

Artículo de divulgación

Agregado de Valor y Desarrollo Territorial

Leavy, Sebastián

Cátedra de Comercialización Agropecuaria
Facultad de Ciencias Agrarias – UNR
leavy.sebastian@inta.gob.ar

En la siguiente nota se describen brevemente algunos de los enfoques vinculados con el concepto de agregado de valor en el marco del programa de comercialización del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA, 2014). Además, se mencionan las actividades realizadas en el taller de Agregado de Valor y Desarrollo Territorial realizado en los primeros días de noviembre de 2015, en el marco del Proyecto Nacional Específico de Agregado de Valor del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

Al abordar el Territorio, Albuquerque (1997), incluye la heterogeneidad y complejidad del mundo real. En la heterogeneidad de los territorios se presentan actividades productivas, sociales y comerciales bajo dos grandes tendencias; Por un lado, a la globalización de la producción y consumo de alimentos y otros productos, y por otro lado la tendencia a la “localización” de los sistemas de producción y consumo de productos. Entre ambas tendencias existen diversas actividades productivas y comerciales, tradicionales y no, que justifican la aproximación en torno a las tramas productivas y los procesos de valorización de bienes y servicios agropecuarios y agroindustriales (INTA, 2014).

Concepto de Agregado de Valor:

El concepto de valor agregado se ha discutido desde Aristóteles, introduciendo el valor de cambio y de uso. El valor de cambio -capacidad de un bien de comprar otro; dando lugar a las teorías objetivas del valor, planteadas por economistas clásicos como David Ricardo y Karl Marx, donde el valor de los bienes estaba determinado por la cantidad de trabajo incorporado en su producción (precios y costos)- versus el Valor de uso -la utilidad o aptitud de los bienes para satisfacer las necesidades humanas, que dio lugar a las teorías subjetivas del valor, desarrolladas en profundidad por los economistas neoclásicos, y aún vigentes.

La definición de valor agregado se origina en lo económico-contable, presente en las cuentas nacionales que comenzaron a emplearse a mediados de los años cincuenta; El monto por el cual el valor de un producto se incrementa en cada etapa de su producción, excluyendo los costos iniciales.

La medición del valor agregado puede hacerse a nivel nacional, sectorial, para una empresa. A nivel de un país, la suma de los valores agregados de todos los sectores representa el Producto Bruto Interno (PBI). A nivel macroeconómico, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD) mide el valor agregado en los precios básicos que se define como la diferencia entre el producto bruto (a precios básicos) y el consumo intermedio (en precios de compradores). Otra manera es derivarlo de la diferencia entre el producto bruto interno (a precios de mercado) y los impuestos sobre productos menos subsidios sobre productos (OECD). Significa, las remuneraciones a los factores de producción, sueldos, rentas, utilidades, beneficios, intereses, amortizaciones. A nivel de la empresa, es el valor de la producción menos el costo de adquisición de bienes y servicios.

Evans (2012) citado en (IICA 2014) considera el negocio agrícola como la unidad a la que se le añade valor: “El negocio agrícola de valor agregado se puede definir como toda actividad que el productor realice, más allá de la producción tradicional de productos básicos, con el fin de recibir mayores retornos por unidad de producto vendido”. Elizondo (2013) el “valor” se refiere a la propiedad abstracta que tienen las cosas para satisfacer las necesidades humanas y proporcionar bienestar, el valor no está en el producto, sino en satisfacer una necesidad.

Se encuentran distintos tipos de valor: económico, estratégico, humanos, sociales y culturales, ecológico. En el Valor Económico, se puede distinguir entre valor de uso – utilidad o aptitud del bien para satisfacer necesidades humanas –, de cambio – capacidad de un bien de comprar otro bien –, financiero, desarrollo económico; el Valor estratégico, considera los factores esenciales para lograr objetivos estratégicos, aprovechando las oportunidades, superando las amenazas, posicionándose y estableciendo alianzas estratégicas; el Valor humano, biológicos (salud, placer, etc.) inframorales (intereses intelectuales, musicales, sociales) morales o éticos (honestidad, identidad cultural, solidaridad, etc) religiosos; los Valores sociales y culturales, como justicia e inclusión social, equidad, solidaridad, desarrollo comunitario, respeto por la dignidad humana y a la diversidad, identidad cultural; el Valor ecológico, respeto por la biodiversidad, recuperación y preservación del medio ambiente, mitigación de impactos ambientales, adopción de prácticas productivas ambientalmente sostenibles (IICA, 2014).

Taller

Los días 11 y 12 de noviembre se desarrolló, el Taller de Agregado de Valor y Desarrollo Territorial; organizado por el proyecto específico de Agregado de Valor y Tramas Productivas de INTA en el marco del Programa Nacional para el Desarrollo y la Sustentabilidad de los Territorios (PNSEPT-INTA, 2014).

En el evento se llevó a cabo una reflexión teórica y metodológica de experiencias de agregado de valor a nivel local. Se abordó sobre qué se entiende por Agregado de Valor desde *diferentes enfoques teóricos/metodológicos en los estudios de agregado de valor*; las Dimensiones conceptuales del valor agregado agroalimentario y agroindustrial; la “Valorización “Integral” de Recursos Territoriales y Desarrollo Local”. Además, se desarrolló un panel sobre el *agregado de valor como estrategia de*

política pública para el desarrollo territorial: “Desarrollo rural como política de arraigo”; “Agregado de valor y comercialización”; “Cadenas Agroindustriales y Biotecnología”; “Agregado de valor en origen a la producción agropecuaria argentina”.

El objetivo del proyecto específico de Agregado de Valor y Tramas Productivas es de abordar la discusión teórica y metodológica de diferentes experiencias de agregado de valor a fin de acompañar en los territorios como un instrumento de desarrollo. La agregación de valor a lo largo de las cadenas agro-productivas es un aspecto estratégico fundamental porque mejora las condiciones de comercialización, la calidad, la variedad y la seguridad del producto al consumidor. Es relevante realizar la agregación de valor desde el origen debido a la posibilidad de generar valor en el interior para el desarrollo del territorio.

Bibliografía

Alburquerque, F. (1997) “Espacio, territorio y desarrollo económico local.” En *Persona y Sociedad*, Volumen XI, N° 1; Instituto Latinoamericano de Doctrina y Estudios Sociales (ILADES), Santiago, Chile.

Evans, E. (2012): Value Added Agriculture: Is It Right for Me? Obtenido de EDIS document FE638, Florida Cooperative Extension Service, Institute of Food and Agricultural Sciences, University of Florida, Gainesville: <http://edis.ifas.ufl.edu/pdf/FE/FE63800.pdf> (acceso: 31/05/2013).

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Programa de Agronegocios y Comercialización MANUAL DE CAPACITACIÓN: AGREGACIÓN DE VALOR A PRODUCTOS DE ORIGEN AGROPECUARIO - ELEMENTOS PARA LA FORMULACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS, Costa Rica 2014.

INTA (2014) Programa Nacional – Territorios, Economía y Sociología, y Prospectiva y Políticas Públicas. Agregado de valor y tramas productivas.