de la participación de la agricultura en las cadenas de valor mundiales puede suponer un incremento de alrededor del 1,2 % en la productividad laboral. Esta repercusión inmediata se traduce también en efectos positivos sostenidos a largo plazo en la productividad que pueden aportar beneficios importantes a los países en desarrollo.

Figura 5. Relación entre el incremento del valor añadido y el crecimiento de la participación en las cadenas de valor mundiales entre 1995 y 2015 (países agrupados por nivel de ingresos)



Nota: La participación en las cadenas de valor mundiales refleja el crecimiento de los niveles de participación, no los índices. El valor añadido refleja el valor añadido total en la producción. Los índices de crecimiento reflejan los índices medios de crecimiento anual entre 1995 y 2015.

Fuente: Dellink *et al.*, 2020.

18. Las políticas comerciales son fundamentales, dado que las cadenas de valor mundiales son transnacionales y los productos cruzan las fronteras numerosas veces, pagando aranceles en cada una de ellas. Reducir el número e intensidad de los obstáculos al comercio puede ayudar a fomentar las cadenas de valor mundiales. A lo largo de una cadena de valor mundial, la reducción de los aranceles de importación puede aumentar las importaciones de insumos y productos intermedios, lo cual, a su vez, puede estimular la producción y las exportaciones, dando como resultado considerables aumentos de la productividad, el empleo y los ingresos.

19. La apertura de los mercados mundiales y el fomento de las cadenas de valor mundiales pueden producir efectos indirectos importantes gracias a la transferencia de tecnología y conocimientos. Sin embargo, para que estos efectos se traduzcan en ventajas duraderas, son necesarias políticas complementarias que sustenten la competitividad, tales como medidas que mejoren la gobernanza e infraestructuras, aumenten los conocimientos prácticos y eliminen la rigidez en los mercados laborales. Existe, no obstante, inquietud acerca de los efectos a corto plazo de la apertura del comercio, sobre todo en cuanto a la repercusión en la distribución y la desigualdad de ingresos.

20. Los acuerdos comerciales regionales también resultan decisivos para fomentar el comercio en las cadenas de valor mundiales. La disminución de aranceles entre los signatarios puede favorecer la coordinación y las cadenas de valor. La cobertura de muchos sectores económicos que ofrecen este tipo de acuerdos puede fortalecer las cadenas de valor agroalimentarias mundiales, pues una parte considerable del valor de las exportaciones agroalimentarias emana de otros sectores distintos de la alimentación o la agricultura. Por ejemplo, en el plano mundial, en torno al 38 % del valor añadido en las exportaciones alimentarias proviene de servicios importados.

21. Los acuerdos comerciales regionales también pueden contener cláusulas relativas a la política en materia de competencia, o la armonización de normas, que dan lugar a una reforma de las políticas y

altos niveles de integración entre los signatarios. Aunque muchos consideran que estos acuerdos son elementos básicos de un sistema de comercialización mundial, el mayor hincapié en el comercio regional debería complementarse también con el fomento del comercio multilateral para contribuir al crecimiento económico en los países, como por ejemplo en aquellos situados en el África subsahariana, que comercian principalmente con socios a nivel mundial y no regional. Esto requiere esfuerzos que también promuevan el comercio multilateral.

22. El aumento de la participación en cadenas de valor mundiales, como todas las actividades económicas, puede tener consecuencias ambientales positivas y negativas. Por un lado, las cadenas de valor mundiales fomentan el crecimiento pero, por otro, no siempre suponen una mejor gestión de los recursos naturales. Por ejemplo, existe el temor de que el aumento de la producción de cultivos destinada a las exportaciones, que resultó de la apertura del comercio, contribuya a la deforestación. Sin embargo, las cadenas de valor mundiales coherentes con objetivos de desarrollo sostenible, por ejemplo mediante el cumplimiento de reglamentos y normas, pueden difundir tecnologías y prácticas sostenibles y, al mismo tiempo, promover el aumento de la productividad y los ingresos en todos los países. Así pues, deben realizarse continuos esfuerzos para añadir sostenibilidad al comercio.

23. La crisis financiera de 2008 y la desaceleración de la economía que tuvo lugar a continuación paralizaron la evolución de las cadenas de valor agroalimentarias mundiales. También se prevé que la pandemia de la COVID-19 y su repercusión en la economía mundial afecten aún más al potencial de las cadenas de valor mundiales en el comercio mundial y el crecimiento. Las cadenas de valor mundiales fomentan vínculos comerciales que sirven de canales de difusión de tecnologías y conocimientos durante períodos de crecimiento económico y, de igual forma, pueden transmitir perturbaciones económicas y sus repercusiones. Al abordar la disyuntiva entre eficiencia y resiliencia a la desaceleración económica, las empresas podrían emprender un proceso de localización de la producción alimentaria llevando de regreso al país de origen (*reshoring*) las actividades relativas a alimentos que así lo permitan.

24. Este tipo de estrategias podrían socavar considerablemente las mejoras de eficiencia que se asocian con la ventaja comparativa e incrementar los precios internos de los alimentos, lo cual no es deseable en épocas de reducción de ingresos. Contar con una alimentación y una agricultura procedentes de fuentes nacionales y diversas en todo el mundo supone una forma de resiliencia frente a la inseguridad alimentaria y las recesiones económicas.

25. Las perturbaciones mundiales, como la crisis financiera de 2008 y la pandemia de la COVID-19, requieren colaboración y coordinación internacional, en lugar de medidas que promuevan la autosuficiencia alimentaria, especialmente cuando los efectos no se producen en todos los países al mismo tiempo. Por tanto, el comercio ofrece una vía eficaz para gestionar mejor los riesgos derivados de una crisis y aumentar la resiliencia. En el contexto de la COVID-19, los esfuerzos por reducir al mínimo la alteración de las cadenas de valor mundiales y fomentar el comercio agrícola y alimentario pueden generar beneficios tanto a corto como a largo plazo.

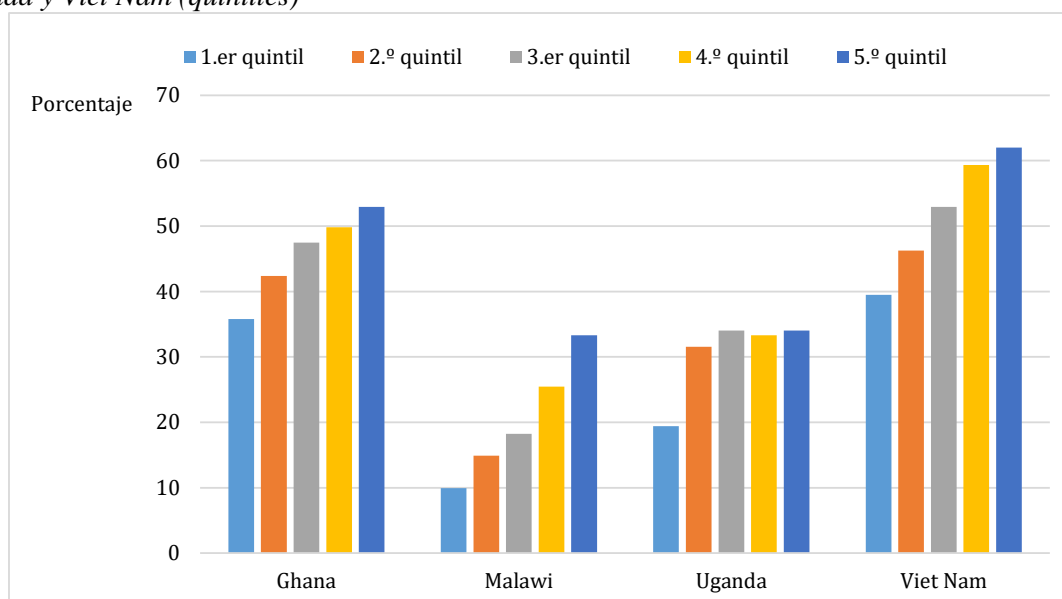
IV. Integrar a los pequeños agricultores en las cadenas de valor es fundamental para el desarrollo sostenible

26. La relación entre comercio y crecimiento es compleja y el efecto de la globalización en la distribución de los ingresos entre los distintos países y dentro de un mismo país ha sido objeto de debate durante mucho tiempo. Como consecuencia de la expansión del comercio, todos los países obtuvieron beneficios y muchos experimentaron rápidos ritmos de crecimiento. Sin embargo, al mismo tiempo, la brecha entre los países en desarrollo con ingresos bajos y las economías desarrolladas y emergentes se ha ampliado.

27. Por ejemplo, en el ámbito de la agricultura, una cuestión importante radica en cómo integrar a los pequeños agricultores en los mercados, tanto mundiales como nacionales, e incluirlos en el proceso de desarrollo. En los países en desarrollo, casi todos los agricultores venden y compran en el mercado. Pero a menudo en las zonas rurales, los mercados tienen un funcionamiento deficiente y los costos de transacción son elevados. Numerosos pequeños agricultores presentan índices bajos de comercialización. Para muchos de ellos, los mercados, como los de seguros y crédito, no funcionan y

son totalmente inexistentes. Esto tiene importantes repercusiones para la seguridad alimentaria, los medios de vida y el desarrollo.

Figura 6. Proporción de la producción de los hogares que se vende en mercados en Ghana, Malawi, Uganda y Viet Nam (quintiles)



Fuente: Instantánea de datos de la FAO sobre pequeños agricultores, FAO (disponible en la siguiente dirección: <http://www.fao.org/family-farming/data-sources/dataportrait/farm-size/en/>). Los datos se han elaborado a partir de los estudios de medición de los niveles de vida (Ghana 2013, Malawi 2011, Uganda 2012, Viet Nam 2008).

28. Por ejemplo, en Ghana, las explotaciones pequeñas de hasta 0,4 hectáreas que ocupan los puestos inferiores de la distribución por tamaño de explotación venden el 35 % de su producción en los mercados. En las explotaciones más grandes de más de 6,2 hectáreas, que ocupan el 20 % superior de la distribución por tamaño de explotación, la tasa de participación en los mercados es superior al 50 %. En Viet Nam, las tasas de participación en los mercados siguen un patrón similar, aunque son mucho más altas en todos los tamaños de explotación, lo que sugiere que los agricultores nacionales se enfrentan a costos de transacción más bajos que los hogares agrícolas de Malawi y Uganda.

29. La aparición de cadenas de valor mundiales, con sus estrictos requisitos en cuanto a la calidad e inocuidad de los alimentos, podría marginar aún más a los pequeños productores. Las agricultoras se enfrentan a desventajas incluso mayores que los agricultores, ya que disponen de menor acceso a los activos y el capital social, y el género es uno de los factores que determinan la amplia gama de tasas de participación en los mercados de los países en desarrollo. Los hogares encabezados por mujeres generan muchos menos ingresos que los hogares encabezados por hombres. En muchos países, los hogares encabezados por mujeres participan en los mercados en un grado significativamente menor que los hogares liderados por hombres.

30. Se necesitan políticas amplias para crear un entorno que posibilite que los mercados prosperen, por ejemplo infraestructuras y servicios rurales mejorados, educación y tecnología productiva. Además de estas políticas, los modelos empresariales inclusivos, como la agricultura contractual, impulsados por el sector privado y apoyados por los gobiernos y la sociedad civil, pueden ayudar a los agricultores a integrarse en cadenas de valor modernas y más complejas.

31. Entre las soluciones innovadoras figuran también programas polifacéticos que abordan de forma simultánea las múltiples dificultades que afrontan los agricultores en los ámbitos de la comercialización, la tecnología y las finanzas. Por ejemplo, los sistemas de agricultura por contrato pueden eludir deficiencias de los mercados relacionadas con el riesgo de los precios, el acceso a insumos productivos y crédito y el acceso a la tecnología y los conocimientos. Estos pueden contribuir a mejorar la productividad, aumentar las tasas de comercialización e incrementar los ingresos. Los análisis sugieren que la participación en la agricultura contractual podría dar lugar a aumentos en los ingresos agrícolas

de hasta un 50 %. Aunque la agricultura por contrato puede mejorar el acceso a las cadenas de valor y generar beneficios para muchos pequeños productores, los resultados pueden ser sumamente diversos.

32. Los sistemas contractuales podrían excluir a los agricultores con fincas muy pequeñas, sin lograr responder adecuadamente a los problemas de desigualdad. Los sistemas contractuales también se ven sujetos a retrocesos y podrían colapsar con frecuencia, dado el alto índice de salidas, pues los agricultores suscriben los contratos y los rescinden, posiblemente porque tienen dificultades para cumplir los requisitos de calidad o porque la participación no ha resultado rentable frente a actividades alternativas. Para que los mercados y las cadenas de valor contribuyan al desarrollo se requiere una implicación continuada —los efectos positivos de la agricultura por contrato sobre los agricultores serán más sustanciales si la participación es constante, ya que las inversiones en activos productivos, tecnologías y conocimiento tardan en generar beneficios.

33. El aumento de la comercialización y el comercio puede redundar en la mejora de los ingresos y los medios de vida, pero también puede llevar a resultados ambientales no deseables. La intensificación de la producción agrícola destinada a las exportaciones, estimulada por la apertura del comercio y la globalización, podría provocar la contaminación de las aguas, el aumento de las emisiones de gases de efecto invernadero y la pérdida de diversidad biológica. Estos aspectos suponen costos para la sociedad en su conjunto en términos de, por ejemplo, mala calidad del agua, calentamiento mundial y disminución de la polinización de cultivos.

34. Los gobiernos tienen una variedad de instrumentos de políticas para hacer frente a dichos costos. Por ejemplo, los impuestos pueden hacer que los mercados tengan en cuenta varios costos medioambientales para la sociedad. Aparte de las políticas públicas, hay mecanismos que pueden aprovechar los mercados para alinear las aspiraciones privadas con las públicas y así contribuir al desarrollo sostenible, especialmente en el contexto de las cadenas de valor mundiales.

35. Cuando se integran con sistemas de certificación de la sostenibilidad, las cadenas de valor mundiales pueden dar lugar a mercados de alimentos producidos de forma sostenible. En las normas en materia de sostenibilidad se especifican los requisitos relativos a los métodos de producción por lo que se refiere, entre otras cosas, al respeto de los derechos humanos fundamentales, la salud y seguridad de los trabajadores, el pago a los agricultores de un precio justo por sus productos, y diversas prácticas agrícolas que pueden contribuir a mejorar la ordenación de los recursos naturales y reducir las repercusiones ambientales negativas.

36. Por ejemplo, en Nicaragua, las explotaciones de café que cumplían diferentes normas de sostenibilidad (con inclusión de las prácticas C.A.F.E. [prácticas de cultivo justo del café], la certificación Organic, Fairtrade & Rainforest Alliance y el programa de certificación UTZ) registraron un mejor desempeño ecológico¹. Entre otras cosas, aumentaron las reservas de carbono de los árboles utilizados para la producción de café cultivado a la sombra, se aplicaron prácticas mejoradas de conservación del suelo y reciclado de la pulpa de café y se emplearon fertilizantes orgánicos.

37. La certificación de sostenibilidad también puede contribuir a obtener mejores resultados sociales. En Uganda, los datos de los pequeños productores de café sugieren que los hogares con certificación Fairtrade gastan un 146 % más en la educación de los hijos y los mantienen escolarizados durante más tiempo que los hogares sin certificación.

38. Las normas de sostenibilidad están ganando peso en los mercados mundiales, especialmente en el caso de productos de alto valor que tienen vínculos establecidos con las cadenas de valor mundiales. La creciente demanda de los consumidores de productos sostenibles certificados ha dado como resultado un aumento de la proporción de la superficie agrícola con certificación de sostenibilidad. En torno a una cuarta parte de la superficie cultivada con café y cacao en todo el mundo está certificada mediante

¹ Para más información sobre las C.A.F.E. Practices, véase <https://www.starbucks.com/responsibility/community/farmer-support/farmer-loan-programs>; sobre Fairtrade, véase <https://www.fairtrade.net>; sobre la Rainforest Alliance, véase <https://www.rainforest-alliance.org>; y sobre UTZ, véase <https://utz.org>.

normas de sostenibilidad. Aprovechar el mecanismo de mercado para también brindar información sobre cómo se producen los alimentos y qué beneficios comporta para el medio ambiente y la sociedad, puede resolver las relaciones de compensación entre los objetivos económicos, sociales y medioambientales.

V. El efecto transformador de las tecnologías digitales en los mercados

39. Las tecnologías digitales están transformando con rapidez todas las etapas de la cadena de valor desde la explotación hasta la mesa. La adopción de tecnologías digitales está mejorando la eficiencia y generando nuevas fuentes de ingresos y ahorrando recursos. Al mismo tiempo, estas pueden ser perturbadoras, ya que modifican o reemplazan actividades y productos de las cadenas de valor.

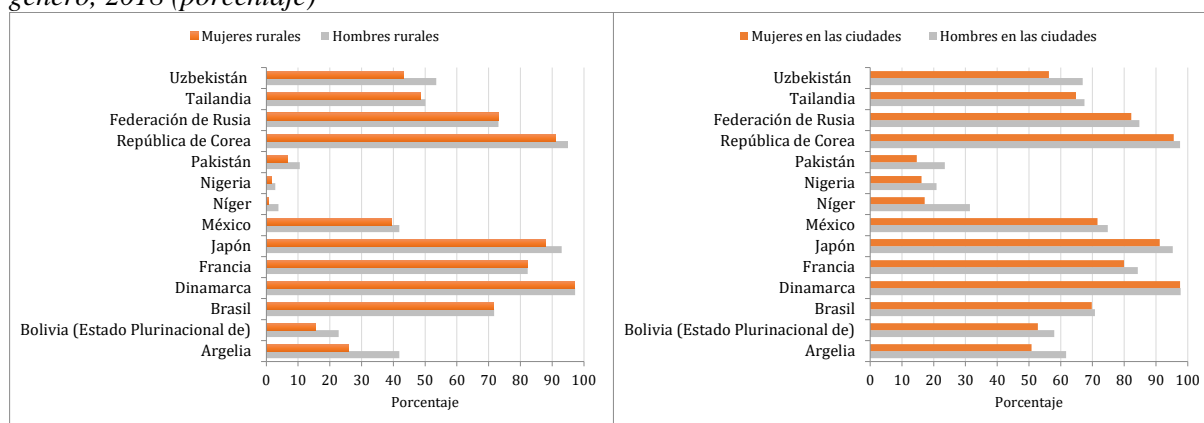
40. En el plano de la explotación agrícola, las aplicaciones de tecnologías digitales ayudan a corregir deficiencias del mercado y facilitan la integración de los agricultores en las cadenas de valor al disminuir los costos de información y transacción. Las mejoras en la tecnología de la información y las comunicaciones también han sustentado el desarrollo de las cadenas de valor mundiales, al establecer vínculos eficaces entre los agricultores y los comerciantes y consumidores en todas las regiones y países. En 2020, la pandemia de la COVID-19 reveló el potencial de las tecnologías digitales para mejorar el funcionamiento de los mercados de alimentos. Las estimaciones indican que, en China, el porcentaje del mercado en línea aumentó del 11 % al 38 % del total de compras minoristas de alimentos en febrero de 2020.

41. A pesar de la rápida difusión de las tecnologías digitales durante los tres últimos decenios, existe una brecha digital entre las zonas urbanas y rurales, entre los países y entre los hombres y mujeres. En promedio, en las zonas rurales de África, solo el 10 % de los hogares tiene acceso a Internet. Para incluir a todo el mundo en la economía digital, se necesitan asociaciones eficaces entre los sectores público y privado, reglamentaciones adecuadas que atraigan al sector privado, y coherencia entre las políticas a fin de mejorar la infraestructura y las aptitudes digitales en las zonas rurales de los países en desarrollo.

42. Los desequilibrios de género también se extienden al ámbito digital, siendo las mujeres rurales las que menos acceso a Internet tienen. En todo el mundo, el 48 % de las mujeres tiene acceso a Internet, en comparación con el 58 % de los hombres.

43. Las zonas rurales de los países desarrollados están mejor conectadas a Internet. Dinamarca tiene la tasa de conectividad más alta, con un 97 % de hombres y mujeres de zonas rurales que utilizan Internet, y casi no hay diferencias con respecto a las zonas urbanas. En los países en desarrollo existe una importante brecha entre las zonas urbanas y las rurales. Según se informa, en Bolivia el 15 % de las mujeres en zonas rurales utiliza Internet, en comparación con casi el 53 % de las mujeres en zonas urbanas. En el Níger, solo el 0,6 % de mujeres de las zonas rurales utiliza Internet (Figura 8).

Figura 7. Personas en zonas urbanas y rurales que utilizan Internet en países seleccionados, por género, 2018 (porcentaje)



Nota: Esta cifra abarca todas las personas que utilizan Internet desde cualquier lugar. Los datos corresponden a 2018 o el año más reciente disponible.

Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). 2019. *Yearbook of Statistics: Telecommunication/ICT Indicators 2009–2018*. Statistical Reports. Ginebra, UIT.

44. Desde los mensajes de texto a través del servicio de mensajes cortos (SMS) de los teléfonos móviles hasta las plataformas de comercio electrónico y las tecnologías de registro distribuido, las aplicaciones digitales reducen los costos de transacción, mejoran el flujo de información y fomentan la vinculación entre agricultores, comerciantes y consumidores, lo que se traduce en un mayor acceso a los mercados y mejores resultados en términos de ingresos y bienestar.

45. El acceso a créditos y seguros también está experimentando una revolución. Las innovaciones digitales en observación de la Tierra, las estimaciones de precipitaciones basadas en datos obtenidos por satélite y la teledetección, junto con la tecnología de datos *in situ* y cadenas de bloques, pueden apoyar programas de seguros basados en índices climáticos a menor costo. Esto puede ayudar a llegar a millones de pequeños agricultores, que anteriormente se consideraba que no podían ser asegurados.

46. Los efectos transformadores de las innovaciones digitales pueden apoyar varios resultados en materia de mercados. Las aplicaciones de tecnología digital para los mercados agrícola y alimentario pueden generar importantes beneficios económicos, sociales y ambientales y acelerar los avances hacia el logro de los ODS. Por ejemplo, las tecnologías digitales fomentan la inclusión financiera, pues permiten que las instituciones financieras accedan a los mercados rurales sin establecer una presencia física costosa.

47. Las plataformas de comercio electrónico ofrecen incentivos a jóvenes y mujeres instruidos para permanecer en las zonas rurales o regresar a ellas. Como resultado de ello, las zonas rurales pueden convertirse en lugares más atractivos para vivir y trabajar. La tecnología de cadenas de bloques puede generar confianza y fomentar la transparencia y, de este modo, apoyar la rastreabilidad de los alimentos a lo largo de la cadena de valor. Esto puede sustentar la aplicación de normas de sostenibilidad y un etiquetado que proporcione información a los consumidores sobre aspectos ambientales y sociales de la producción.

48. Las tecnologías digitales también entrañan riesgos y desafíos. Por ejemplo, las cuestiones relativas a la propiedad y el uso de datos recopilados mediante tecnologías digitales en las explotaciones han suscitado enorme preocupación. No obstante, abordar estas preocupaciones puede promover aún más la adopción de tecnologías digitales. La tecnología también repercute en los factores de producción y su valor, como la demanda de mano de obra y los salarios. Asimismo, las tecnologías digitales podrían dar lugar a desviaciones respecto de los resultados competitivos en los mercados, lo que puede influir en los precios o las cantidades y, por tanto, en el bienestar.

49. El potencial de la tecnología para repercutir en los mercados agrícolas y alimentarios debe analizarse más a fondo. Reconocer estas cuestiones indica la necesidad de mejorar la colaboración entre todas las partes interesadas y llegar a un consenso sobre las mejores prácticas que pueden conformar un marco regulador que amplíe al máximo los beneficios de la tecnología digital y reduzca al mínimo los riesgos conexos.