

# BRECHAS Y OPORTUNIDADES PARA UNA INNOVACIÓN CONDUCENTE A UNA EXPORTACIÓN AGRÍCOLA MÁS INCLUSIVA

SEMINARIO “ROL DE LA EXTENSIÓN AGRÍCOLA EN LOS PROCESOS DE ADOPCIÓN DE INNOVACIONES EN BERRIES”

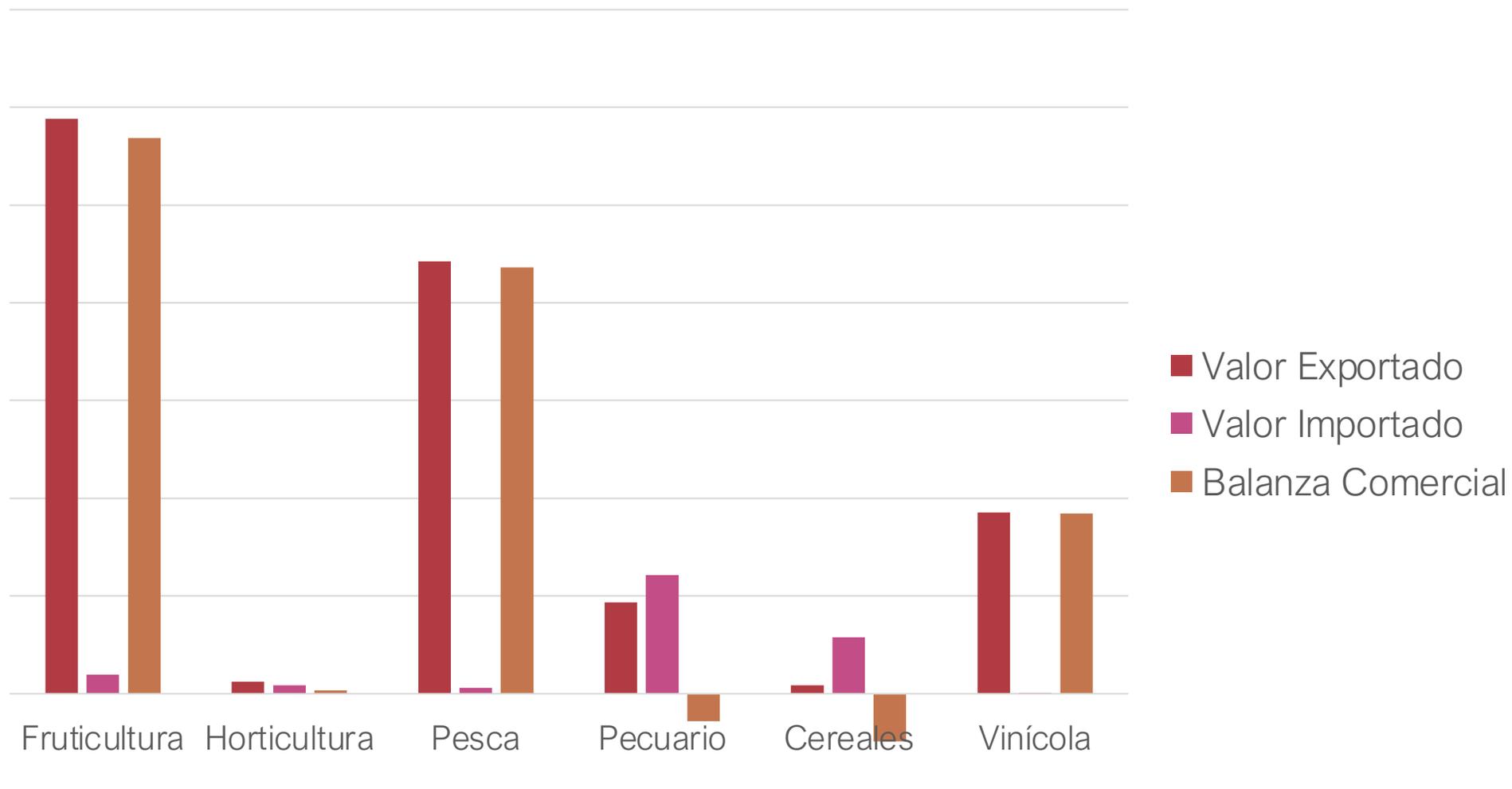
SOFÍA BOZA M.  
UNIVERSIDAD DE CHILE



FACULTAD DE CIENCIAS  
AGRONÓMICAS  
UNIVERSIDAD DE CHILE



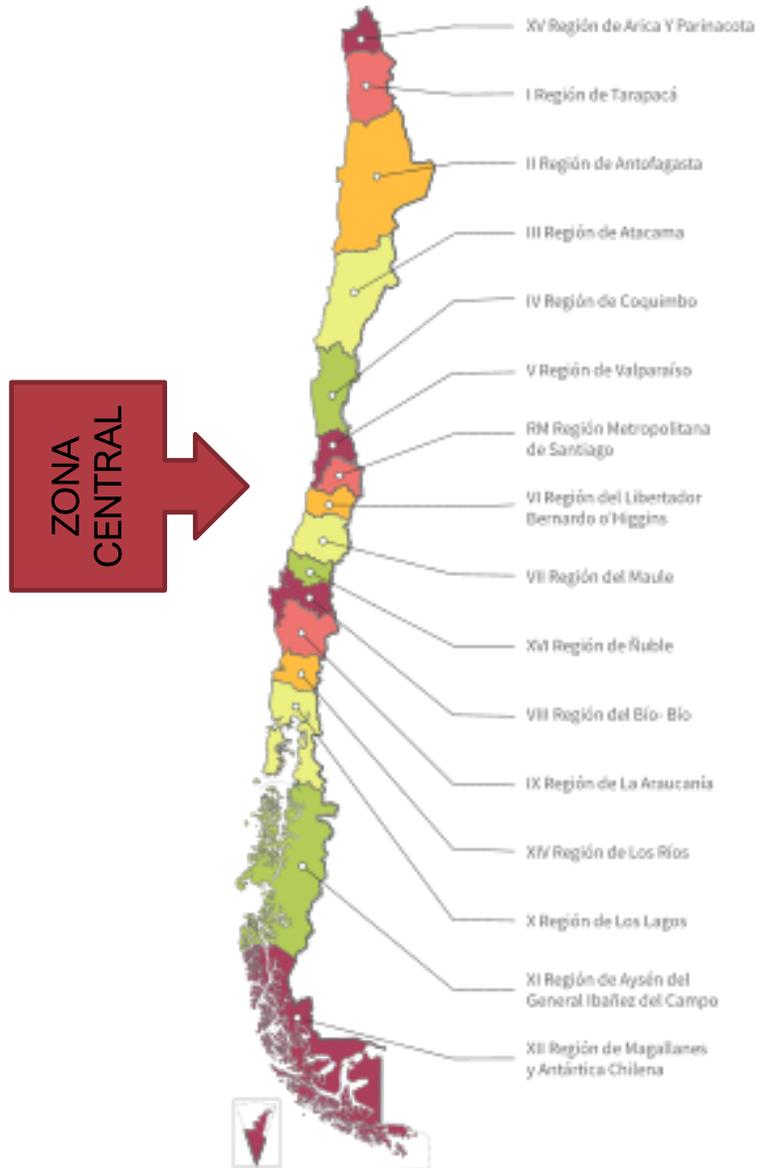




Fuente: Elaboración propia en base a cifras de ODEPA

# DUALIDAD SECTORIAL





- ✓ Caracterización de usuarios de programas (PRODESAL)
- ✓ Caracterización de mujeres agricultoras
- ✓ Actitudes frente a programas públicos (PRODESAL, INDAP-PRODEMU)
- ✓ Impacto en ingresos de ser beneficiario de largo plazo (PRODESAL)
- ✓ Actitudes relativas a la informalidad
- ✓ Perspectivas en relación a las compras públicas a la agricultura familiar
- ✓ Cooperativismo Chile-Uruguay
- ✓ Caracterización y actitudes frente a su actividad (horticultores)
- ✓ Investigación-extensión para valorizar productos campesinos/patrimoniales
- ✓ Modelo de Triple Hélice para la innovación en extensión
- ✓ Inclusión de la pequeña agricultura en las cadenas de valor exportadoras (CVAV) --- Estudio en el marco de proyecto FAO

---

## RESULTADOS CARACTERIZACIÓN (I)

- Elevado promedio de edad (55-57 años)
- Relativamente bajo nivel educacional
- Precariedad técnico-productiva
- Bajo nivel de innovación, sobre todo no productiva
- Escaso acceso/uso a/de TICs (excepción celular)
- Falta de mecanismos de gestión-planificación
- Limitado acceso a programas públicos
- Bajo nivel de asociacionismo --- condicionantes de contexto político-económico relevantes



---

## RESULTADOS CARACTERIZACIÓN (II)

- Comercialización marcada por intermediarios
- Altos niveles de informalidad --- percepción de la formalización como algo innecesario y que además conlleva obligaciones y fiscalización
- Existencia de importantes grupos que a pesar de participar en los programas son reticentes
- Resistencia a que los programas se basen en la asociatividad o cumplimiento de objetivos
- Dificultad para percibir el impacto concreto



# REVISIÓN Y COMPARATIVA DE CADENAS DE VALOR



Fuente: Mora y Baginsky (2018)

# DESCRIPCIÓN DE LAS CVAV FRUTÍCOLAS (I)

- Ámbito de operación de la cadena: Prevalencia de la exportación por sobre el mercado interno. Principales mercados de destino China (fuerte crecimiento), Estados Unidos y Europa.
- Mapeo de actores involucrados: Productores, empresas exportadoras (+ productoras), importadores, consorcios y agrupaciones de exportadores
- Análisis de las relaciones entre actores (gobernanza): Cuando productor y exportadora no coinciden la segunda facilita asesoría y financiamiento; así como se encarga de las actividades tras la cosecha. La relación de compraventa responde en muchos casos a “contratos de libre consignación”, con liquidación unos 6/8 meses tras entregada la fruta y posibilidad de adelanto al productor con intereses.
- Formación de precios y distribución de márgenes: Tomando como referencia precios de supermercado en los principales países de destino, se estima que sobre un 40% del precio se forma tras exportar, y que el productor recibiría aproximadamente un 20-25% del precio final de venta.

## DESCRIPCIÓN DE LAS CVAV FRUTÍCOLAS (II)

- Análisis de actividades primarias: En campo actividades previas a la cosecha el riego, la poda, la aplicación de insumos y el control de malezas (alta variabilidad de rendimientos). Alta necesidad de mano de obra y de cuidados en la cosecha para no estropear el fruto y ampliar su vida postcosecha. Packing debe ser realizado con celeridad y altos estándares. Finalmente, se traslada la fruta al puerto y embarca. Algunas exportadoras acompañan a la empresa importadora para generar los lotes en destino.
- Análisis de actividades de apoyo: Actividades relacionadas con gestión de RRHH, comercialización, gestión realizadas con un distintivo grado de sofisticación.
- Contexto institucional: Ministerio de Relaciones Exteriores promociona productos y abre ciertos mercados. Numerosas iniciativas de mejora técnica (ej. mejoramiento genético). Alta preocupación por cumplimiento de normas sanitarias (acuerdos con destino). Implicación de las asociaciones y formación de consorcios.
- Procesos de *upgrading* efectivos y/o potenciales dentro de la cadena: Adaptación a condiciones cambiantes de los mercados (ej. cambios de ventanas), tecnología de postcosecha, fomento de la imagen de las frutas chilenas, mayor integración de los productores (ej. nuevos modelos de contrato).

# IDENTIFICACIÓN DE BRECHAS EN LA CV - AF

|                         | AGRICULTURA FAMILIAR   |
|-------------------------|--|
| Ámbito                  | Baja inserción en los mercados internacionales, incluso de manera indirecta  |
| Actores                 | Alta presencia de los intermediarios informales y baja de empresas exportadoras  |
| Relaciones              | Vínculos marcados por la alta informalidad y poca inclinación hacia el cambio. En caso de exportar, baja capacidad financiera a la espera de liquidación.          |
| Actividades primarias   | Bajo desarrollo tecnológico e innovación en la producción, lo cual deriva en limitados rendimientos, calidad de los productos y posibilidad de cumplir requisitos. |
| Actividades secundarias | Bajo desarrollo de actividades de apoyo. Falta de visión de las posibilidades de crecimiento que las mismas puedan suponer. Pocas capacidades para realizarlas.    |
| Contexto institucional  | Apoyo aún insuficiente en mejora de aspectos técnicos clave como es la inocuidad y/o la disposición de infraestructuras básicas                                    |
| <i>Upgrading</i>        | Baja diferenciación de los productos y asunción de etapas más allá de la cosecha. Poca disposición a cambiar los procedimientos. Visión conformista.               |

## PUNTOS CRÍTICOS A ATENDER PARA LA INSERCIÓN EN EL COMERCIO

- ✚ Capacidad de generar grandes volúmenes de producción de forma estable.
- ✚ Incorporación de manejos productivos innovadores (incluso nuevas variedades) y con alto nivel tecnológico, los cuales permiten incrementar los rendimientos.
- ✚ Conocimiento, adaptación y cumplimiento de requisitos sanitarios y fitosanitarios en los mercados destino, así como aquellos de tipo administrativo.
- ✚ Disponibilidad de financiamiento para conformar flujo de caja mientras se concretan los pagos, así como para capitalizar la producción.
- ✚ Incorporación y desarrollo de actividades de postcosecha que incrementen de manera significativa la vida útil de la fruta.
- ✚ Profesionalización de las actividades de apoyo, en especial en comercialización y gestión, lo que permite realizarlas de manera más eficiente, integrada y estratégica.
- ✚ Alianzas a lo largo de la cadena, entre empresas y con actores públicos para lograr una mayor representatividad, promoción internacional e innovación.



# IDENTIFICACIÓN DE BRECHAS CV COOPERATIVAS

|                         | COOPERATIVAS   |
|-------------------------|--|
| Ámbito                  | Existencia de experiencias con los mercados internacionales, pero aún puntuales  |
| Actores                 | Existencia de cooperativas con estructura asociativa poco consolidada y bajas capacidades de gestión   |
| Relaciones              | Bajo compromiso por parte de los socios. Visión de la cooperativa solo como prestadora de servicios. Tendencia a replicar relaciones comerciales informales de la AF |
| Actividades primarias   | Cooperativas en las cuales exista un desaprovechamiento de las economías de escala para poder afrontar inversiones de manera conjunta.                               |
| Actividades secundarias | Cooperativas en las cuales no exista capacidad de gestión conjunta que permita llevar adelante de manera común las actividades de apoyo.                             |
| Contexto institucional  | Ausencia de un organismo público especializado que se encargue de su apoyo. Baja integración en la toma de decisiones en el diseño de estrategias públicas.          |
| <i>Upgrading</i>        | Cooperativas cuya administración no tenga las capacidades para identificar oportunidades y orientar las innovaciones hacia ellas.                                    |

# OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN PARA INSERCIÓN COMERCIAL

|                | AGRICULTURA FAMILIAR   |
|----------------|--|
| Producto       | <ul style="list-style-type: none"><li>- Diferenciación de productos por medio de agregación de valor mediante transformación y/o certificaciones</li></ul>   |
| Proceso        | <ul style="list-style-type: none"><li>- Mejora en la inocuidad de los procesos productivos</li><li>- Incorporación de buenas prácticas agrícolas para un uso más eficiente de los recursos productivos</li><li>- Cambio tecnológico (manejos, equipos, variedades) para el logro de mayores rendimientos y durabilidad postcosecha</li><li>- Mejora de los sistemas de riego para un uso más eficiente de los recursos hídricos</li><li>- Incorporación de actividades de la postcosecha, como el acopio y el <i>packing</i></li></ul>     |
| Marketing      | <ul style="list-style-type: none"><li>- Búsqueda de canales comerciales alternativos a la dependencia de los intermediarios</li><li>- Alianzas con otros productores para generar volúmenes comercializables mayores y estables</li></ul>  |
| Organizacional | <ul style="list-style-type: none"><li>- Reconocimiento de la actividad como empresa por parte del propio agricultor</li><li>- Formalización de la actividad productiva</li><li>- Mantenimiento de registros tanto técnicos (ej. insumos) como económicos (ej. costos)</li><li>- Incorporación de herramientas de planificación</li><li>- Alianzas con otros productores que sean funcionales a ciertos objetivos comunes</li><li>- Acercamiento a los beneficios públicos, más allá de los programas más conocidos como PRODESAL</li></ul> |



MUCHAS GRACIAS

[SOFIABOZA@UCHILE.CL](mailto:SOFIABOZA@UCHILE.CL)

TWITTER: [@BOZA\\_SOFIA](https://twitter.com/BOZA_SOFIA)

