

**JORNADA DE DIFUSIÓN
VIII REGION (EL CARMEN-YUNGAY-PEMUCO)
JULIO- AGOSTO DEL 2005**

OFICINA DE PARTES - FIA
 RECEPCIONADO
 Fecha 24 ENE. 2006
 Hora 19:05
 Nº Ingreso 5522



Objetivo General del Programa

Favorecer y ampliar la inserción de empresas individuales y/o grupos de empresas que son parte del universo de la Agricultura Campesina, en los mercados internacionales en condiciones competitivas, sostenibles y rentables.



Usuarios del Programa

Este Programa esta dirigido en términos generales a usuarios o no usuarios de INDAP, que cumplan con el perfil de Pequeña Agricultura Campesina, entre los que se encuentran:

- Personas naturales
- Empresas individuales o asociativas con personalidad jurídica
- Grupos de productores asociados sin personalidad jurídica



Usuarios del Programa

Los usuarios deben presentar ciertas características como:

- Ser emprendedores
- Estar dispuestos a agruparse, con el objeto de desarrollar un proyecto exportador, si fuese necesario, a nivel regional o de sector productivo
- Con capacidades reales de producción y volumen potencial de oferta exportable
- Además con algún desarrollo en aspectos tales como tecnología, calidad, gestión empresarial, comercial y financiera



pro CHILE

Ruth Sanhueza Figueroa
ProChile Región del Bío Bío

www.prochile.cl/biobio

Fono:41-259422 Fax:41-233337



PERSPECTIVAS Y ESTADO DE AVANCE PROYECTO OVINO DE EXPORTACION

Temuco, 07 de Julio del 2005

- ◆ I etapa: Presentación estado del arte actual
- ◆ II etapa: Presentación propuesta y estado de avance programa Carnes Nuble S.A.
- ◆ III etapa: Presentación de requerimientos críticos y negocio

Fortalezas y Debilidades del Sector productivo

◆ Producción ovina nacional (zona central)

- Estacionalidad
- Alta variabilidad del precio: Valores desde \$ 800-\$450 kg/PV
- No existe diferenciación del producto (comercial)
- Estímulos comerciales No claros
 - No incentiva la inversión
 - Capacidad no utilizada predial
 - Baja productividad predial
 - Recursos humanos
 - Capital

Fortalezas y Debilidades del Sector productivo

◆ Desarrollar el rubro de carne ovina

- Interno
 - Aumento del consumo interno de carne
 - Marketing
 - Homogeneidad del producto
 - \$ competitivo
 - Disminuir la estacionalidad
- Externo
 - Diferenciar la calidad del producto
 - Desarrollo de nichos comerciales
 - Implementación de protocolos de aseguramiento de calidad

Estado actual sector ovino: zona centro - sur

Sector primario limitado por:

- ✓ Mayor atomización de la oferta
- ✓ Mayores riesgos ambientales en la producción
- ✓ Menor verticalidad en la cadena agroalimentaria
- ✓ Retraso tecnológico del sector: Adopción de la tecnología

Débil estructuración del sector:

- ✓ Asociatividad
- ✓ Relaciones comerciales sector productivo – sector industrial

No existe un sector articulado

Estado actual sector ovino: zona centro - sur

◆ Ventajas:

Opciones tecnológicas validadas:

- Alimentación
 - Relación suelo-planta
 - Genética animal
 - Gestión predial
- ✓ Alta motivación predial para consolidar negocio sustentable en el tiempo
 - ✓ Demanda externa de productos ovinos: creciente y sostenida
 - ✓ Incorporación de inversiones para procesamiento de materia prima diferenciable: Faenamiento- Desposte- Elaboración de productos-Cadena de frío

Estado actual sector ovino: zona centro - sur

◆ Ventajas de la exportación

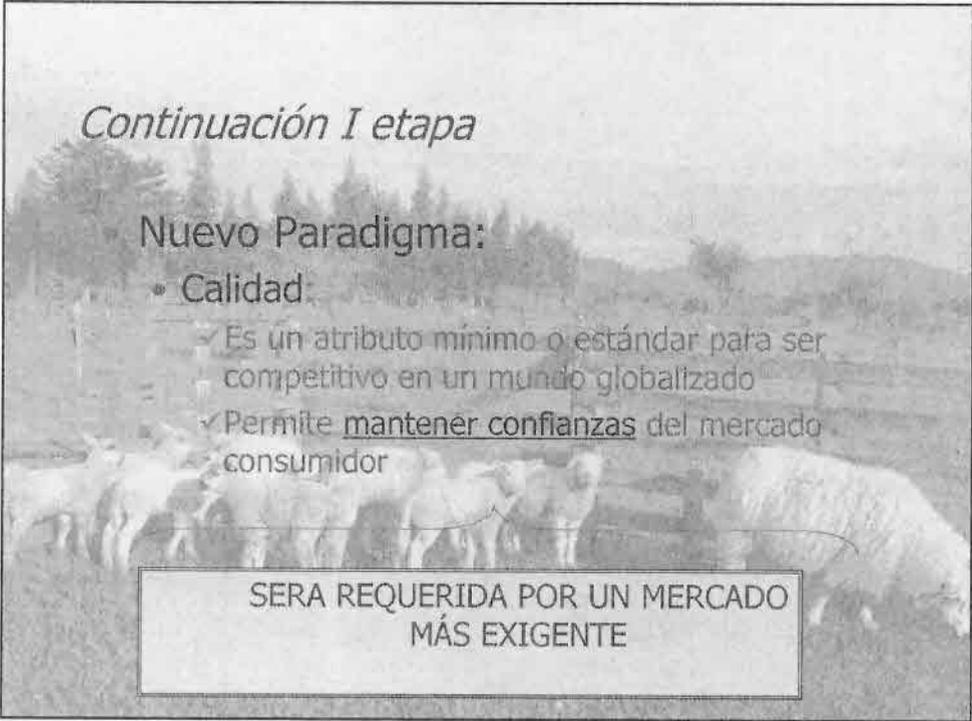
- Precio de mercado más estable: \$ 680-750 kg PV
 - Dependerá del rendimiento: genética-alimentación
 - Mercados
 - Calidad de la canal
- Disminución de eslabones en la cadena de comercialización
 - Poder comprador: Claro-articulador
- Posibilidad de incrementar la eficiencia de uso de la oferta estacionalidad de la pradera

I Etapa

El sector requiere generar una estructura de negocios articulada para desarrollar productos cárnicos de exportación con sello de calidad

Consolidación de una cadena agroalimentaria:
SECTOR PRIMARIO + SECTOR SECUNDARIO

Apuesta País

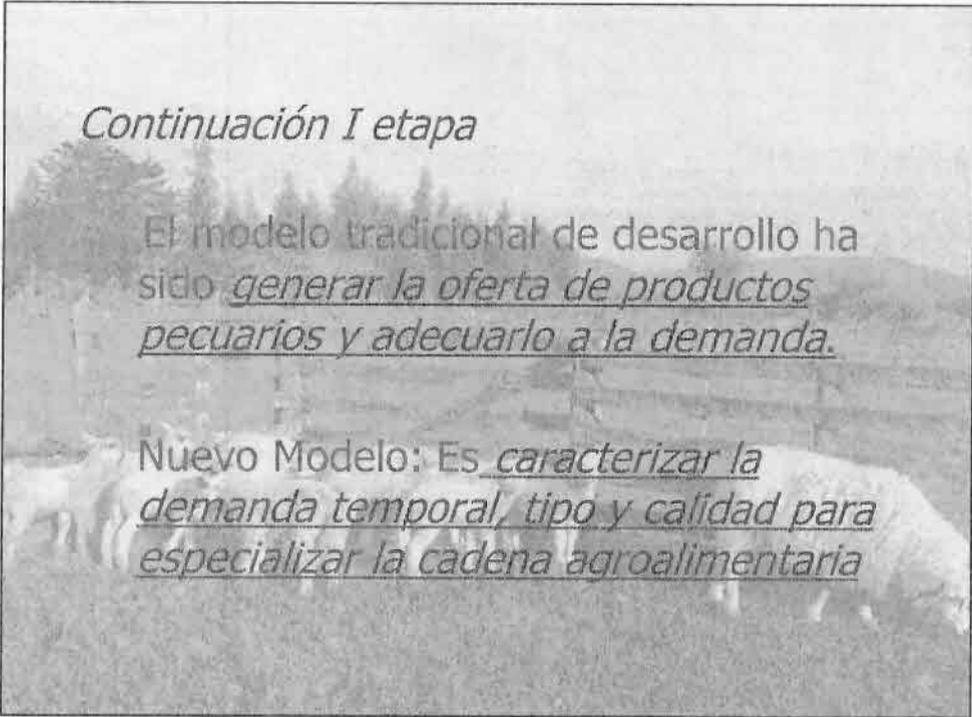


Continuación I etapa

Nuevo Paradigma:

- Calidad:
 - ✓ Es un atributo mínimo o estándar para ser competitivo en un mundo globalizado
 - ✓ Permite mantener confianzas del mercado consumidor

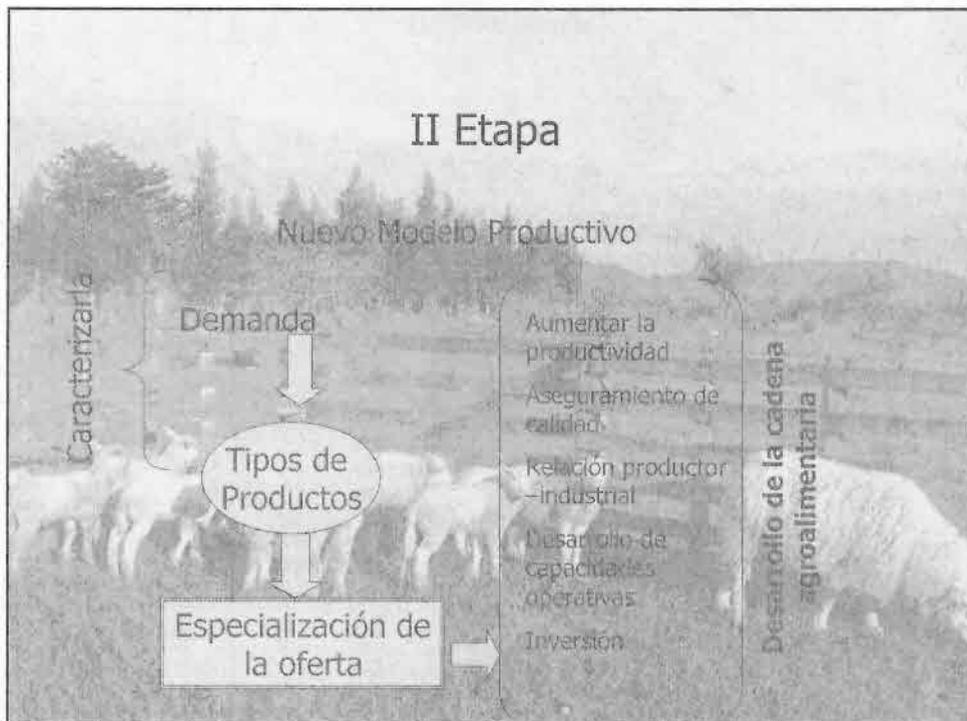
SERA REQUERIDA POR UN MERCADO
MÁS EXIGENTE



Continuación I etapa

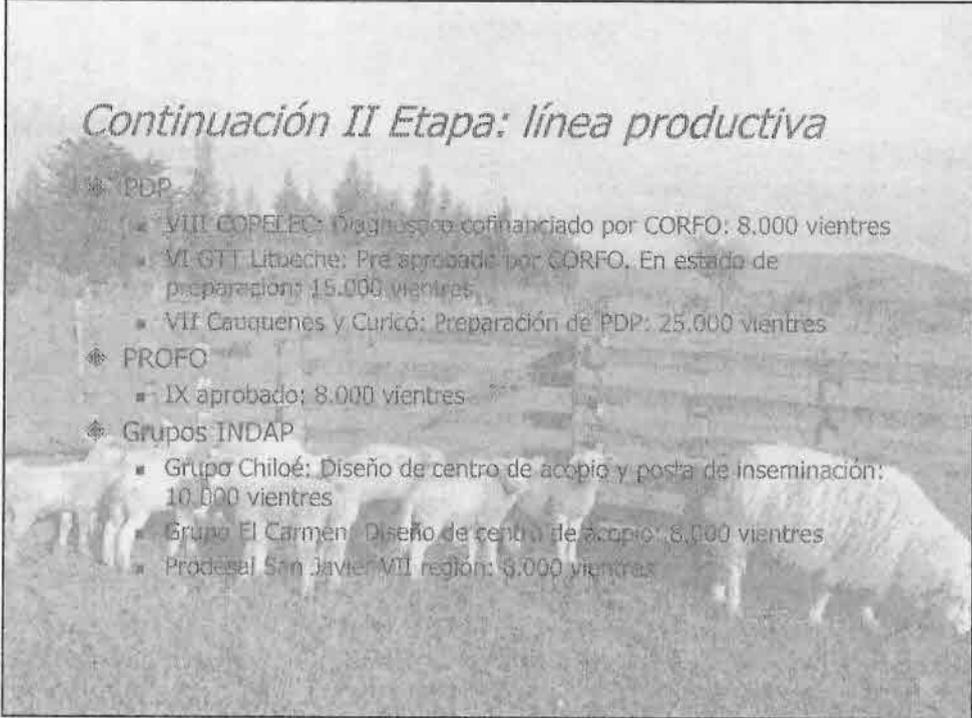
El modelo tradicional de desarrollo ha sido generar la oferta de productos pecuarios y adecuarlo a la demanda.

Nuevo Modelo: Es caracterizar la demanda temporal, tipo y calidad para especializar la cadena agroalimentaria



Continuación II Etapa

- ◆ **Proyecto Ovino Exportador**
 - **Línea Productiva – Tecnológica**
 - ◆ **Caracterización oferta de producto:**
 - V-X regiones
 - Cantidad-forma de comercialización
 - Nivel de asociatividad
 - Nivel tecnológico
 - ◆ **Proyecto Praderas Secano VII región FIA-UCM-Carriz Nuble**
 - Inicio en otoño 2005



Continuación II Etapa: línea productiva

◆ PDP

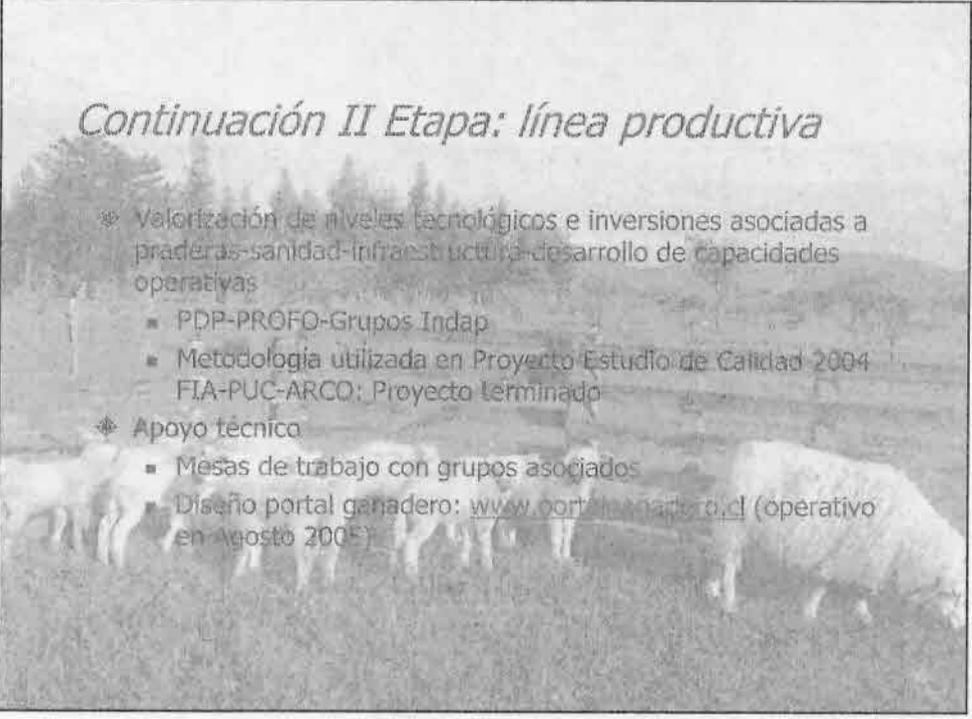
- VIII COPELEC: Diagnóstico cofinanciado por CORFO: 8.000 vientres
- VI GTT Litueche: Pre aprobado por CORFO. En estado de preparación: 15.000 vientres
- VII Cauquenes y Curicó: Preparación de PDP: 25.000 vientres

◆ PROFO

- IX aprobado: 8.000 vientres

◆ Grupos INDAP

- Grupo Chiloé: Diseño de centro de acopio y posta de inseminación: 10.000 vientres
- Grupo El Carmen: Diseño de centro de acopio: 8.000 vientres
- Prodesal San Javier VII región: 8.000 vientres



Continuación II Etapa: línea productiva

◆ Valorización de niveles tecnológicos e inversiones asociadas a praderas-sanidad-infraestructura-desarrollo de capacidades operativas

- PDP-PROFO-Grupos Indap
- Metodología utilizada en Proyecto Estudio de Calidad 2004
- FIA-PUC-ARCO: Proyecto Terminado

◆ Apoyo técnico

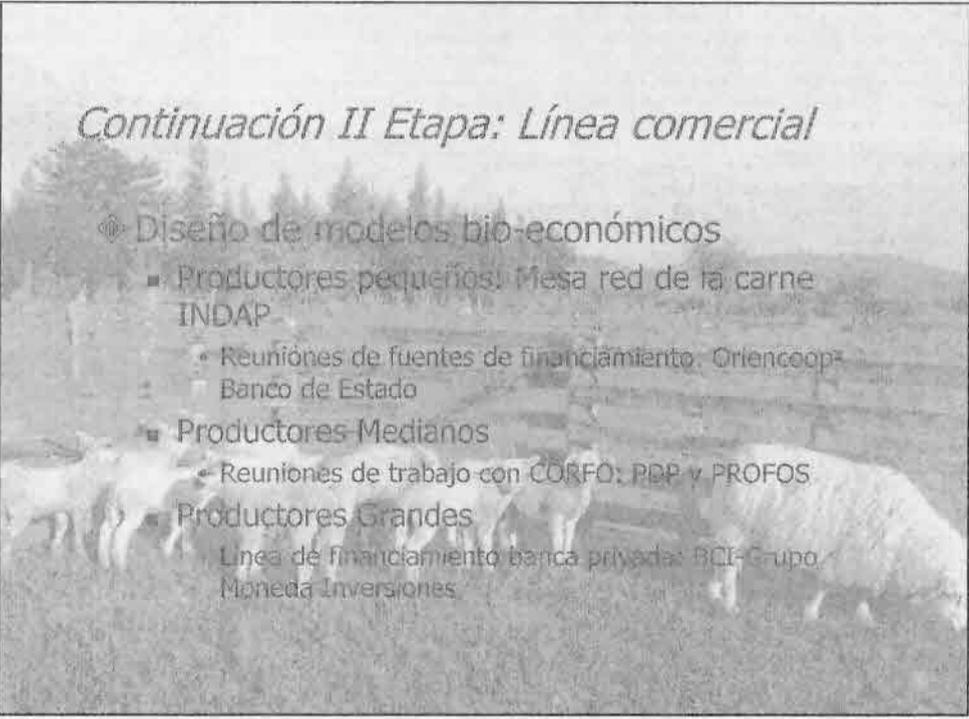
- Mesas de trabajo con grupos asociados
- Diseño portal ganadero: www.portalganadero.cl (operativo en Agosto 2005)



Continuación II Etapa: Línea comercial

◆ Asociatividad: Sector primario-industrial

- Articulación unidades asociadas-Carnes Nuble
 - Espacio formal para análisis del negocio
- Gira tecnológica FIA-Carnes Nuble: Extremadura-Aragón (realizada junio 2005)
 - Análisis de responsabilidades y roles de componentes en cadena agroalimentaria
 - Análisis de paradigma de calidad total en la producción: Predio-industria-comercio



Continuación II Etapa: Línea comercial

◆ Diseño de modelos bio-económicos

- Productores pequeños: Mesa red de la carne INDAP
 - Reuniones de fuentes de financiamiento: Oriencoop, Banco de Estado
- Productores Medianos
 - Reuniones de trabajo con CORFO, PDP y PROFOS
- Productores Grandes
 - Línea de financiamiento banca privada: BCI-Grupo Moneda Inversiones



Continuación II Etapa: Línea comercial

- ◆ Diseño de tabla de precios a productor
 - Mercado
 - Calidad
 - Época del año
 - Compromisos
- ◆ Estudio de prospección de mercados
 - Gira de negocios Europa (Agosto 2005)



Continuación II Etapa: Línea comercial

- * Caracterización de canales ovinas y aseguramiento de calidad: Clasificación CEE (Gira tecnológica FIA-Carnes Nuble)
 - Contactos efectivos para visitas técnicas para evaluar canales ovinas de distintos territorios: Rafael Delfa (CITA-Aragón)- Carlos Sañudo (Universidad de Zaragoza)
 - Contactos con Gobierno de Extremadura: Para implementar sistema de apoyo para consolidar cadena agroalimentaria ovina
 - Contacto con Gerardo Caja (Universidad de Barcelona) para evaluar sistema de trazabilidad ovina

Continuación II Etapa: Línea comercial

- Consolidación de núcleos genéticos privados-Carnes Ñuble:
 - Oferta ligada al territorio
 - Valorizar las capacidades existentes en reproducción animal
- Proyecto Bienestar animal
 - Proyecto FIA presentado en mayo 2005 en conjunto con la asociación de plantas faenadoras
 - Elaboración de manual de bienestar animal realizado en conjunto con la Universidad Austral



Continuación II Etapa: Línea industrial

- ✓ Visita asesores de Nueva Zelanda: implementación línea faenamiento y desposte de corderos certificada para mercados internacionales (2006)
- ✓ Ampliación de cadena de frío : Iniciada
- ✓ Mejoramiento instalaciones actuales: certificación de exportación: iniciada
- ✓ Desarrollo de manuales de aseguramiento de calidad para planta

Fortalezas y Debilidades del Sector productivo

◆ Praderas:

- Una ha de pradera adecuadamente implementada podría:
 - Vida útil: 4- 6 años
 - Incremental producción de materia seca (kg/año): 8.000-16.000
 - Incremental de carga animal (animales/ha/año)
 - ✓ Ovinos: 20-40 UQ/ha
 - ✓ 24-48 corderos (prolificidad de 120%)
 - ✓ 432-865 kg de canal de cordero (18 kg promedio canal fría)
 - US\$ 1.036-2.076 /ha (Ingreso bruto - US\$ 2,4 kg/canal)
 - \$ 606.000- 1.214.000

Mecanismo para capitalizar al sector: Cofinanciamiento

PRIORIDADES

◆ Prediales

- Productividad primaria y secundaria: Programa de fomento a praderas
- Aseguramiento de procesos
 - Certificación PABCO
 - Bienestar animal
 - Trazabilidad

Articulación Estado-Privado

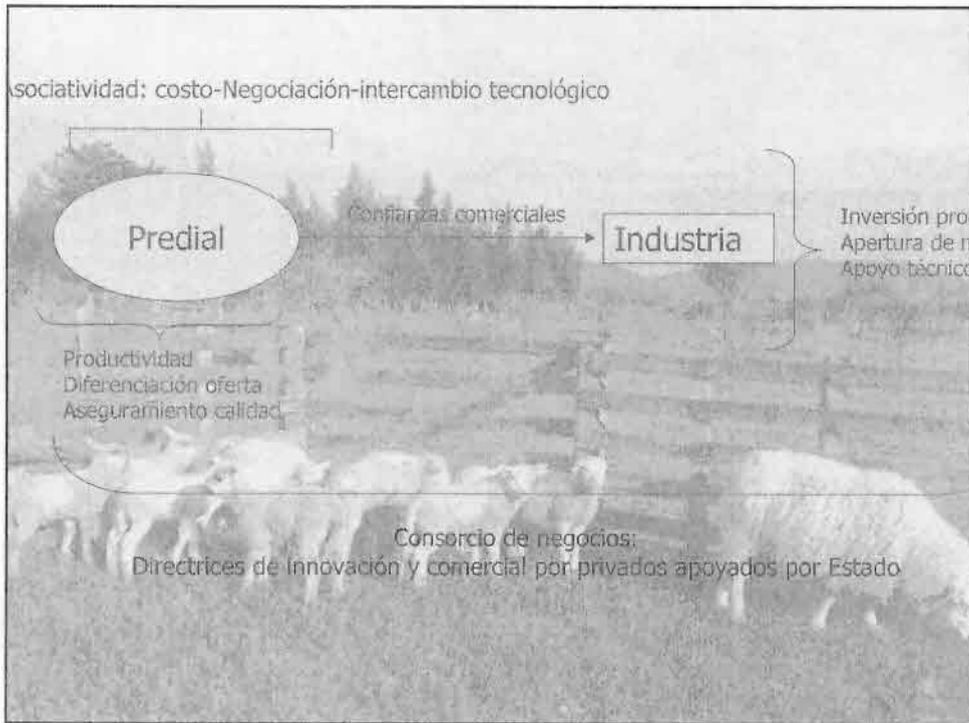
◆ Negocio

- Asociatividad comercial
- Prospección de mercados

Mesa Ovinaria: Giras comerciales y tec

◆ Industriales

- Certificación línea de faenamiento para mercados internacionales menos exigentes



comprometidos con la agricultura

y su proceso productivo



Nuestro compromiso con el agricultor



Ser un Banco confiable, cercano y amigable, que le otorga un **servicio**

- Especializado
- Integral
- Personal

Un Banco que entiende el
negocio del agricultor

y los desafíos
que debe enfrentar ...

ANTECEDENTES



**El Programa de Crédito a Microempresas,
inició sus operaciones en el año 1997;
teniendo en cuenta las necesidades
financieras del sector microempresarial.**

**Antes el sector no tenía acceso a los bancos,
dadas las altas exigencias del sistema.**

- a. Empresarios/as que venden entre 200 mil y 3 millones de pesos al mes.
- b. Personas comprometidos con su trabajo y con el Banco.
- C. El 50% de los clientes son mujeres.
- d. El 75% de los clientes nunca antes había tenido un crédito en alguna institución financiera formal.
- e. El 95% de los créditos son cursados sin ningún tipo de garantías.
- f. El 60% de los clientes cancela anticipadamente las cuotas de su crédito.
- H. El 60% de nuestros clientes están formalmente establecidos (inicio de actividades) y el 40% son informales o informales



... Un Banco que está preparado para resolver las necesidades del agricultor en forma integral



1. Atención Personal y Especializada

2. Conocimiento profundo del sector

3. Productos diseñados para el agricultor



Nuestro compromiso
SERVICIO INTEGRAL



- ✓ Nos hemos especializado y sabemos de su negocio
- ✓ Estamos preparados para atenderlo personalmente
- ✓ Contamos con un paquete de productos para apoyarlo en todo su proceso productivo que es:

Flexible + Unico + Conveniente



Conocimiento profundo de sector Agrícola

▪ **Empresas del sector Agrícola**

Conocemos a las diferentes empresas del sector agrícola, y trabajamos con ellas para entregar soluciones financieras a la Pequeña Empresa Agrícola con que están vinculadas.

▪ **Servicios públicos**

Trabajamos en coordinación con los servicios públicos del Agro:



- **Conocemos en profundidad los instrumentos de apoyo al agricultor**

Un servicio a la medida

Oferta Integral de Productos para la
Microempresa Agrícola



Productos diseñados para la Microempresa Agrícola

CREDITO
• Agrícola de Microempresa



*Para personas naturales o jurídicas,
propietarios o arrendatarios*



Productos diseñados para la Microempresa Empresa Agrícola

C R E D I T O

• Agrícola Microempresa

Financia el capital de trabajo de la explotación agrícola:



- Semillas
- Fertilizantes
- Pesticidas
- Forraje
- Mano de obra



Productos diseñados para la Microempresa Empresa Agrícola

C R E D I T O

• Requisitos

- Microempresario agrícola formal o informal, propietario, arrendatario o mediero
- Venta anuales hasta UF 2.400
- Buenos Antecedentes Comerciales.





Productos diseñados para la Microempresa Empresa Agrícola

C R E D I T O

• **Agrícola Microempresa**

VENTAJAS

IMPORTANTE AHORRO:

- Mejora la capacidad de negociación del agricultor con sus proveedores al momento de comprar insumos

PAGOS

- De acuerdo a las cosechas



Productos diseñados para la Microempresa Empresa Agrícola

C R E D I T O S

Agrícola Microempresa

- **Enlace Obras de Riego y Drenaje**





Productos diseñados para la Microempresa Agrícola

C R E D I T O

• **Enlace Obras de Riego y Drenaje**



Financia a aquellos agricultores
que tengan **bonificación** de la
Comisión Nacional de Riego



Productos diseñados para la Microempresa Agrícola

C R E D I T O

• **Enlace Obras de Riego y Drenaje**

VENTAJAS

FUENTE DE PAGO:

**Certificado de futura bonificación
de la Comisión Nacional de Riego**



Productos diseñados para la Microempresa Agrícola

C R E D I T O

• **Enlace Obras de Riego y Drenaje**

VENTAJAS

	C R E D I T O Corto Plazo
PLAZO	Hasta 2 años
MONTO	90% de la bonificación
TASA DE INTERES	Fija para operaciones reajustables



Productos diseñados para la Microempresa Agrícola

C R E D I T O

• **Enlace Obras de Riego y Drenaje**

CLIENTES

- ❖ **Personas naturales o jurídicas, propietarias o usufructuarias de predios agrícolas**
- ❖ **Contratistas**
- ❖ **Personas jurídicas sin fines de lucro (Art..2° Ley 18.450)**



Productos diseñados para la Microempresa Agrícola

C R E D I T O

• **Enlace Obras de Riego y Drenaje**

GARANTIAS: PROPIETARIOS (personas naturales y jurídicas)

- ❖ **Crédito de Corto Plazo**
 - **Endoso Certificado de Futura Bonificación**
 - **Fogape**
 - **Aval si corresponde**

- ❖ **Crédito de largo plazo**
 - **Garantías reales**



Productos diseñados para la Microempresa Agrícola

C R E D I T O

• **Enlace Obras de Riego y Drenaje**

GARANTIAS:

- ❖ **CONTRATISTAS**
 - **Endoso Certificado de Futura Bonificación**
 - **Fogape**
 - **Aval de los socios si es una sociedad**
 - **Contratación de Pólizas de Seguro**



Productos diseñados para la Microempresa Agrícola

C R E D I T O

• **Enlace Obras de Riego y Drenaje**

GARANTIAS:

- ❖ **PERSONAS JURÍDICAS (sin fines de lucro)**
 - **Endoso Certificado de Futura Bonificación**
 - **Fogape**
 - **Contratación Póliza de seguro (por buen correcto y usos de anticipos)**



Productos diseñados para la Microempresa Agrícola

C R E D I T O

• **Enlace Obras de Riego y Drenaje**

POLIZAS DE SEGURO

- ❖ **Por fiel cumplimiento de contrato**
 - **Equivalente al 20% del valor total del contrato**
- ❖ **Por buen correcto y uso de anticipos**
 - **Por igual valor al monto recibido en cada parcialidad**



Productos diseñados para la Microempresa Agrícola

C R E D I T O S

Agrícola Microempresa



Crédito Agrícola Ganadería



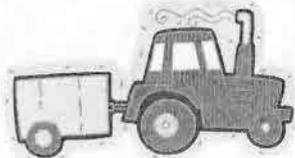
● **Financiamiento Activo Fijos**



Productos diseñados para la Microempresa Agrícola

C R E D I T O

Financiamiento de activos productivos



**en maquinaria, transporte,
animales, equipamiento técnico....**



Productos diseñados para la Microempresa Agrícola

C R E D I T O

• **Financiamiento de activos productivos**

VENTAJAS

PLAZO

- Terreno, maquinarias, animales, **50 meses**

TASA INTERES

- Altamente competitiva y fija

MONTOS

Hasta 750 UF: **\$ 12.500.000.-**



Productos diseñados para la Microempresa Agrícola

C R E D I T O

• **Financiamiento de activos productivos**

VENTAJAS

MODALIDADES DE PAGO

- Diferentes modalidades: mensuales, trimestrales, semestrales, anuales u otra.
- Se ajusta a los flujos o ingresos estacionales del agricultor

**Opción pago anual
a cosecha**

C R E D I T O

• **Recuperación de Suelos**

VENTAJAS

FUENTE DE PAGO:

**Certificado de futura
bonificación otorgado por
SAG o INDAP**

C R E D I T O

• **Recuperación de Suelos**

VENTAJAS

Destino del Crédito	Financiar el desfase de caja del cliente, generado entre el momento en que debe efectuar la inversión y la fecha en que recibe la bonificación estatal.
Plazo	18 meses, en un solo vencimiento.
Moneda	UF
Tasa de interés	Estructura de tasas vigente en la filial
Modalidad de pago	Cancelación de capital e intereses del crédito al recibir los fondos de SAG o INDAP.
Monto Máximo	90% del valor de la bonificación

C R E D I T O

• **Recuperación de Suelos**

CLIENTES

- ❖ **Personas naturales o jurídicas,
propietarias de predios agrícolas**

C R E D I T O

• **Recuperación de suelos**

GARANTIAS:

- ❖ **Orden de Pago**
- ❖ **Certificado de Futura Bonificación**
- ❖ **Fogape**



PABCO - BANCOESTADO

- _ Nuestros productos se han diseñado para ser un real aporte a la actividad agrícola en el marco de una economía globalizada
- _ Ser PABCO implica una alta inversión en Infraestructura, sanidad animal y Activos productivos, nuestro banco ofrece distintas alternativas de financiamiento.
- _ La comisión Interministerial para el desarrollo del sector agropecuario y forestal considera a BANCOESTADO un componente fundamental en el desarrollo del Programa ganadero

Nuestro compromiso es con el agricultor



***Nuestro compromiso es crecer juntos,
Lo esperamos en nuestras sucursales***



BancoEstado

NEGOCIO OVINO Y ASOCIATIVIDAD



Oriana Burgos G.
Médico Veterinaria
Coordinadora Preprofo Ovino
8° región



Nuevo escenario ovino
zona centro sur

Oportunidades

- Existencia de un poder comprador de exportación.
- Mercado externo creciente
- Acuerdos Comerciales
- Existencia de productores ovinos
- Existencias de organizaciones
- Existencia de programas de apoyo

Debilidades (problemas)

- Productores dispersos y rebaño pequeño
- Producto heterogéneo (NO PAREJO)
- Inexperiencia de proceso de producción y venta para la exportación.
- Falta de Confianza

¿Cómo enfrentar este nuevo escenario?

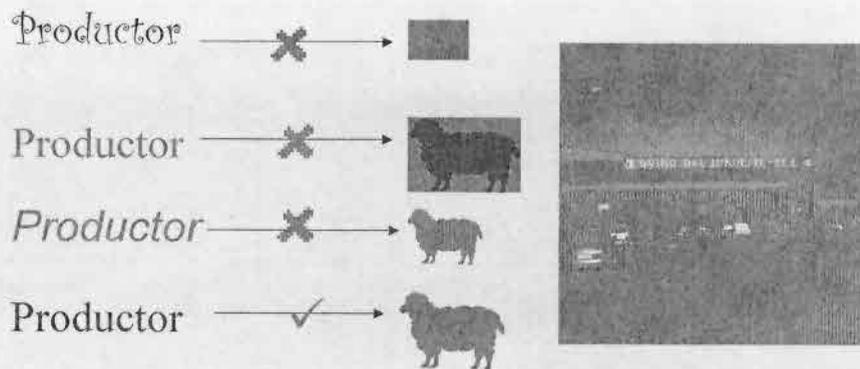
-Venta para exportación ≠ venta local

<u>Venta local</u>	<u>Venta exportación</u>
Vende cuando tiene producto	Venta programada
Concentración de la venta	Flujo de venta
Vende ≠ Tipos de cordero (Calidades)	Vende corderos =
Venta a intermediarios o consumidores locales	Venta a un solo comprador
Venta según existencia de compradores temporales	Venta asegurada con anterioridad
Volumen de venta limitado	Volumen de venta alto

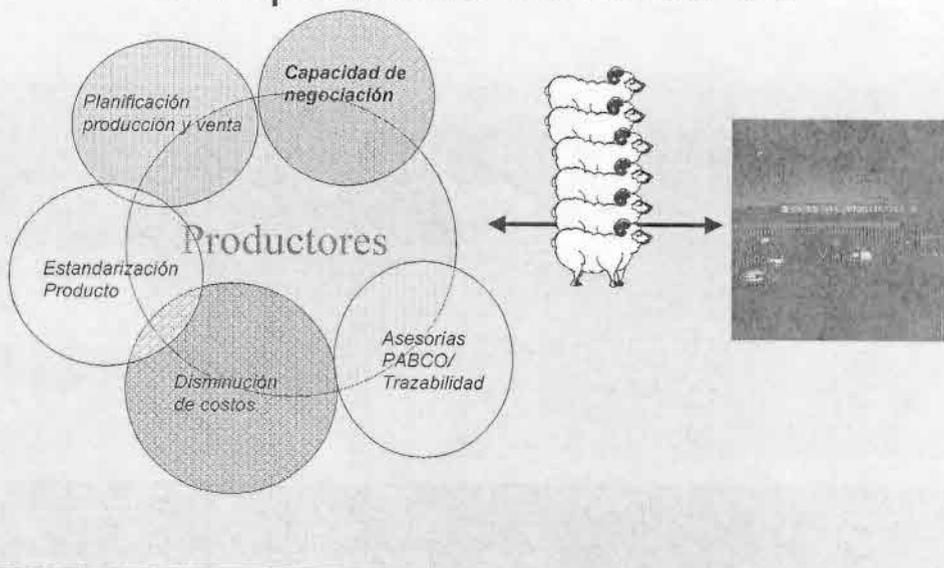
¿Qué se necesita entonces para enfrentar este nuevo escenario?

- Ser eficiente en producir y gestionar la venta de los corderos
- Tener PABCO y TRAZABILIDAD
- Ser ordenado
- Rentabilizar el Negocio (aumento de carga /ha, disminución de costos, eficiencia productiva)
- Asociarse para disminuir costos y aumentar la capacidad de NEGOCIACION.

Esquema de comercialización para la exportación de corderos



Esquema de comercialización para la exportación de corderos



PROYECTO ASOCIATIVO PREPROFO : AREAS DE INTERVENCION DEL PROYECTO



AREAS DE DESARROLLO

• **ASOCIATIVIDAD**

PARTICIPANTES ETAPA PREPARATORIA PROFO RUMIANTES MENORES

- Pequeños productores individuales (4)
- Pequeños productores asociados (SOCODER LTDA, Soc. Agrícola El Carmen, Productores de San Nicolás) (Total 220 productores)
- Medianos productores individuales (6)



- **DESARROLLO PRODUCTIVO**

Desarrollo de un plan productivo para enfrentar un mercado específico.

- **COMERCIALIZACION**

Generación de un plan de negocios

Generación de alianzas estratégicas



- **ASOCIATIVIDAD**
- Asociatividad entre los participantes (13) (vínculos comerciales y técnicos)
- Integración de otros productores para PROFO



- **DESARROLLO PRODUCTIVO**
- Diagnostico inicial, estimación del potencial productivo y requerimientos para desarrollo productivo (inversiones, asistencia técnica, entre otras)
- **VINCULACION CON EL SECTOR PÚBLICO: participación activa en la Mesa Ovina Centro Sur**

- **COMERCIALIZACION**

- Vinculación con otras empresas: Carnes Andes Sur, Agrolomas, Gacel Ltda.
- Compromiso de Empresas Gacel (Cueros)
- Compradores de subproductos (Intestinos)



- **COMERCIALIZACION**

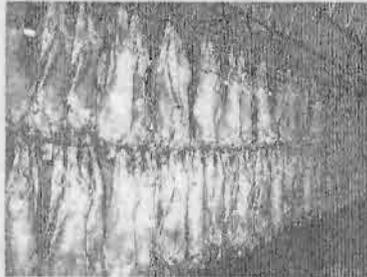
- Búsqueda de valor agregado (Lana)



- **COMERCIALIZACION**

- Trabajo en conjunto con Carnes Ñuble (Experiencia exportadora):

Reuniones de trabajo; talleres y otros; con la finalidad de ver la integración de los productores a la cadena exportadora.



Caracterización del producto ofertado



- *JERARQUIZACION DE NECESIDADES A NIVEL DE PRODUCTORES ASOCIADOS*

1° Conocimiento requerimiento del consumidor externo

2° Pradera (inversión y manejo)

3° Estandarización de la producción

4° Información y transparencia de mercado (utilidades, contrato justo)



Conclusiones

- Planta faenadora habilitada 2005, UE 2006.(Carnes Nuble).
- Existen productores asociados en torno a un proyecto productivo/ comercial (PROFO)
- PABCO, Focalización recursos, asociatividad, gestión profesionalizada: son factores críticos de éxito.



Con la asociatividad podemos vencer en conjunto los obstáculos que se nos presenten y mejorar la capacidad de negociación....

...LO INVITO A PARTICIPAR ACTIVAMENTE...

**JORNADA DE DIFUSIÓN
TEMUCO, AGOSTO DEL 2005**



Factores a considerar en la producción de carne ovina

Dr. Néstor Saralvado Beche

Universidad de La Plata
Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales



¿ Como inicio ?

- Animales
- Cercos
- Superficie, carga
- Infraestructura
- Mano de obra
- Manejo
- Asociatividad

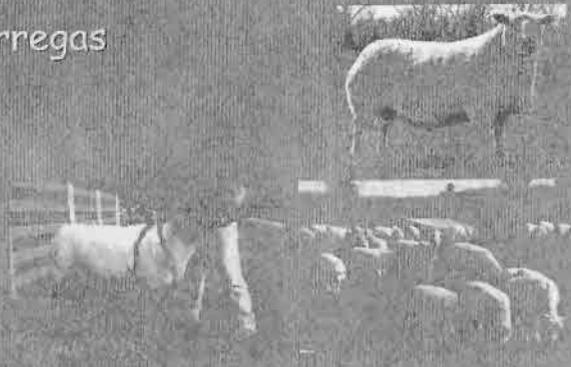


Animales

- Que, donde y cuando comprar

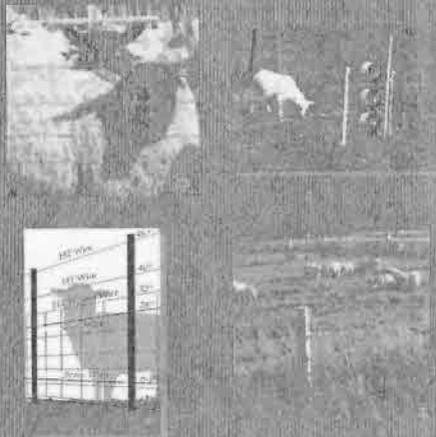
Ovejas o borregas

- Carneros



Cercos

- *Perimetrales*
 - Malla (ursus)
 - Alambre
 - Liso (8 hebras)
 - Puas (7 hebras)
- *Internos*
 - Eléctrico (3 hebras)



Superficie praderas

Cuanto come una oveja

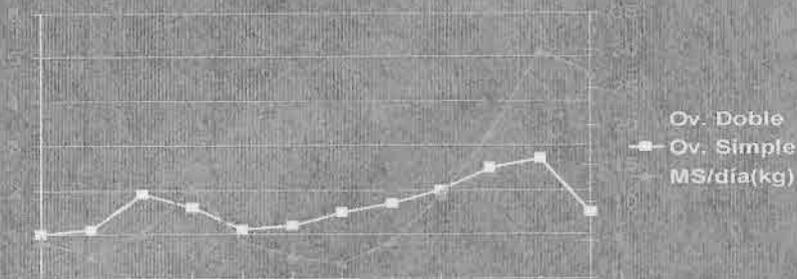
55 kg (1 cordero y 4 kg lana) 500 kgMS/año
 % de pérdida (10 a 20%)

Cuanto produce una pradera

Praderas naturales	2 ~ 4 Ton MS/año
Praderas mejoradas	6 ~ 8 Ton MS/ha/año
Praderas artificiales	> 10 Ton MS/ha/año

Superficie praderas

Pradera de 5 TonMS/ha con carga de 8 ovejas por Ha.



Infraestructura

- *Corrales de aparte*
 - *Tipo de cerco*
 - *Tamaño*
- *Manga*
- *Galpón*
- *Embarcadero*



Mano obra

- *Especializada (escasa)*
- *Afinidad con el rubro*
- *Atención de partos*
- *Identificación de problemas*



Manejo

- Nutricional
- Reproductivo
- Sanitario
- Genético

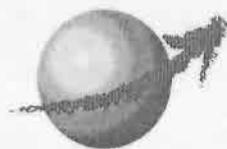


Gira FIA





**JORNADA DE DIFUSIÓN COMPLEMENTARIA
LA LIGUA, V REGION
NOVIEMBRE DEL 2005**



PROAGRO
CORFO - CODESSER

PROAGRO, Programa Territorial Integrado **CORFO-CODESSER V Región**, junto con saludarle muy cordialmente, tiene el agrado de invitarlo a este seminario, orientado especialmente a los ganaderos de la Provincia de Petorca.

Esta actividad tiene como objetivo dar a conocer la potencialidad de este sector, mostrar la experiencia exportadora y las oportunidades, además de los distintos instrumentos que ofrece el sector público.

**Programa Territorial Integrado
V Región**



Seminario:

"Preparándose para los Nuevos Desafíos del Sector Ganadero"

La Ligua, 24 de noviembre 2005.

PROGRAMA

Jueves 24 de noviembre

15:00 Inscripción	Loreto Santelices
15:30 Bienvenida e Introducción	
15:40 Estrategia Desarrollo Sector Ganadero – Mercado de Exportación.	Rodrigo Allende
15:50 Evaluación Económica del Negocio Ganadero: Herramienta de análisis.	Sandor Gutiérrez
16:20 Calidad en la Producción de Carne Bovina y Ovina: Nuevos desafíos	Raúl Venegas
17:00 Coffee	
17:10 Exigencias para la exportación – PABCO	SAG Luis Meza
17:40 Instrumentos de apoyo	INDAP CODESSER
18:20 Conclusiones, Consultas.	

EXPOSITORES

Rodrigo Allende
Médico Veterinario M.Sc
Jefe de Desarrollo e Innovación
Carnes Nuble.

Raúl Venegas
Médico Veterinario M.Sc.

SAG
Luis Meza
Medico Veterinario

INDAP

Loreto Santelices
Ingeniero Comercial.
Coordinadora PROAGRO.

Pamela Schwabe
Ingeniero Agrónomo.
Ejecutivo de Fomento CODESSER.

Sandor Gutiérrez
Ingeniero Civil Industrial
Agrochiloé

INSCRIPCIONES

Marcela Arellano
Fono-fax: 34-537073
34-537167
E-mail: proagro@codesser.cl

E INFORMACIONES

Lugar: Centro de Eventos Casablanca
ubicado en Pedro Polanco 801, La
Ligua.

100% financiado por PROAGRO

PREPARANDOSE PARA LOS NUEVOS DESAFIOS DEL SECTOR GANADERO

Criterios Para Generar Competitividad Del Sector Productivo Campesino



Sándor A. Gutiérrez López

Que es un producto competitivo?

- Es aquel que en todo su proceso de desarrollo y producción, tiene incorporado elementos de eficiencia y control de calidad que permitan que llegue al consumidor final a un precio y calidad que satisfagan las expectativas del cliente, a objeto de poder competir con otros productos que buscan llegar al mismo cliente y satisfacer la misma necesidad.

La Competitividad Representa

- Uso mas eficiente de los recursos, por ejemplo tierra y mano de obra. Producir a menor tiempo y costo posible.
- Menores costos totales de producción.
- Menor costo unitario de producción, porque al ser mas eficiente por una misma cantidad de insumos o materias primas se produce un mayor volumen de producto y el costo fijo se distribuye en mayor numero de unidades.
- Beneficios para el consumidor final: los menores costos pueden transferirse, al menos en parte, a los consumidores

La Competitividad Representa

Beneficios Para El productor: Que puede bajar costos y vender mas si traspasa parte de ese costo al cliente.

Una calidad mejor. Es decir un producto mas alineado con las expectativas de la demanda y negocio mas sustentable en el tiempo, porque un consumidor satisfecho volverá a comprar.

Una posibilidad cierta y permanente de generar riqueza.

Definamos

Calidad:

Un producto es de calidad cuando le proporciona una satisfacción adecuada o esperada al cliente y a un precio razonable.

→ Buenas prácticas en procesos productivos.

→ Buen precio.

→ El precio es un atributo del producto.

Definamos

Eficiencia:

Un proceso es eficiente cuando se los recursos involucrados para desarrollar un producto se usan en forma racional, disminuyendo costos, aumentando productividades y disminuyendo tiempos involucrados.

Costo de Oportunidad: Es lo que Ud. deja de ganar por no usar eficientemente los recursos.

→ Si Ud. pierde dinero produciendo ovejas por ejemplo, no solo pierde el dinero que invirtió, sino el que dejó de ganar por no tener un proceso eficiente. Por ejemplo recurso tierra ocioso.

La Competitividad Representa

Beneficios Para El productor: Que puede bajar costos y vender mas si traspasa parte de ese costo al cliente.

Una calidad mejor. Es decir un producto mas alineado con las expectativas de la demanda y negocio mas sustentable en el tiempo, porque un consumidor satisfecho volverá a comprar.

Una posibilidad cierta y permanente de generar riqueza.

Definamos

Calidad:

Un producto es de calidad cuando le proporciona una satisfacción adecuada o esperada al cliente y a un precio razonable.

→ Buenas practicas en procesos productivos.

→ Buen precio.

→ El precio es un atributo del producto.

Definamos

Eficiencia:

Un proceso es eficiente cuando se los recursos involucrados para desarrollar un producto se usan en forma racional, disminuyendo costos, aumentando productividades y disminuyendo tiempos involucrados.

Costo de Oportunidad: Es lo que Ud. deja de ganar por no usar eficientemente los recursos.

→ Si Ud. pierde dinero produciendo ovejas por ejemplo, no solo pierde el dinero que invirtió, sino el que dejo de ganar por no tener un proceso eficiente. Por ejemplo recurso tierra ocioso.

Requisito Previo Para Que Se Pueda Desarrollar La Competitividad

Se debe definir previamente la naturaleza del negocio.

Si un productor no tiene bien definido su negocio no va a poder definir donde enfocar la competitividad.

→ La competitividad tiene un precio.

Cual es su negocio? Cual es su interés?

- A: Producir (ovinos, bovinos)
- B: Vender (ovinos, bovinos)
- C: Ganar subsidios de INDAP.
- D: Generar riqueza: ganar dinero.
- E: Todas las anteriores.
- F: Ninguna de las anteriores.

Por Que La Calidad y La Eficiencia Puede Hacer Que Un Negocio Despegue

Básicamente por dos principios o leyes de la economía:

- 1.- Principio de la "Elasticidad Precio de La Demanda".
- 2.- Principio de "Rendimientos Crecientes de Escala." (Economías de Escala?.

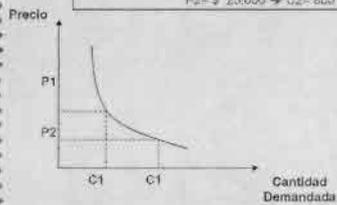
Ley De La Elasticidad Precio De La Demanda

- Se refiere a la variación porcentual de la cantidad demandada respecto a la variación porcentual del precio.

Es decir, si aumenta o disminuye el precio de un producto existe un efecto en la cantidad demandada.

Gráficamente

Por Ejemplo:
Si un productor vende cordones inicialmente a \$ 35.000.
Tiene una demanda de 500 cordones.
Si baja el precio a \$ 25.000, aumentará la cantidad demandada a 800 unidades.
P1= \$ 35.000 → C1= 500
P2= \$ 25.000 → C2= 800



Como se explica

Este principio de elasticidad precio de la demanda se explica, por la distribución del dinero en la población:

• Cuando un producto satisface la demanda mucha gente, aun cuando lo desea, no puede adquirirlo no porque no lo quiere sino porque no esta a su alcance.

• Por lo tanto mientras menor sea el precio del producto mayor numero de personas podrán comprarlo.

.....Demostrémoslo

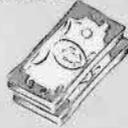
Primero Un Ejemplo

- Sandwich a \$ 200, milo a \$ 100



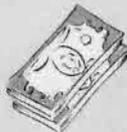
Demostremos el aumento de la demanda potencial

- Supongamos que en la sala existe un bien que todos desean,.... Pero que tiene un precio...
- Si el precio es muy alto, solo algunos podrán comprarlo.
- En la medida que va bajando el precio de un producto, son mas las personas que pueden acceder a el.



Demostremos el aumento de la demanda potencial

- Cuantas personas andan con mas de \$ 100.000 ?
- Cuantas con dinero entre \$ 50.000 y \$ 100.000?
- Cuantas entre 20.000 y 50.000?
- Cuantas entre 10.000 y 20.000?
- Cuantas entre 5.000 y 10.000?
- Cuantas menos de \$ 5.000?



Efecto Renta (o efecto Ingreso)

- Si la renta monetaria de un consumidor no varía, una subida en el precio de algún bien equivale exactamente a una reducción de su renta o ingreso.
- Disminuye su poder adquisitivo y compraran una cantidad mas pequeña de todos los bienes incluido el que aumento su precio.

Rendimientos Crecientes De Escala

- Si ud. produce mas, reparte sus costos fijos en mas productos.
- Eso hace que Ud. tenga menores costos reales por unidad producida.
- Esta disminución de costos pueden ser transferidos total o parcialmente al consumidor.
- Aun si los transfiere totalmente al consumidor.

Rendimientos Crecientes De Escala

- Aun si los transfiere totalmente al consumidor.
- Ud. tiene mas ganancia por que reduce costos y porque vende mas (principio anterior).
- Muchas personas dicen, yo no quiero vender mi producto mas barato porque no quiero perder plata,,, yo no le regalo mi trabajo a nadie.

Para Que Un Negocio Se Mantenga En El Tiempo Se Debe Cumplir que..

- Los participantes del negocio tengan ambos una visión del negocio a largo plazo.
- La visión a largo plazo, representa el interés de ambos que la relación comercial y el negocio se mantenga en el tiempo y sea cuidado.
- Si el negocio es bueno para ambas partes ambos trataran de cuidarlo.
- El negocio cumpla con las expectativas económicas de largo plazo, de ambos.

Ud. No Lo Haga

- Existen muchas personas que por ganar mas de lo que un negocio legitimo le permite, convierten ése negocio ilegítimo en uno ilegítimo.
- Por ejemplo, entregan un producto de menor calidad que el ofrecido, realizan fraude económico, etc.
- Con ello ganaran una sola vez y perderan todas las otras.

Ganar Una Sola Vez.... Es Perder

Piénselo

Nuestra Experiencia Con Ajo En Chiloé

- Economías muy locales tienen una alta elasticidad precio y oferta, es decir responden muy rápidamente o son muy sensibles a cambios en el precio o en la cantidad producida.
- Chiloé tiene una población de 150.000 habitantes.
- Una producción de ajo promedio de unas 70 ton/año en el territorio.
- Precio medio en los últimos 4 años es de \$ 1.300

Nuestra Experiencia Con Ajo En Chiloé

- En el año 2004 se generó expectativas en respecto a este producto que hicieron que aumentara en un 30% el volumen producido.
- Ese aumento de volumen hizo que el precio bajara de \$ 1.300 a \$ 800.

Situación de la Agricultura Familiar Campesina

Problema 1:

Volumen de producción no relevante como consecuencia del bajo tiraje de la producción y de un problema endémico de comercialización. Ello representa:

- Bajo aporte de la actividad al presupuesto familiar,
- Bajo costo de oportunidad que tiene como efecto una desertión otras actividades tales como la salmoneira (Chiloé),
- Pobreza solapada,
- Baja o nula capacidad de movilidad social.



Situación de la Agricultura Familiar Campesina

Problema 2:

La falta de competitividad de la oferta productiva campesina de Chile.

- Los productos no son relevantes en calidad, en precio, en pertinencia ni en volumen.
- No pueden competir en mercados globales.
- El aislamiento histórico ha incidido en el vicio de la falta de competencia.



Nuestra Experiencia Con Ajo En Chile

- Eso muestra que economías muy locales presentan una distorsión en los precios.
- Cuando la oferta es menor que la demanda el precio es anómalamente alto.
- Cuando la oferta es mayor que la demanda el precio es anómalamente bajo.
- Cuando una economía local se abre al exterior, los precios tienen que igualarse con esos mercados.

Conclusiones Para Evaluar Un Negocio

- Debe hacerse las valorizaciones, análisis de costos y beneficios al mediano o largo plazo.
- Debe considerarse todo el uso alternativo del capital, la tierra la mano de obra, etc.
- Deben incorporarse los principios de rendimientos crecientes de escala.
- Debe incorporarse principios de elasticidad precio de la demanda.
- Debe identificarse que el objetivo final no es vender mas caro el producto sino ganar mas dinero.
- Debe considerarse una orientación hacia la demanda para tener negocio sustentable.

PLAN GANADERO
PARA LA AGRICULTURA
Familiar
Campesina



INDAP
INSTITUTO NACIONAL DE FOMENTO PRODUCTIVO

Seminario
Preparándose para los Nuevos Desafíos del Sector Ganadero
FERNANDO BARRIENTOS V.
Jefe Unidad de Fomento Productivo INDAP V Región
La Ligua, 24 de noviembre 2005

INDAP
INSTITUTO NACIONAL DE FOMENTO PRODUCTIVO

ANTECEDENTES

INDAP
INSTITUTO NACIONAL DE FOMENTO PRODUCTIVO

C
O
N
T
R
N
T
O

- Promover condiciones y generar capacidades para la adecuación de la Agricultura Familiar Campesina a nuevas oportunidades de mercados, y crecientemente exigentes.
- Intervención integral, en función de proyectos sostenibles y coherentes con estrategias regionales y locales.
- Énfasis en rol facilitador del Estado, articulado con la Red de Fomento del sector público y la institucionalidad privada.

INDAP
Instituto de Desarrollo Agropecuario y Rural

O b j e t i v o G e n e r a l

Implementar proyecto de desarrollo de la competitividad del sector de Carne Bovina de la Agricultura Familiar Campesina, para impulsar la incorporación de la AFC a la respectiva cadena exportadora de Carne Bovina.

INDAP
Instituto de Desarrollo Agropecuario y Rural

O B J E T I V O / P R O D U C T O S

GENERAR CONDICIONES PARA QUE LA AFC SE INCORPORE AL PROCESO DE DESARROLLO EXPORTADOR

Productos

Corte Plazo	Incorporar a FCFA estándares de verificación de exportaciones del SAG. HABILITACIÓN MERCADERES.	} Px
Med. Plazo	Promover encadenamientos productivos entre AFC y resto industria. DISMINUIR O MITIGAR FALLAS DE MERCADO	
	Fomento I&D y transferencia tecnológica para mejorar EFICIENCIA-PRODUCTIV.	} Costos

INDAP
Instituto de Desarrollo Agropecuario y Rural

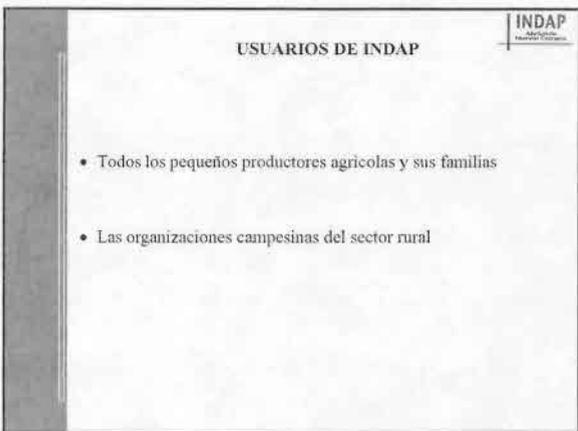
E l e m e n t o s G e n e r a l e s

El proyecto se articulará en torno a 4 Productos que responden a prioridades de mercado, de corto y mediano plazo:

- **Producto n°1** : Implementación de sistemas de Predios Bajo Control Oficial del SAG (PABCO) a nivel de la AFC.
- **Producto n°2** : Implementación de programas de Buenas Prácticas de Manejo para pequeños productores adscritos a PABCO
-
- **Producto n°3** : Implementación de programa de desarrollo de los encadenamientos productivos
- **Producto n°4** : Implementación sistema de I&D y transferencia tecnológica para pequeños productores pecuarios.







REQUISITOS BASICOS PARA PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRICOLAS

- Trabajar directamente su predio.
- Superficie explotada no mayor a 12 has de riego básico, cualquiera sea el régimen de tenencia de la tierra.
- Poseer activos hasta 3.500 UF.

SAG

Requisitos PABCO

•ASES MED. VET

MANEJO SANITARIO, CONTROL DE CALIDAD, HIGIENE, BIENESTAR

•INFRAESTRUCTURA:

Cerco perimetral, Corrales, Mangas, bretes

•EQUIPAMIENTO:

Termómetro, unidad frío, botiquín

I N S T R U M E N T O S

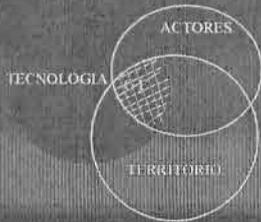




Buenas prácticas ganaderas para la obtención de calidad.

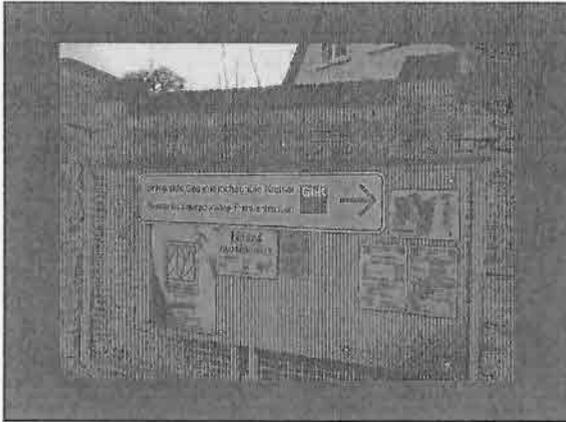
Raúl Venegas V.,
Médico Veterinario DMV ☞

GANADERIA.



Que son las buenas prácticas ganaderas.

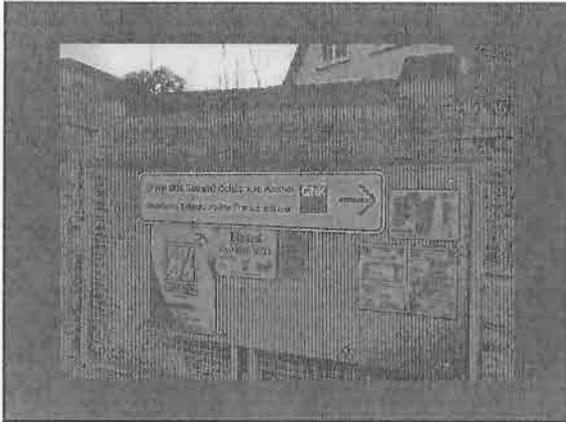
- ◆ Son condiciones de trabajo de las explotaciones ganaderas que deben garantizar:
- ◆ Sanidad Animal.
- ◆ Inocuidad del producto para el consumo humano.
- ◆ Manejo ambiental.
- ◆ Bienestar animal.





Porque se deben implementar

- ◆ Presión de los mercados internacionales.
- ◆ Comercialización de reproductores, material genético y productos.
- ◆ Preocupación de consumidores y comercializadores nacionales.
- ◆ Autoridades sanitarias.





Porque se deben implementar

- ◆ Presión de los mercados internacionales.
- ◆ Comercialización de reproductores, material genético y productos.
- ◆ Preocupación de consumidores y comercializadores nacionales.
- ◆ Autoridades sanitarias.

Quien participa

- ◆ Organismos fiscalizadores.
- ◆ Productor.
- ◆ Profesionales y laboratorios acreditados.
- ◆ Procesadores.

◆ La buenas prácticas ganaderas deben ser aplicadas y la empresa agropecuaria debe contar con la información registrada para demostrar y respaldar su aplicación

Buenas prácticas ganaderas

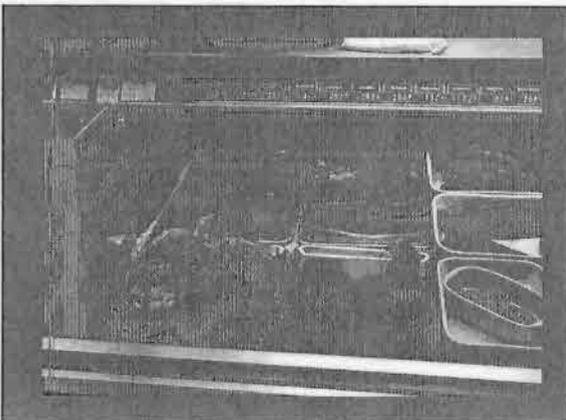
- ◆ Buenas prácticas sanitarias
- ◆ Buenas prácticas de inocuidad del producto para el consumo humano.
- ◆ Buenas practicas Ambientales.
- ◆ Buenas practicas de bienestar animal

Buenas prácticas sanitarias

- ◆ Origen demostrable de los animales vendidos. (Trazabilidad).
- ◆ Certificación de la situación sanitaria del plantel. (enfermedades infecciosas y parasitarias).
- ◆ Generar barrera sanitaria predial. Prevenir el ingreso de enfermedades al plantel, establecer detección oportuna. (bioseguridad)
- ◆ Certificar la calidad sanitaria de los animales que se venden para reproducción

Buenas prácticas de inocuidad del producto para el consumo humano.

- ◆ Control de los alimentos empleados en alimentación animal. (residuos químicos o biológicos que afecten la salud humana).
- ◆ Control en la aplicación de fármacos, aplicación estricta de los periodos de carencia.
- ◆ Aplicación de practicas de ordeño que favorezcan la inocuidad del producto.

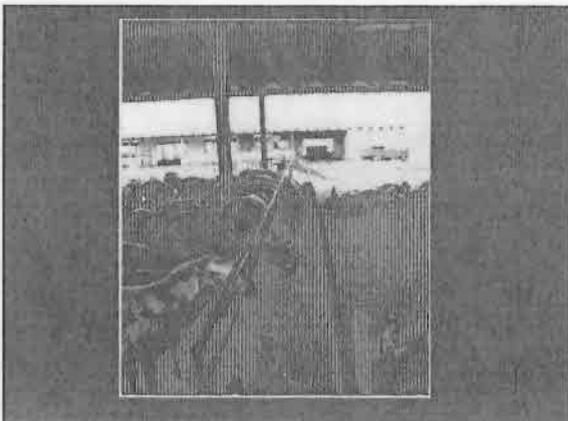


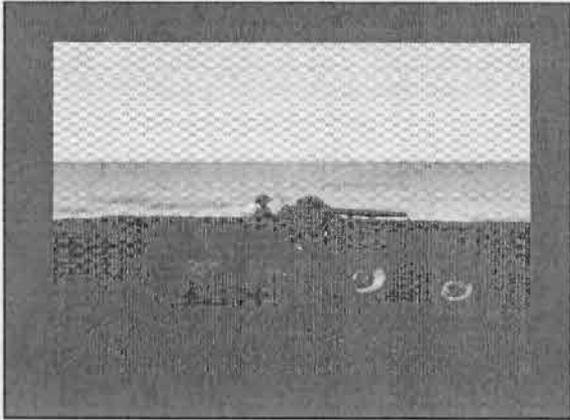
Buenas Prácticas Ambientales.

Se basan en mecanismos que eviten la contaminación de los recursos naturales

- ◆ Contaminación de cursos de agua. (manejo de guanos y purines).
- ◆ Contaminación atmosférica con gases y con malos olores.
- ◆ Manejo y eliminación de basuras .
- ◆ Eliminación adecuada de animales muertos. (Fosa cremación etc.)





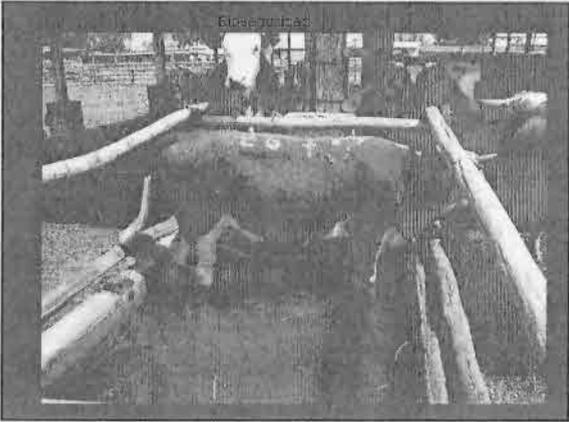


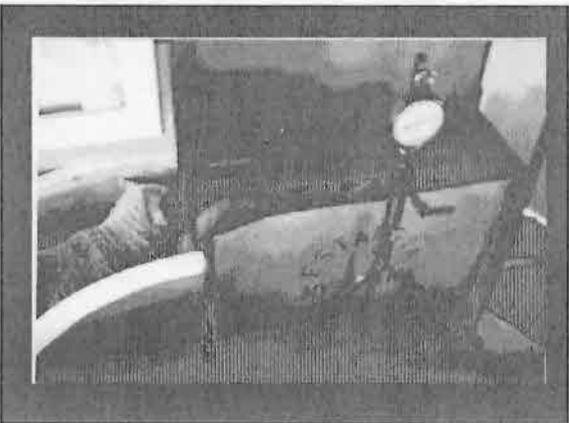
Buenas Practicas de Bienestar Animal

- ◆ Densidad animal.
- ◆ Transporte; de acuerdo a normativa vigente vehiculos apropiados, densidad
- ◆ Corrales y mangas de manejo que no dañen animales.
- ◆ Eliminar el uso de estímulos eléctricos en los arreos.
- ◆ Protección frente a las distintas condiciones climáticas

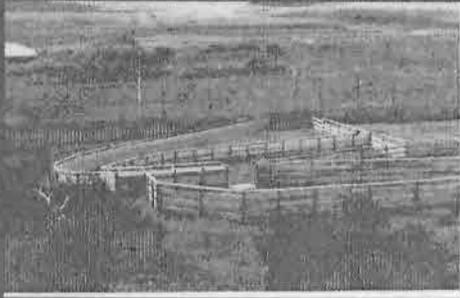








Concepto zonal e infraestructura de manejo



Pastoreo y calidad de la pastura
Bienestar animal



Bioseguridad del plantel

- ◆ **Objetivo: mantener las condiciones de salud del rebaño.**
- ◆ Cerco perimetral.
- ◆ Acceso controlado. (libre solo a oficina y residencia).
- ◆ Pediluvios y Rodiluvios.
- ◆ Compra de reproductores con certificación sanitaria.
- ◆ Lugar de cuarentenas definido y aislado.
- ◆ Alimento: de origen conocido.
- ◆ Agua: controlada periódicamente (química y bacteriología).
- ◆ Módulo sanitario: Vestidor, cambio de ropa, agua jabón.
- ◆ Fosa para cadáveres.
- ◆ Disposición de desechos.
- ◆ Excretas.
- ◆ Control de plagas.
- ◆ Registro de visitas.
- ◆ Transporte de animales: Lavado de vehículos.

Servicio Veterinario

- ◆ **Objetivo: Programa de vigilancia veterinaria.**
- ◆ Revisión de acciones y proposiciones de la visita anterior.
- ◆ Revisión de bioseguridad del plantel.
- ◆ Revisión de parámetros de producción
- ◆ Inspección clínica.
- ◆ Realización de necropsia y toma de muestras.
- ◆ Monitoreo
- ◆ Recomendaciones de la visita : Deben ser escritas.
- ◆ Implementación de las recomendaciones. (plazo)
- ◆ Confirmación o modificación de las recomendaciones.

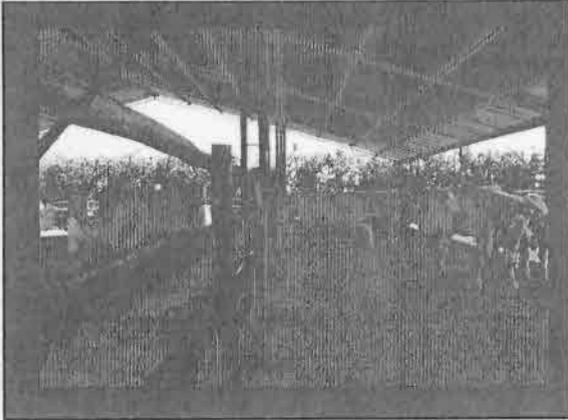


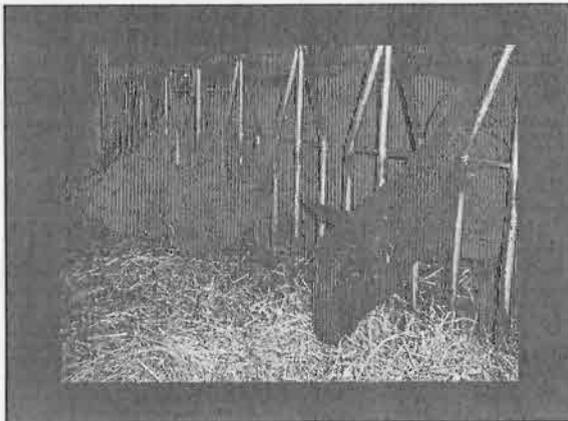
Trazabilidad del ganado y sus productos

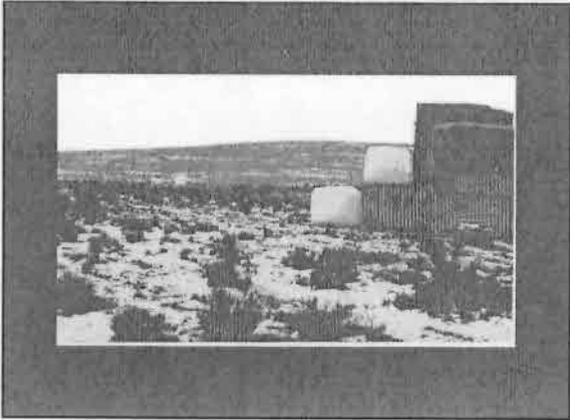
- ◆ Es el rastreo de un animal o sus productos hasta el predio de origen, su paso por otros predios, su sistemas de crianza, su estado sanitario, tratamientos y medicamentos que ha recibido. (acciones que deben estar documentadas)

Manejo de alimentos

- Registrar productos aplicados sobre la pradera, heno, silos o granos.
- Respetar periodos de resguardo.
- Mantener registro de proveedores de alimentos.
- No suministrar alimentos contaminados con hongos.
- Adquirir alimentos garantizados, mantener registros de cuando se emplearon.
- Almacenar los alimentos y aditivos en adecuadas condiciones de T° y H°, rotularlos, separarlos de otros que pueden contaminar. (FIFO).







Uso de productos veterinarios, agroquímicos y sanidad animal

- ◆ Usar sólo productos autorizados.
- ◆ Mantener fichas técnicas de todos los productos empleados.
- ◆ Cumplir con los periodos de resguardo.
- ◆ Llevar registros de los animales tratados.
- ◆ No usar medicamentos vencidos.
- ◆ Efectuar una adecuada esterilización de agujas y jeringas.
- ◆ Para los agroquímicos:
 - ◆ Limpiar equipos y vestimentas utilizados en su aplicación.
 - ◆ Eliminar correctamente los envases vacíos.
 - ◆ Almacenamiento de agroquímicos y medicamentos:
 - ◆ Mantener un registro actualizado del inventario.
 - ◆ Refrigerar los productos que lo requieran.
 - ◆ Evitar contaminación cruzada.

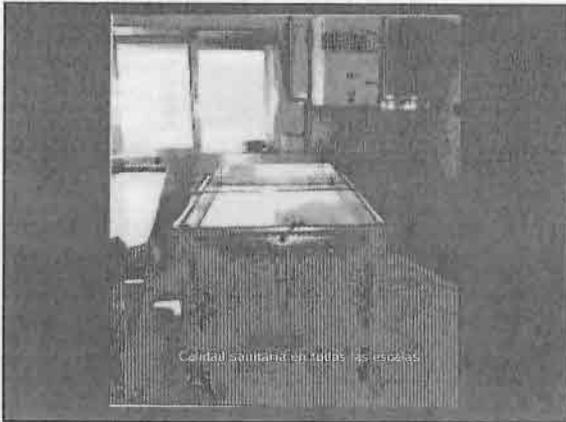
Registros

- ◆ Control del movimiento de los animales. Ingreso y origen, egresos y destinos.
- ◆ Control de existencia identificación individual.
- ◆ Sanitarios: Morbilidad, mortalidad.
- ◆ Reproductivo: I.A., montas pariciones, abortos.
- ◆ Fármacos: Inventario de productos farmacéuticos y vacunas, periodos de resguardo aplicación y tratamiento.
- ◆ Alimentos: registros de ingreso de productos, Registros de alimentos medicados, Transgénicos

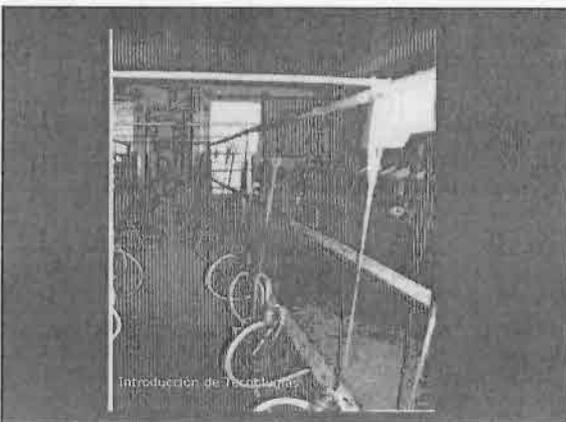
Procedimientos

(escritos)

- ◆ Limpieza y desinfección
- ◆ Para animales enfermos.
- ◆ Procedimientos de bioseguridad del establecimiento.
- ◆ De visitas al predio.
- ◆ Llenado de registros.
- ◆ De alimentación del ganado.
- ◆ De aplicación de fármacos.
- ◆ De control de plagas y roedores.
- ◆ Mantenimiento de equipos y utensilios.



Cambio sanitario en todas las etapas

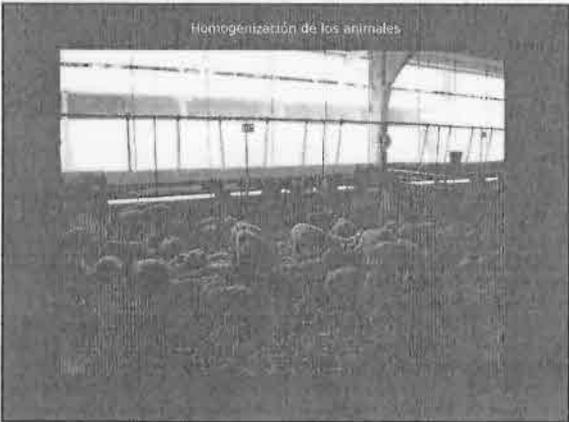


Introducción de Tecnología

Productos de acuerdo a la demanda, raza, peso, alimentación



Homogenización de los animales



Producto animal homogéneo



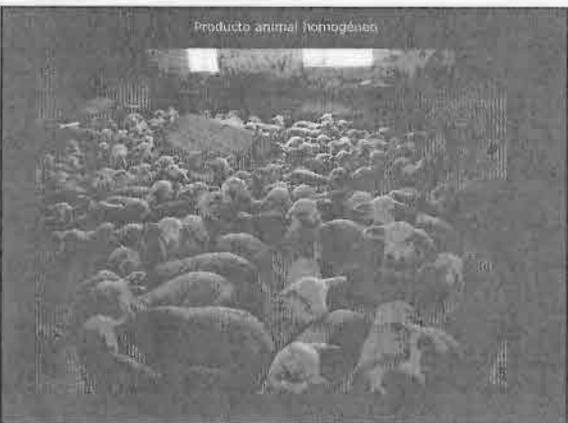
Productos de acuerdo a la demanda, raza, peso, alimentación

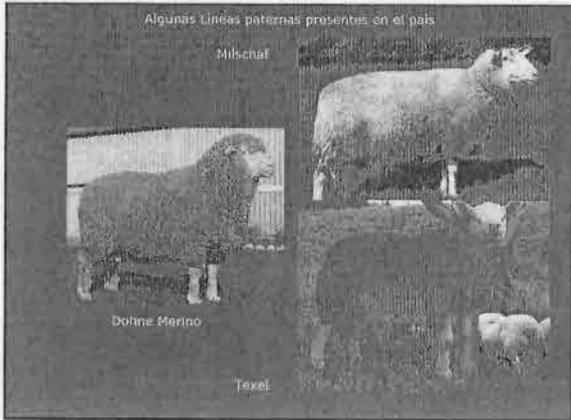


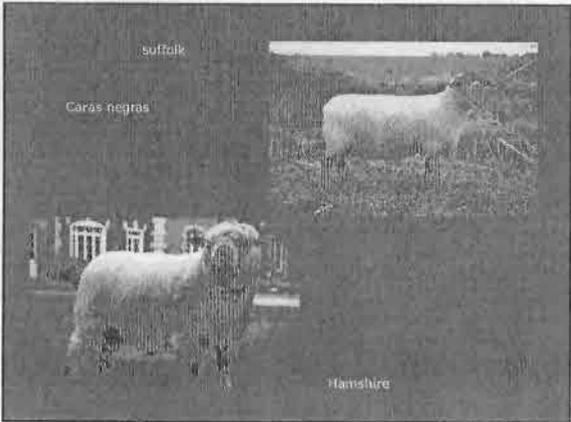
Homogenización de los animales.



Producto animal homogéneo















Mejoramiento de la nutrición mineral



Composición mineral adecuada al tipo animal



Producción y Transporte cooperativo bienestar animal

