



Módulo N° 2

Sistemas Alimentarios

Profesores: Luis Sáez Tonacca y Patricio Nayan
Fecha: 16 de noviembre 2021

INTRODUCCIÓN



- Las cooperativas, cumplen un importante rol en la sociedad.
- No se trata, sólo del beneficio hacia sus socios y sus familias.
- También, tienen grandes desafíos.
- Entre ellos, ser fieles al cumplimiento de los principios cooperativos.
- Los que deben compatibilizar con el desarrollo del negocio que desarrollan.

INTRODUCCIÓN



- En ese contexto, no se pueden abstraer que las cooperativas son parte de una sociedad, con lo bueno y malo que ahí ocurre.
- Con los cambios que se generan a cada momento, ya sea en los aspectos económicos, sociales y ambientales.
- Por ejemplo, el desarrollo y comportamiento de otras empresas, los cambios en gustos y preferencias de los consumidores, etc.

INTRODUCCIÓN



- En nuestro caso, vamos a conversar sobre la participación de las cooperativas al interior de lo que se denomina “El Sistema Alimentario”.
- Por lo tanto, vamos a dar una mirada rápida a dichos Sistemas, de tal forma de intentar analizar o buscar elementos para ver cómo las cooperativas se pueden insertar.

EL SISTEMA ALIMENTARIO



- Existe un gran desequilibrio en los sistemas alimentarios.
- Muchas personas padecen de inseguridad alimentaria.
- Aumentan los índices de obesidad y sobrepeso, especialmente en mujeres y niños.
- Se evidencia una gran oferta de alimentos ultra procesados.

EL SISTEMA ALIMENTARIO



- Se realiza un uso indiscriminado de los recursos naturales y se amenaza fuertemente la biodiversidad.
- Gran cantidad de alimentos se pierden o desperdician.
- Los productores agrícolas, a veces, se quedan sin vender sus cosechas o las venden en condiciones desfavorables.

UNA COMPLEJA PREGUNTA



- Frente a esta realidad, surge una gran disyuntiva
- **¿Producir alimentos para qué o quiénes?**
- Una opción es:
- **“Producir alimentos para alimentar a la población”** y, con eso, ganar dinero.

UNA COMPLEJA PREGUNTA



- Y una segunda opción es:
- **“Producir alimentos para ganar dinero”**, algo muy diferente y que, muchas veces, nos confunde.
- Donde ya no es tan importante, si se alimenta o no saludablemente a la población, ni a qué población se refiere, puede ser sólo a una parte de la población o incluso a ninguna.

UNA COMPLEJA PREGUNTA

- Se genera una tensión entre, concentrarse en hacer crecer la economía o alimentar a la población.
- Pregunta compleja que se puede transformar en oportunidad.



LAS DIFERENTES ORIENTACIONES



- Así, se podría hablar de diferentes “sistemas”, cada uno con características particulares.
- En Chile, algunas instituciones como el Ministerio de Salud, se han orientado hacia la opción que se deben producir alimentos para alimentar saludablemente a la población nacional.

LAS DIFERENTES ORIENTACIONES



- Sin embargo, en otras instituciones, si bien, se suele estar de acuerdo en la importancia de producir alimentos para alimentar a la población.
- Algo casi de Perogrullo, se declara.
- Rápidamente, y casi sin darse cuenta, se cambia el orden de los factores.
- Y, aquí sí, cambia el resultado final del producto.

LAS DIFERENTES ORIENTACIONES

- Se termina fomentando el producir alimentos para ganar dinero.
- Ya sea o no, para alimentar saludablemente a la población.



LAS DIFERENTES ORIENTACIONES



- En el mejor de los casos, el objetivo de alimentar saludablemente a la población, se considera solamente como una externalidad positiva del agronegocio.
- Desde acá se desprenden los principales desafíos del agronegocio y, por cierto, dichos desafíos también están planteados para las cooperativas del sector agroalimentario.

LAS DIFERENTES ORIENTACIONES



- El problema ya no es generar la ganancia ni abrir nuevos mercados, eso se resuelve.
- Existen herramientas para dicho desafío.
- El real desafío es responder a lo que la sociedad está demandando, una cooperativa inserta en un Sistema Alimentario.
- Un Sistema Alimentario, al que la sociedad le exige diversas MISIONES.

MISIONES / OPORTUNIDADES

- Algunas Misiones para el Sistema Alimentario:
 - La población aumenta y hay creciente demanda por alimentos.
 - Con un mayor porcentaje de la población, especialmente la clase media, con poder adquisitivo para demandar en forma exigente.



MISIONES / OPORTUNIDADES

- Sin embargo, también graves problemas de malnutrición.
- Envejecimiento y despoblación rural y avance de la urbanización.
- También, la aparición de nuevas tecnologías, que pueden generar conflictos.



MISIONES / OPORTUNIDADES

- Preocupación por los efectos del Cambio Climático y la degradación de los recursos naturales.
- Conflicto entre la industrialización y las empresas familiares que realizan estrategia de multifuncionalidad.



SISTEMA ALIMENTARIO



- ¿Y qué se puede entender por Sistema Alimentario?
- Opiniones...
- Veamos un vídeo...
- https://youtu.be/_Gg0XhrkCJI
- Entonces, según la visión de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).

LOS SISTEMAS ALIMENTARIOS



- Un sistema alimentario es la suma de los diversos elementos, actividades y actores que, mediante sus interrelaciones, hacen posible la producción, transformación, distribución y consumo de alimentos.
- Identificando efectos en términos **de seguridad alimentaria, seguridad ambiental y bienestar social.**

LOS SISTEMAS ALIMENTARIOS



- Además, el Grupo de Alto Nivel de Expertos en seguridad alimentaria y nutrición (HLPE), agrega:
- Un Sistema Alimentario Sostenible (SAS), es un sistema alimentario que proporciona:
- Seguridad alimentaria y nutrición para todas y todos.

LOS SISTEMAS ALIMENTARIOS



- De manera que no se pongan en peligro las bases económicas, sociales y ambientales.
- Para proporcionar seguridad alimentaria y nutrición a las generaciones futuras (HLPE, 2014).

A) SEGURIDAD ALIMENTARIA



- Desde la Cumbre Alimentaria de 1996 (FAO, 2006) se considera que existe seguridad alimentaria, cuando:
- Todas las personas tienen, en todo momento, acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos.
- Para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos, a fin de llevar una vida activa y sana.

A) SEGURIDAD ALIMENTARIA



- En esta definición destacan cuatro dimensiones de la seguridad alimentaria:
- **1. Disponibilidad**
- **2. Acceso**
- **3. Utilización**
- **4. Estabilidad**

A) SEGURIDAD ALIMENTARIA



- **1. Disponibilidad de alimentos:** es la existencia de cantidades suficientes de alimentos de calidad adecuada, suministrados a través de la producción del país o de importaciones (incluyendo la ayuda alimentaria).

A) SEGURIDAD ALIMENTARIA

- Aquí cobran real importancia las cooperativas y la producción de la AFC, la cual se debe seguir cuidando, fomentando.
- Dando las condiciones para que les resulte interesante participar en el mercado interno.



A) SEGURIDAD ALIMENTARIA

- Aún hay bastante trabajo que realizar, especialmente desde el punto de vista de la comercialización, donde una buena opción son los Mercados Locales y Circuitos Cortos de comercialización.



A) SEGURIDAD ALIMENTARIA



- **2. Acceso a los alimentos:** dimensión referida al acceso de las personas, a los recursos adecuados para adquirir alimentos apropiados y que proporcionen una alimentación nutritiva.

A) SEGURIDAD ALIMENTARIA



- Aquí cobra especial relevancia la democratización de la alimentación saludable.
- Por supuesto, las cooperativas pueden y deben jugar un importante rol.
- También, ayuda el desarrollo de Mercados Locales y Circuitos Cortos de Comercialización.

A) SEGURIDAD ALIMENTARIA



- **3. Utilización de los alimentos:** dimensión que hace referencia a la utilización biológica de los alimentos a través de una alimentación adecuada, agua potable, sanidad y atención médica.
- Todo, para lograr un estado de bienestar nutricional en el que se satisfagan todas las necesidades fisiológicas.

A) SEGURIDAD ALIMENTARIA

- Acá resulta interesante transitar de un sistema de producción convencional, a uno orgánico o, un sistema agroecológico.



A) SEGURIDAD ALIMENTARIA



- Hay que ser cuidadoso con el agua. Se está cambiando el foco “del agua para la agricultura” a **“el agua para los alimentos”**.
- También, hay que fomentar el uso eficiente de los alimentos, utilizar todas sus partes (tallos, hojas, inflorescencias, que normalmente se desechan).

A) SEGURIDAD ALIMENTARIA

- Ejemplo, la hoja de quínoa, para consumo fresco como ensalada u otras preparaciones.
- También harina, en ambos casos con altos contenidos de proteínas de buena calidad.



A) SEGURIDAD ALIMENTARIA



- **4. Estabilidad** en la disponibilidad y el acceso a alimentos adecuados en todo momento.
- Nuevamente, cobra importancia la pregunta de ¿producir alimentos para qué o quiénes?.
- En este caso, vinculado a los sistemas de distribución y comercialización.

A) SEGURIDAD ALIMENTARIA



- Si es, solamente, el mercado el que asigna los recursos mediante la famosa ley de oferta y demanda...
- ¿Cómo se puede asegurar la estabilidad?
- ¿Cómo se evita la especulación con los precios de los alimentos?

A) SEGURIDAD ALIMENTARIA



- En el caso que ocurra un evento climático, por ejemplo, una helada que afecta la producción de alimentos en una zona.
- ¿Por qué los productores de otra zona, no afectada, se sienten motivados a subir los precios y dejar personas fuera de la opción de consumir esos productos?

A) SEGURIDAD ALIMENTARIA



- Si a esos productores no les aumentaron los costos, no debería haber motivo para subir sus precios.
- Ni, tampoco, la industria o los integrantes de los diferentes canales de distribución, deberían tener razones para aumentar los precios al consumidor final.
- Esta es una oportunidad de diferenciación para la cooperativas.

B) SEGURIDAD AMBIENTAL



- Los resultados, en términos de seguridad ambiental, dependen de cómo se desarrollen las actividades de:
- Producción
- Transformación
- Distribución, y
- Consumo de alimentos
- En términos de su impacto ambiental.

B) SEGURIDAD AMBIENTAL



- En un sistema alimentario sostenible, se debe minimizar el impacto ambiental negativo, de manera que se preserven las funciones naturales requeridas para la producción de alimentos.
- Una nueva oportunidad, para poner en valor los principios cooperativos y marcar la diferencia.

B) SEGURIDAD AMBIENTAL



- Por supuesto, los Mercados Locales y Circuitos Cortos, que pueden desarrollar las cooperativas, cumplen un rol fundamental, ya que:
- Dichos mercados requieren una planificación adecuada del sistema de producción predial.
- Porque hacen un uso eficiente de los recursos de producción.

B) SEGURIDAD AMBIENTAL



- Porque requieren cultivar gran variedad de especies, fomentando la biodiversidad y evitando el monocultivo y el uso de pesticidas.
- Es decir, fomentan las prácticas de producción agroecológica.

C) BIENESTAR SOCIAL



- Los resultados en términos de bienestar social están determinados por:
- **La forma en que se desarrollan las actividades del sistema.**
- Por ejemplo, en términos de la creación de empleo y la generación de ingresos, que incrementan el acceso a una oferta de alimentos más diversificada.

C) BIENESTAR SOCIAL



- **Y por dinámicas que afectan las dimensiones de la seguridad alimentaria.**
- Por ejemplo, las inestabilidades en la oferta de alimentos básicos.
- Y el incremento de sus precios, que pueden propiciar condiciones de disrupción política y social.

C) BIENESTAR SOCIAL



- Si las cooperativas desarrollan mercados locales y circuitos cortos, van a favorecer el acceso de toda la población a los alimentos saludables.
- Y lo pueden hacer a precios equitativos, en variedad adecuada, cercana a sus hogares y con cercanía social.

C) BIENESTAR SOCIAL



- En ese caso, se puede ayudar a moderar las alzas de precios, especialmente, las alzas injustificadas.
- Se logra mejorar la disponibilidad de alimentos producidos según la estacionalidad natural de las especies.
- Y también, se favorece el mejor ingreso familiar de los productores y productoras.

C) BIENESTAR SOCIAL



- Se puede ayudar a dignificar a los integrantes del sistema alimentario.
- Permiten que los habitantes urbanos valoren el territorio, el producto y a las productoras y productores agrícolas.
- Especialmente, si estos sistemas de comercialización, funcionan bajo la “Confianza”.

C) BIENESTAR SOCIAL

- No sólo se busca maximizar sus ganancias, se pone énfasis en alimentar saludablemente a la población, cuidando y educando a las personas y, luego, con eso ganar dinero.



FINALIZANDO



- ¿Dudas, consultas?
- ¿Opiniones, comentarios?
- MUCHAS GRACIAS...



Módulo N° 2

Sistemas Alimentarios

Profesores: Luis Sáez Tonacca y Patricio Nayan
Fecha: 20 de noviembre 2021

- SE AGRADECE LA BUENA PARTICIPACIÓN
 - LOS INTERESANTES COMENTARIOS
 - TODOS SUS APORTES
-
- UN BREVE Y RÁPIDO RESUMEN DE LA SESIÓN ANTERIOR...

EL SISTEMA ALIMENTARIO



- Existe un gran desequilibrio en los sistemas alimentarios.
- Muchas personas padecen de inseguridad alimentaria.
- Aumentan los índices de obesidad y sobrepeso, especialmente en mujeres y niños.
- Se evidencia una gran oferta de alimentos ultra procesados.

EL SISTEMA ALIMENTARIO



- Se realiza un uso indiscriminado de los recursos naturales y se amenaza fuertemente la biodiversidad.
- Gran cantidad de alimentos se pierden o desperdician.
- Los productores agrícolas, a veces, se quedan sin vender sus cosechas o las venden en condiciones desfavorables.

UNA COMPLEJA PREGUNTA



- Frente a esta realidad, surge una gran disyuntiva
- **¿Producir alimentos para qué o quiénes?**
- Una opción es:
- **“Producir alimentos para alimentar a la población”** y, con eso, ganar dinero.

EN RESUMEN



- ESTAMOS MAL
- CON UN SISTEMA ALIMENTARIO EN DESEQUILIBRIO
- CON CUESTIONAMIENTOS
- CON PREGUNTAS PARA LA REFLEXIÓN

BIENESTAR SOCIAL



PERO ESO NO ES TODO



- Es sabido que, al menos, en América Latina y el Caribe todos los países cuentan con suficientes alimentos para cubrir los requerimientos mínimos de calorías.
- Incluso aquellos que tienen altas tasas de incidencia de hambre.

PERO ESO NO ES TODO



- Sin embargo, no todos esos países cuentan con la cantidad y diversidad de alimentos necesarios para garantizar una alimentación adecuada para su población.
- **El problema no es la cantidad de alimentos producidos.**
- **El problema se relaciona con la distribución.**
- **Opiniones...**

EL PROBLEMA DE LA DISTRIBUCIÓN



- En los canales de distribución y comercialización, se presentan asimetrías e imperfecciones, que hacen que el sistema sea muy ineficiente.
- Aquí, las cooperativas tienen una importante oportunidad y, tal vez, una importante responsabilidad.

EL PROBLEMA DE LA DISTRIBUCIÓN

- Esto, se puede mejorar fomentando la presencia de Mercados Locales y Circuitos Cortos, en cada localidad del país.
- Planificando en acuerdo entre los productores y las familias que van a consumir sus productos.



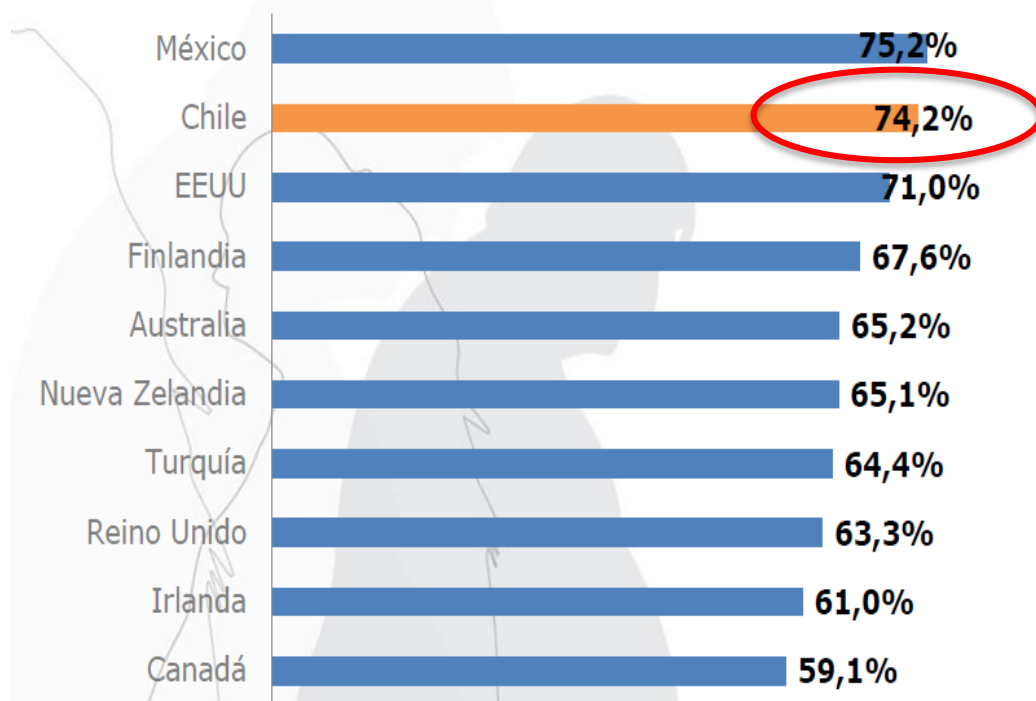
¿Y CÓMO ESTAMOS EN CHILE?



- En nuestro país, no era muy común hablar de seguridad alimentaria.
- Aún tenemos el recuerdo de hace varias décadas, haber derrotado la desnutrición infantil.
- Ahora, los temas son el explosivo aumento de los niveles de sobrepeso y obesidad de la población en general, centrado en mujeres y niños/as.

UN LUGAR INCÓMODO

Porcentaje de sobrepeso y obesidad en adultos ¹



En adultos la prevalencia de obesidad en la última década se **incrementó** en un **8,3%**, variando de un 22,9% el 2009-10 a un 31,2% el 2016-17².

La obesidad es **mayor** en **mujeres**, personas que viven en **zonas rurales** y entre quienes tienen **menos años de escolaridad**³.

Fuentes:

1. OECD (2021), Overweight or obese population (indicator)

2. ENS 2009-2010 y 2016-2017. Ministerio de Salud

3. Radiografía Obesidad en Chile 2019, Elige Vivir Sano a partir de datos ENS 2016-2017, Minsal

PERO HAY OTRO PROBLEMA



- De manera increíble, al año 2019, es decir, antes de la emergencia sanitaria.
- Se reportaban 600.000 personas con inseguridad alimentaria muy grave.
- Y pronosticaban que, por la pandemia, podría aumentar a 1 millón.
- También, 2,5 millones de personas con inseguridad alimentaria moderada, es decir, sin acceso regular a alimentos nutritivos y en cantidad adecuada.

AHÍ SÍ TENEMOS PROBLEMAS



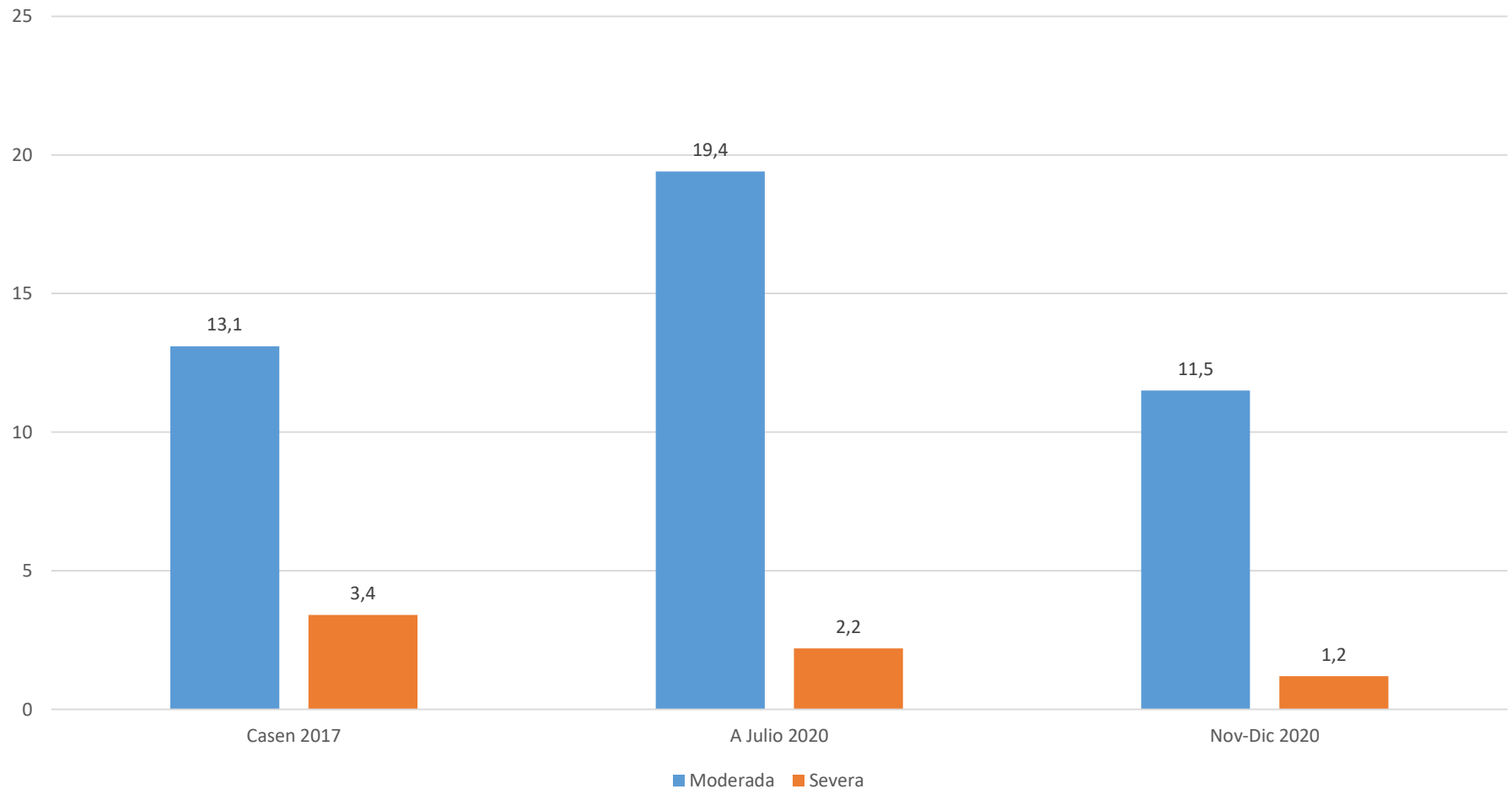
- La misma FAO, agrega que:
- “... esto no será por falta de producción, hay suficientes alimentos en el país (la producción e importación).
- No hay peligro de desabastecimiento, pero sí hay que reconocer que el problema será el acceso.
- Las personas no tendrán dinero para comprar alimentos esenciales para sobrevivir...”

INSEGURIDAD ALIMENTARIA



- Entendida como la falta de acceso físico, social y/o económico a alimentos suficientes, inocuos y nutritivos.
- Será **leve o moderada**, cuando se tiene incertidumbre sobre la capacidad de obtener alimentos, se reduce la cantidad de alimentos o debe saltarse comidas.
- **Severa**, es cuando la persona se queda sin alimentos y pasa uno o más días sin comer, pasando hambre.

INSEGURIDAD ALIMENTARIA EN CHILE



Fuentes: En base a Informe de la Seguridad Alimentaria y Nutrición en el Mundo. FAO, 2020
Ministerio de Desarrollo Social. Encuesta CASEN 2017.
Encuesta Social COVID-19. Ministerio de Desarrollo Social y Familia. 2020.

ALGUNAS OPORTUNIDADES



- La FAO recomienda reforzar los programas de apoyo nutricional para madres en edad fértil y niños menores de cinco años de edad.
- También, asegurar la alimentación escolar, expandir los programas de protección social y promover hábitos de consumo saludable.

ALGUNAS OPORTUNIDADES



- Garantizar la oferta de alimentos, facilitando el transporte y acceso económico a insumos productivos (semillas, fertilizantes, etc.), maquinaria e infraestructura.
- Mantener la disponibilidad de alimentos básicos, apoyando el funcionamiento de las explotaciones agropecuarias, con especial atención a la agricultura familiar campesina, pero sin excluir las de mayor tamaño.

ALGUNAS OPORTUNIDADES



- Apoyar el transporte, procesamiento y envasado de productos agropecuarios y pesqueros.
- Resolver problemas logísticos de las cadenas de valor alimentarias y garantizar la operación de los puntos de venta al por menor, mercados y supermercados.

ALGUNAS OPORTUNIDADES



- Que los países desarrollen políticas comerciales y fiscales que mantengan abierto el comercio mundial, para evitar alteraciones en los precios domésticos o reducciones en la oferta de alimentos.
- <http://www.fao.org/americas/noticias/ver/es/c/1272991/>

ALGUNAS OPORTUNIDADES



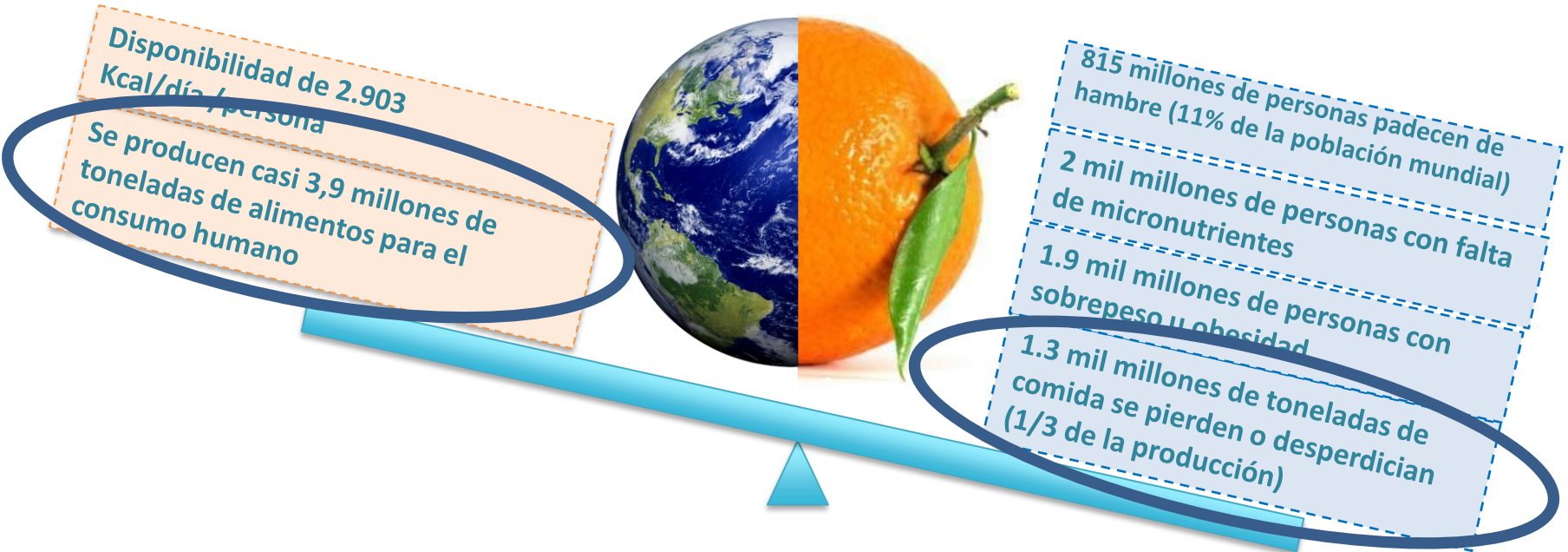
- En ese mismo contexto, desde antes de la emergencia sanitaria, hemos estado trabajando sobre un tema que nos parece muy importante.
- Me refiero a las Pérdidas y Desperdicios de Alimentos (PDA).



Organización de las Naciones
Unidas para la Alimentación
y la Agricultura



¡Hoy, el sistema alimentario mundial está desequilibrado!



PÉRDIDAS Y DESPERDICIOS DE ALIMENTOS



- Otro de los grandes problemas que afecta eficiencia de los Sistemas Alimentarios, son las Pérdidas y Desperdicios de Alimentos (PDA).
- Las cifras son extremadamente altas, al menos un tercio de los alimentos producidos para el consumo humano, se pierden o desperdician.

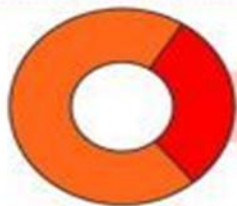
- VÍDEO PDA FAO
- <https://www.youtube.com/watch?v=7uhicBad4VM&t=1s>
- RECREO??

PÉRDIDAS Y DESPERDICIOS DE ALIMENTOS



- Se ha perdido el respeto por los alimentos, considerándolos un bien de consumo, desechable.
- La principal razón, a nuestro juicio, es porque aún existe el paradigma de que Calidad es apariencia, principalmente vinculada a Tamaño/Calibre y Uniformidad.

A NIVEL MUNDIAL SE PIERDE



30% de la producción mundial de alimentos nunca llega a ser consumida

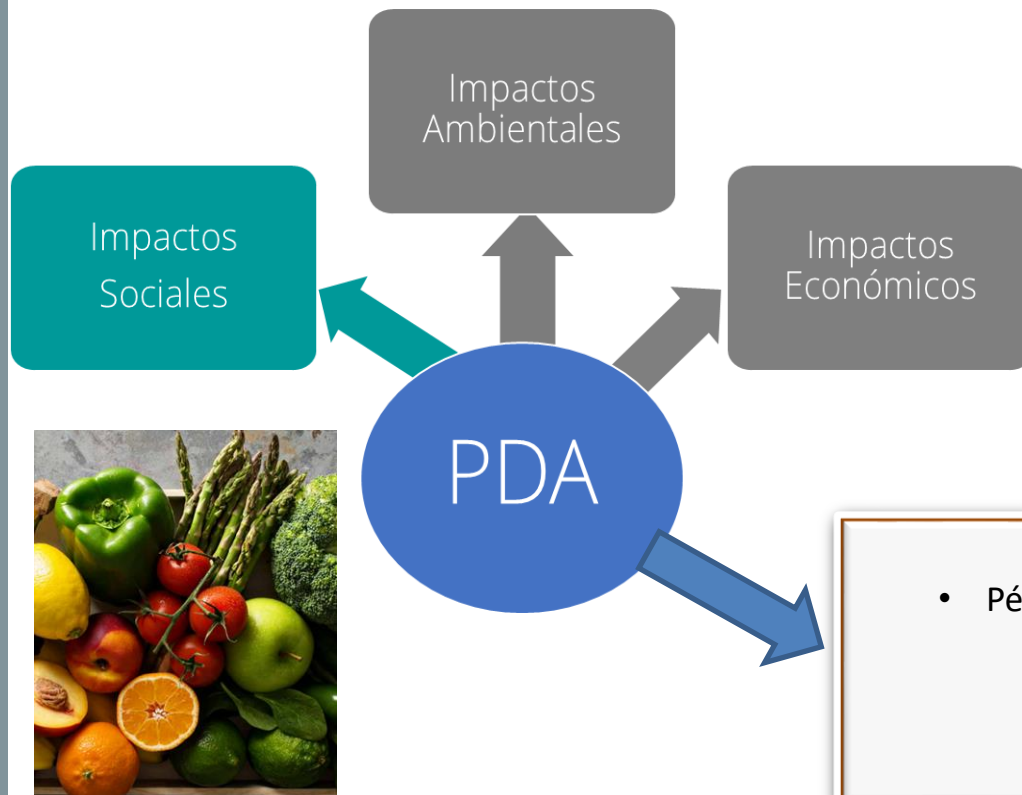
De la granja al tenedor (from farm to fork)



Eso significa que en promedio cada habitantes de la Tierra desperdicia **177 kilos de comida al año.**

<http://www.fao.org/3/ca6030es/ca6030es.pdf>

IMPACTO EN LOS SISTEMAS ALIMENTARIOS



- Menor disponibilidad de alimentos
- Pérdida de nutrientes (vitaminas, minerales, fibra)
 - Uso innecesario de RRNN
 - Mayores emisiones de GEI
 - Pérdida de recursos financieros

Gran cantidad de recursos que se pierden al producir alimentos que nunca se consumen

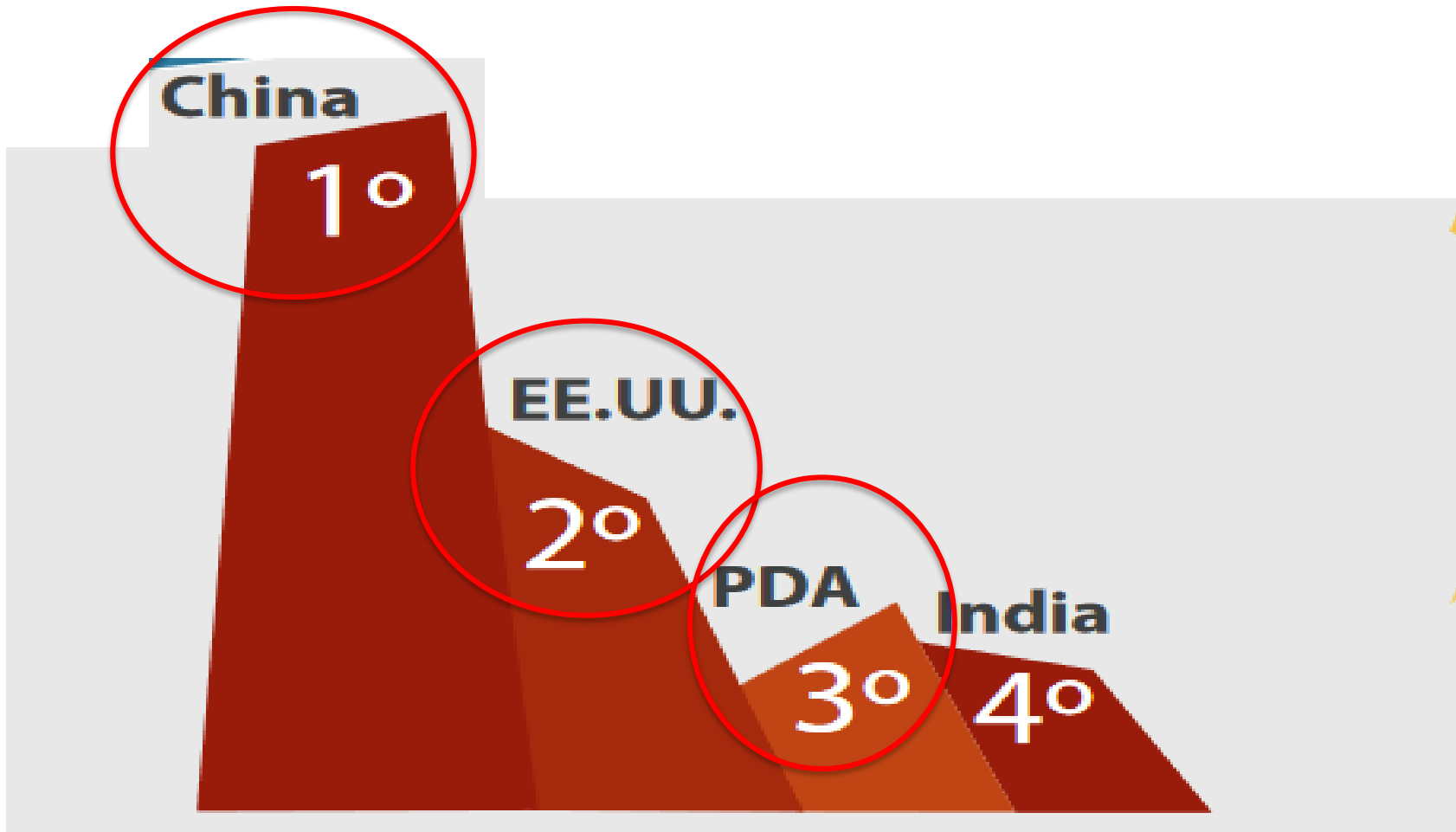
IMPACTO AMBIENTAL DE LAS PDA



Según FAO, las Pérdidas y el Desperdicio de Alimentos se relacionan con:

- **30 % del suelo agrícola** se destina a cultivar alimentos que nunca se consumirán.
- **21 % de agua dulce** se desecha para su producción
- **8 % de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero** son causados por los alimentos desaprovechados.

IMPACTO AMBIENTAL DE LAS PDA

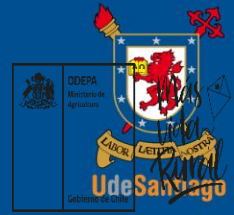


A NIVEL MUNDIAL SE PIERDE POR TIPO PRODUCTO



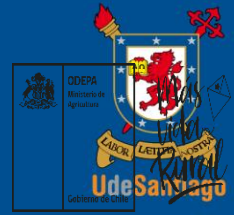
1 300 millones de toneladas de alimentos se pierden o desperdician cada año en el mundo.

ALGUNAS ESTRATEGIAS



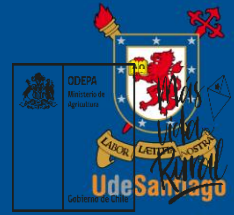
- Desarrollo de un Plan de Acción para la identificación y clasificación de las pérdidas durante el proceso productivo.
- Clasificándolas de acuerdo a su origen para gestionar su tratamiento y el destino que se le da al producto.
- Planeación de la demanda, proyectando las ventas, para evitar procesar alimentos que posteriormente se perderán durante la transformación industrial.

ALGUNAS ESTRATEGIAS



- Sistemas de operación logística de almacenamiento y transporte, evitando que el producto con fecha de caducidad próxima permanezca en las bodegas.
- La adecuada rotación del producto, el control de inventarios y movimientos y la disminución del maltrato contribuyen a mejorar la gestión del producto y a evitar las pérdidas.
- Aquí, las cooperativas tienen una gran responsabilidad... ¿o no?

POR QUÉ GESTIONAR LAS PDA



- Permite reducir **costos**.
- Contribuye a lograr los **objetivos corporativos** tanto ambientales y de responsabilidad social.
- Contribuye a una mejor **imagen de marca**.
- Contribuye a **mayor cantidad y acceso** a alimentos.
- Reduce la **presión sobre los recursos** (agua, suelo) y contribuye a la **lucha contra el cambio climático**.

- VÍDEO MÉXICO
- https://m.facebook.com/watch/?v=1555655304520893&_rdr

LAS PDA



- En este desafío, la tarea es grande y se va avanzando, por ejemplo, se creó un Comité para reducir las PDA, hoy es una Comisión asesora del Ministerio de Agricultura.
- Se ha avanzado en diferentes aspectos.
- Nosotros, trabajamos realizando algunas mediciones, pero principalmente Valorizando y Recuperando diferentes alimentos.

LAS PDA

- Por ejemplo, fomentando la venta de las denominadas frutas y verduras feas.
- Estudiando el uso de partes de plantas que antes no se ocupaban.
- Pero, fundamentalmente, recuperando alimentos en las Ferias Libres.



LAS FEAS?



LAS FEAS?



RECUPERACIÓN EN FERIA LIBRE



RECUPERACIÓN DE ALIMENTOS



- Lo hacemos, por un lado:
- Para **sensibilizar** a la población, demostrando que dichos alimentos, por muchos problemas de apariencia que tengan, siguen siendo muy valiosos del punto de vista nutricional.
- Y, también, del punto de vista organoléptico con diversas preparaciones.

SENSIBILIZAR



SENSIBILIZAR



SENSIBILIZAR



SENSIBILIZAR



- Por otro lado:
- Especialmente durante la emergencia sanitaria, hemos comenzado a desarrollar lo que denominamos **“Micro Bancos de Alimentos Saludables en Ferias Libres”**.

LOS MICROBANCOS

- En simple, los micro bancos, consisten en solicitar a los feriantes donen productos que, por problemas de apariencia, ellos creen no podrán vender al final de la jornada.



LOS MICROBANCOS



LOS MICROBANCOS



- Dichos productos son acopiados en un puesto al interior de la feria, especialmente habilitado para eso.
- Luego de ser pesados, clasificados, lavados y desinfectados, son entregados a organizaciones sociales o comedores solidarios.











LOS MICROBANCOS



- El concepto general, es recuperar los alimentos antes que se transformen en basura, de la tarima del comerciante a la tarima del micro banco.
- Es una forma digna de alimentarse, ya que la fruta y hortaliza sigue siendo alimento, nunca basura.
- En promedio, recuperamos cerca de los 300 kg por cada jornada. En Chile, funcionan 1.050 ferias cada día.

- VÍDEO ISLA DE LAS FLORES
- <https://www.youtube.com/watch?v=9fEMHB9kksM>
- ¿COMENTARIOS?...

FINALMENTE EN EL CASO DE CHILE



- El actual modelo de producción agrícola es cuestionado.
- Se afirma que, también pone a Chile en una situación de vulnerabilidad frente a posibles escenarios de proteccionismo económico, interrupción logística y cuellos de botella en cadenas globales de suministro.

FINALMENTE EN EL CASO DE CHILE



- Se discute sobre:
- ¿Mantener la actual vocación agroexportadora del país?
- ¿Qué sectores se deberían impulsar para asegurar la autosuficiencia alimentaria en un escenario global cada vez más incierto?.

FINALMENTE EN EL CASO DE CHILE



- Si bien la agricultura del país es altamente productiva, su vocación agroexportadora se ha basado principalmente en la especialización del sector frutícola.
- Lo que ha ido en desmedro de otros sectores claves para asegurar necesidades nutricionales básicas de la población, como lo son los granos y cereales.

RESUMEN FINAL



- El Agronegocio debe ver más allá de la producción, de la cadena de suministro, de la logística.
- Debe preocuparse del entorno donde se consume, de los hábitos de consumo y las exigencias de los consumidores y la sociedad en su conjunto.

RESUMEN FINAL



- Debe preocuparse de la desconexión, en los consumidores respecto de la fuente de los alimentos.
- La gente no sabe lo que come.

RESUMEN FINAL



- Se exige un Sistema Alimentario más equitativo.
- Los que eran NICHOS de mercado se transforman en nuevo régimen.
- Se debe transitar, rápidamente, de lo agrario a lo alimentario.

RESUMEN FINAL



- Finalmente, el gran desafío, es cambiar la orientación:
- **“De producir *más* alimento pasar a producir *mejor* alimento y distribuirlo de mejor forma”.**
- **Esto se debe transformar en una oportunidad para las cooperativas.**
- **MUCHAS GRACIAS**

NO SÉ SI PELARLA O
PREGUNTARLE QUÉ LE PASA





Módulo N° 2

Fases de transición hacia cooperativas modernas y Facilitadores económicos.

Profesores: Luis Sáez T. – Patricio Nayan S.

23/11/2021

COOPERATIVAS Y SISTEMA ALIMENTARIO

¿Qué es la asociatividad?



- La Asociatividad, es una herramienta para sumar esfuerzos, compartir aspiraciones y resolver necesidades individuales de manera colectiva.



- **Beneficios de la Asociatividad**

- Mejorar la capacidad de negociación.
- Reducir costos, lo que se traduce en una mayor rentabilidad del negocio.
- Disminuir las limitantes de acceso y uso de la información. (Oportunidades de negocios, Proyectos, inversiones).
- Incremento de la producción y productividad.
- Mejora la gestión del negocio.
- Entre Otros.

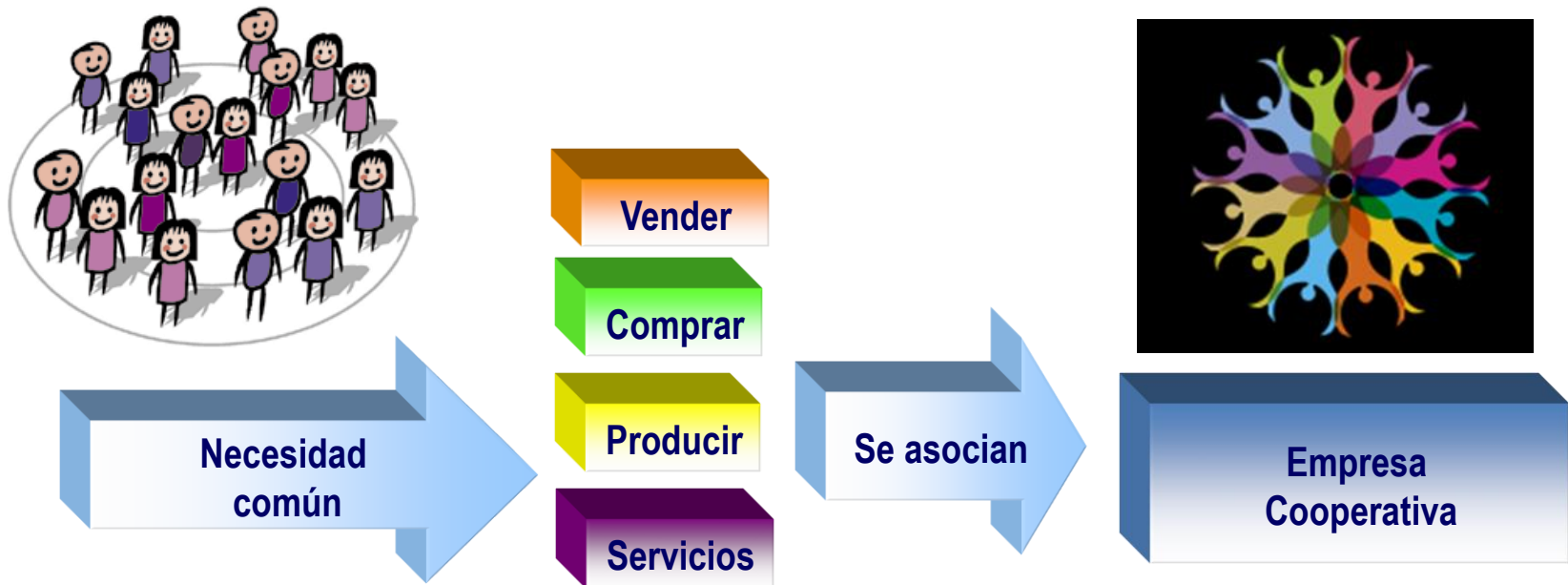


• LAS COOPERATIVAS



- Las Cooperativas son ***Empresas Asociativas con Carácter Social.***
- Lo más importante en la organización cooperativa es el ser humano. La cooperativa es democrática.
- Las Cooperativas se han desarrollado en todas partes del mundo, en países pobres y ricos, están involucradas en las áreas de producción, distribución, agricultura, comercialización, crédito, industrial, pesca y servicios de todas clases.

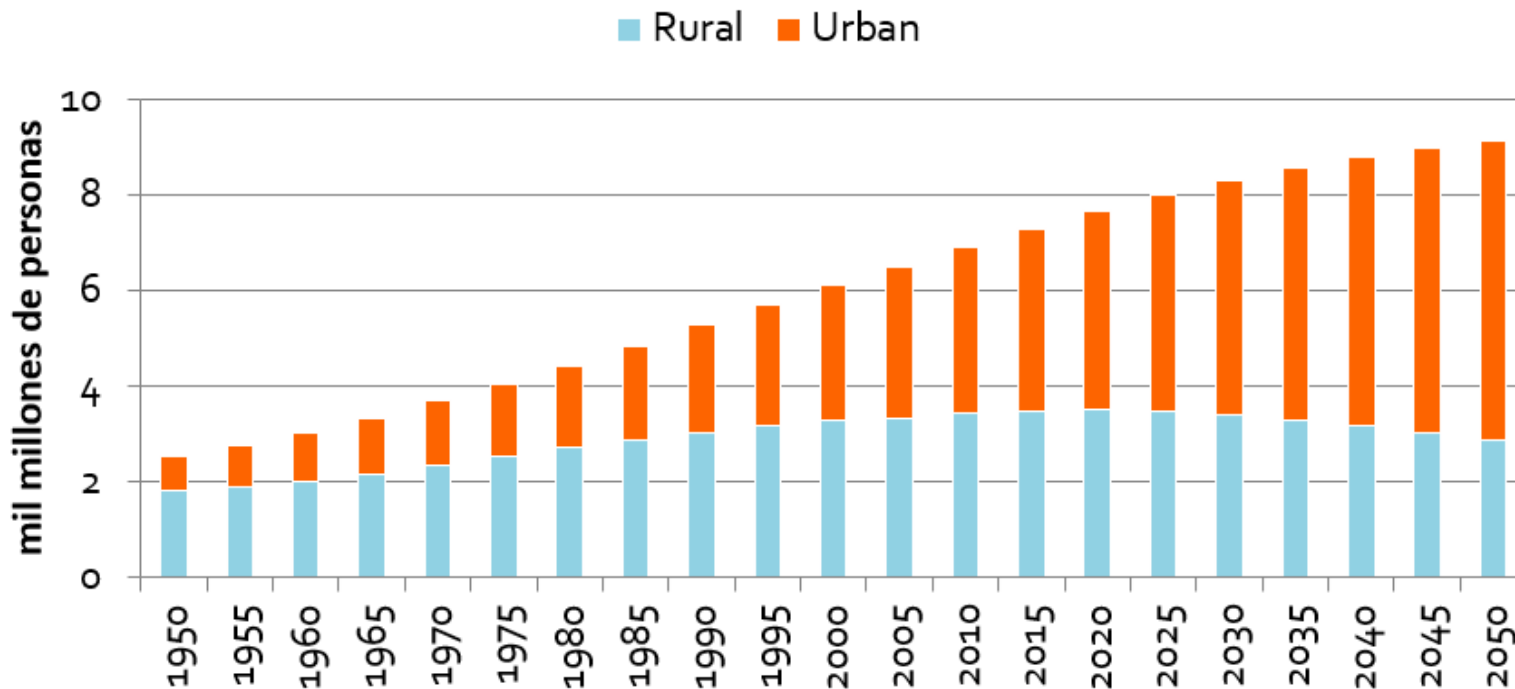
¿Cómo funciona el modelo cooperativo?



La población crece y se urbaniza



- El desafío de largo plazo para el sector agroalimentario es alimentar a una población que llegará a 9 mil millones de habitantes en el año 2050.



Fuente: Rabo Partnerships, 2020

La población crece y se urbaniza

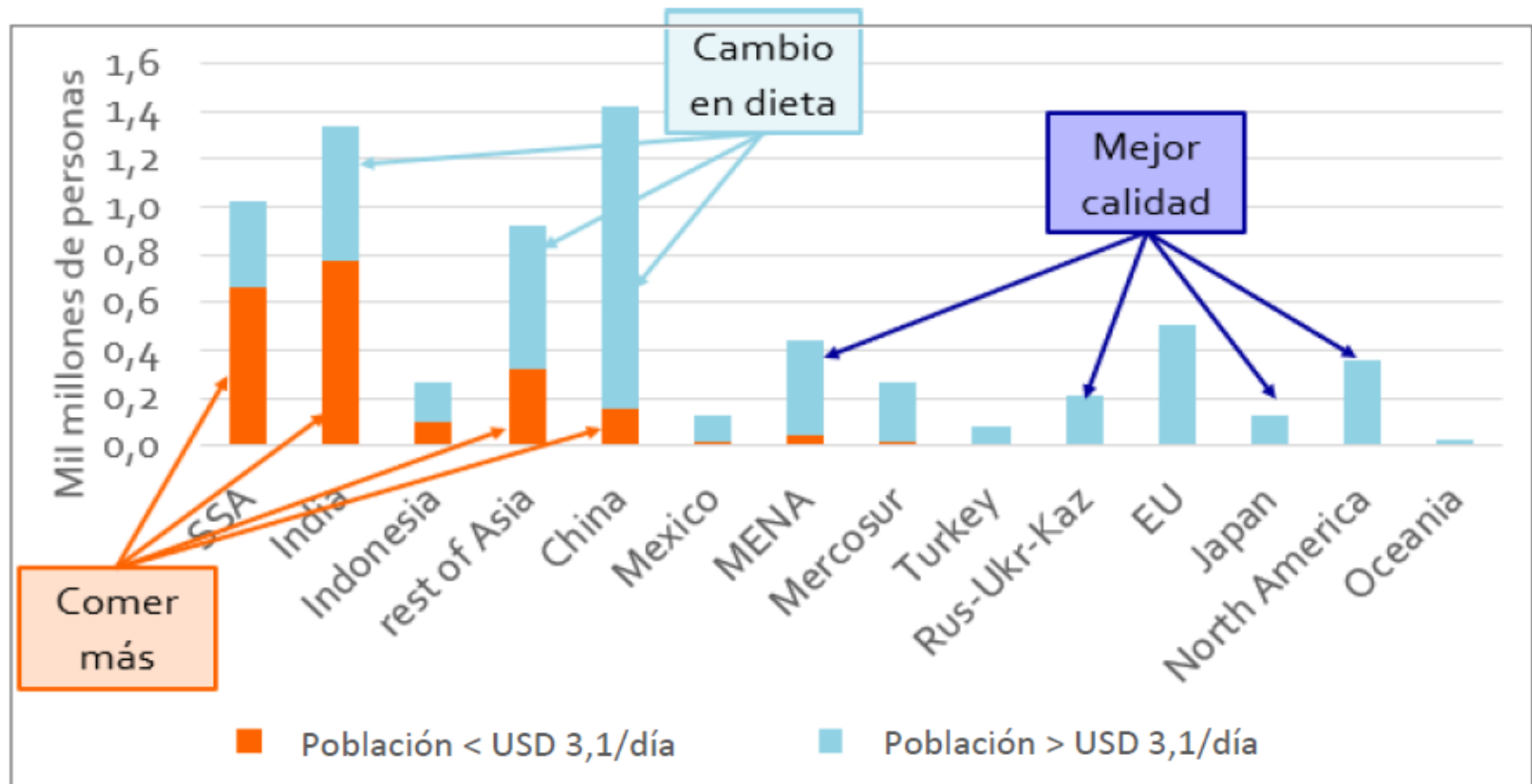


- La población creciente **vivirá principalmente en las ciudades**, lo que requiere ajustes en las cadenas de suministro de alimentos.
- El efecto es acrecentado por **la importante expansión de la población mundial de la clase media**, con cambio en las preferencias alimentarias.
- Como el consumo de **carne y lácteos**.



¿Cómo se relaciona esto con el medioambiente?

Cambio en las preferencias alimentarias



La población crece y se urbaniza



- Si los métodos de producción no cambian, la creciente demanda de alimentos llevará a un **uso insustentable de recursos naturales**, ya que más alimentos implica más tierra, agua y otros insumos.
- Este **nexo de energía-agua-alimentos** hacia el 2030 es el mayor desafío ante la creciente demanda de alimentos (50% de crecimiento; FAO), de agua (30% de crecimiento, según el Instituto Internacional de Manejo del Agua) y de energía (30% de crecimiento de demanda, según la Agencia Internacional de Energía).

SEGURIDAD Y SOBERANÍA ALIMENTARIA



- La Cumbre Mundial de la Alimentación efectuada en 1996 por FAO, indica que la seguridad alimentaria y nutricional se consigue cuando:

SEGURIDAD ALIMENTARIA

“todas las personas, en todo momento tienen acceso físico, social y económico a suficiente alimento, seguro y nutritivo, para satisfacer sus necesidades y preferencias alimentarias, para llevar una vida activa y sana”.

PILARES DE LA SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL



sesan.gob.gt





DISPONIBILIDAD

- **Cantidad de alimentos** con que se cuenta a nivel nacional, regional y local.
- **Suministro suficiente** frente a los requerimientos de la población.
- Depende de la **producción y la importación**.

ACCESO A LOS ALIMENTOS



- Posibilidad de todas las personas de alcanzar una alimentación adecuada y sostenible.
- Alimentos que puede comprar una familia, comunidad o país.
- Nivel y distribución de ingresos.
- Precios de los alimentos



Alimentos que comen las personas y está relacionado con la selección de los mismos, las creencias, actitudes y prácticas, como son:

CONSUMO

- La Cultura.
- Los Patrones y hábitos alimenticios.
- La Educación alimentaria y nutricional
- Información comercial y nutricional
- El Nivel educativo
- La Publicidad
- El Tamaño y composición de la familia

Aprovechamiento o utilización biológica

- Cómo y cuánto aprovecha el cuerpo humano los alimentos que consume y como los convierte en nutrientes para ser asimilados por el organismo. Deben ser de Calidad e inocuos. Influyen:



- Medio ambiente
- Estado de salud
- Entornos y estilos de vida
- Situación nutricional de la población
- Disponibilidad
- Calidad y acceso a los servicios de salud, agua potable y saneamiento básico.

Soberanía Alimentaria

- Derecho de los pueblos, las naciones o las uniones de países a definir sus políticas agrícolas y de alimentos, sin ningún impedimento frente a países terceros.
- Organiza la producción y el consumo de alimentos acorde con las necesidades de las comunidades locales.
- Dando prioridad a la producción para el consumo local y doméstico, antes que la importación.





- **SOBERANÍA ALIMENTARIA**

- Priorizar la producción agrícola local para alimentar a la población, el acceso de los/as campesinos/as y de los sin tierra a la tierra, al agua, a las semillas y al crédito.
- El derecho de los campesinos a producir alimentos y el derecho de los consumidores a poder decidir lo que quieren consumir y, como y quien se lo produce.
- La participación de los pueblos en la definición de la política agraria.
- Contribuir a enfriar el planeta.

INSEGURIDAD ALIMENTARIA



- **690 millones** de personas padecen hambre, es decir, el 8,9% de la población mundial.
- En Chile un 15,6% del país (**2,9 millones** de personas) tiene algún tipo de inseguridad alimentaria (moderada o severa) y que actualmente un 3,8% de la población (700 mil personas) padece inseguridad alimentaria severa.

Desperdicio de Alimentos

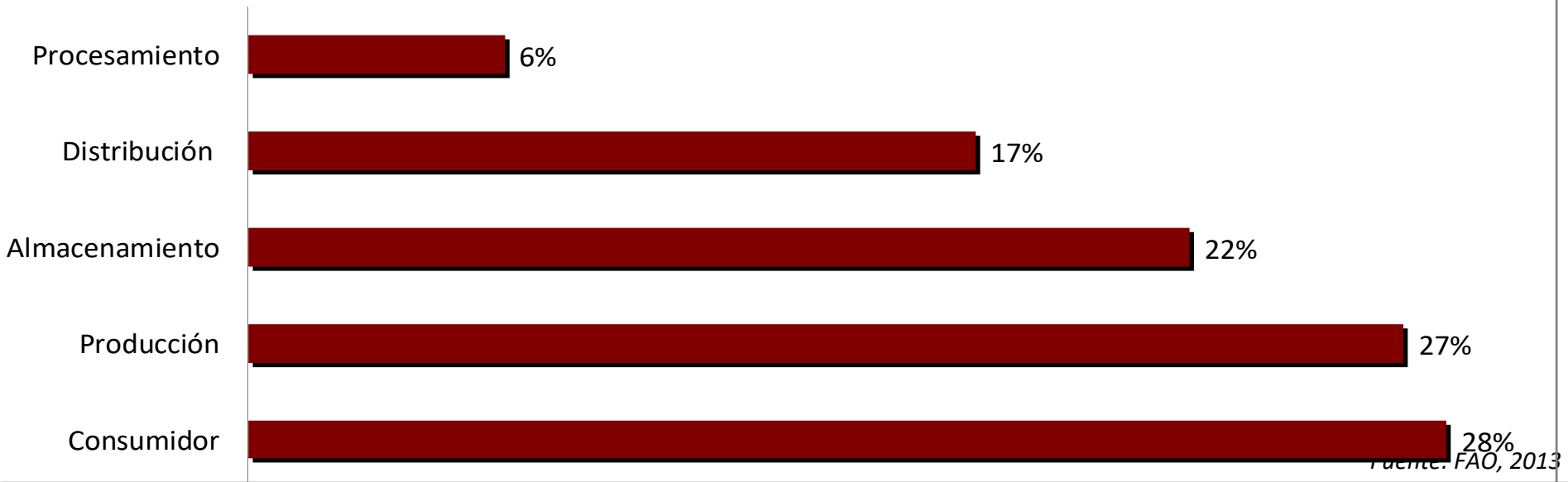


1 de cada **4**
calorías
producidas por el
sistema agrario
global se
desecha

1/3 de la
producción mundial
de
comida
se **pierde**

Cantidad
que permitiría
alimentar a
2000 mill. de
personas

Pérdidas alimentos América Latina



Desperdicio de Alimentos

Los
desechos
de
comida
anuales



+ de la
mitad del
cultivo
mundial **de**
cereales



La **tierra**
para producir
la comida
desechada



al
territorio
Mexicano
194.7 MM
ha

La contribución de las cooperativas al desarrollo rural

• LAS COOPERATIVAS



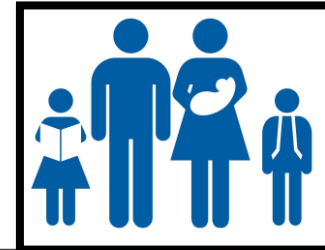
Beneficios Económicos

- Reducción de costos por compra agrupada
- Mejor Precio Venta por negociación de volúmenes



Incidencia Política

- A nivel Local, Regional y Nacional



Beneficios Sociales

- Al aportar a la comunidad
- Educa
- Mantiene las tradiciones y se involucra con el sector

LAS COOPERATIVAS



- Permiten **concertar y concentrar la oferta de productos agrícolas** en los mercados, negociando desde posiciones ventajosas a partir de un mayor volumen y oportunidad.
- Operan generalmente como circuitos cortos porque **son “ellas” el intermediario**.
- Facilitan el desarrollo de **sociedades más cohesionadas y resilientes**.
- Construye y desarrolla **territorio**.

LAS COOPERATIVAS



- **Articulan y concentran la demanda de servicios y de insumos**, con el mismo resultado de bajar costos de transacción.
- Establece proyecciones reales en el tiempo. **PERMITE CONSTRUIR Y CAPITALIZAR.**
- Facilita ejecución de políticas públicas y privadas de desarrollo. Siendo un **brazo del Estado.**
- Aporta al cuidado del paisaje y la preservación de la **identidad cultural.**

COOPERATIVA MODERNA

- Gracias!



Módulo N° 2

Fases de transición hacia cooperativas modernas y Facilitadores económicos.

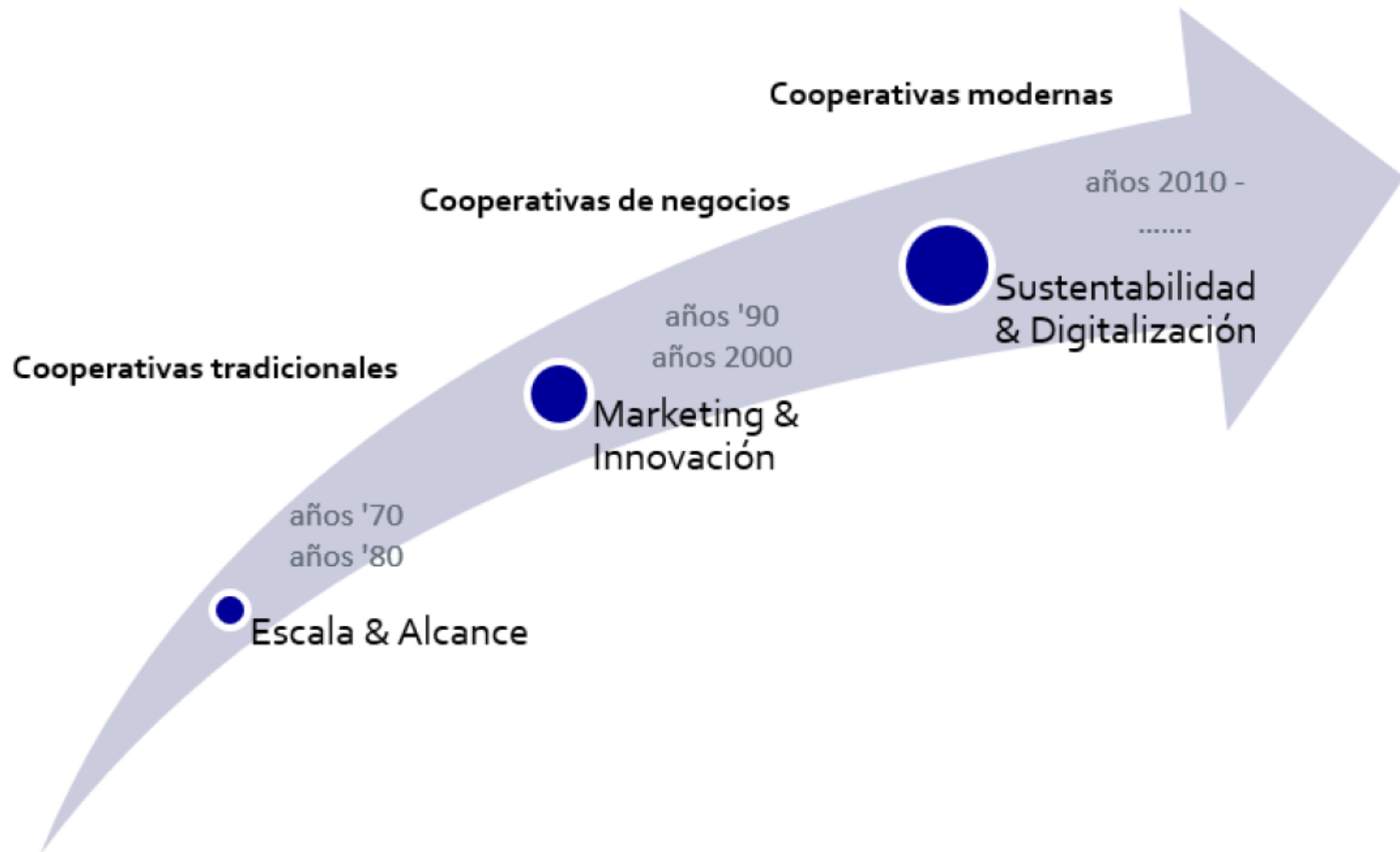
Parte 2

Profesores: Luis Sáez T. – Patricio Nayan S.

27/11/2021

COOPERATIVA MODERNA

TRANSICIÓN DE LAS COOPERTIVAS EN LOS ÚLTIMOS 50 AÑOS

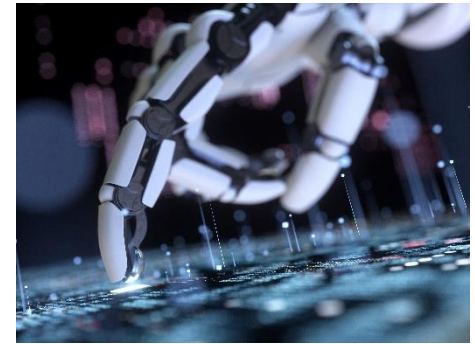
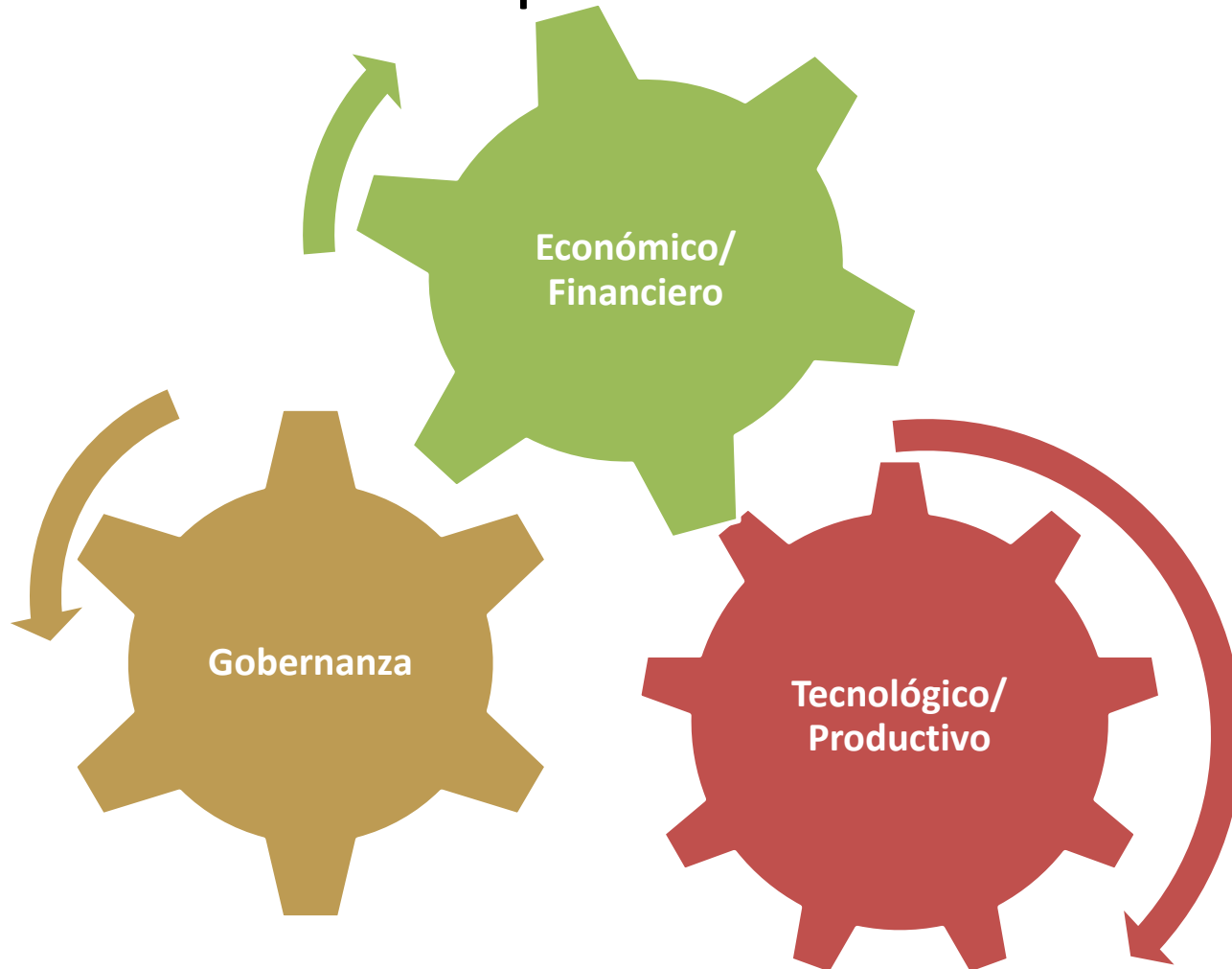


¿Qué es una Cooperativa Moderna?

- El foco de las inversiones y capacidades se traslada hacia la sustentabilidad y la digitalización.
- La **sustentabilidad** apunta a reducir la huella ecológica de la producción y el procesamiento de alimentos.
- La **digitalización** refiere al proceso de convertir los diferentes tipos de información en un formato digital y usar esta información para mejorar los actuales procesos de negocios y para desarrollar nuevos.

¿Qué es una Cooperativa Moderna?

- Es una Cooperativa desarrollada en estos ejes:



Era Digital



Medioambiente



Coop. Friesland Campina

FrieslandCampina *nir*
nourishing by nature



- Cooperativa holandesa de 150 años de historia. Con **18.000 productores** asociados en los Países Bajos, Alemania y Bélgica.
- Productora de leche y derivados, más alimentos para mascotas e insumos veterinarios.
- Factura anual de **US\$13.650 millones**, con 23.659 trabajadores; tiene sucursales en 36 países y sus productos llegan a más de 100 países.



Coop. Japonesa Zen-Noh

- Agrupación de **945 cooperativas**, se formó en 1972 instalada en más de 10 países y factura US\$56.150 millones contando con 7.960 trabajadores.
- Es uno de los mayores importadores mundiales de alimentos para animales y fertilizantes agrícolas. **Maneja 70 % de las ventas de fertilizantes en Japón** y participa en gran medida en la producción de equipos agrícolas, principalmente tractores.





¿Cómo?
¿Por dónde partir?
¿Es posible?

PANORAMA CHILENO

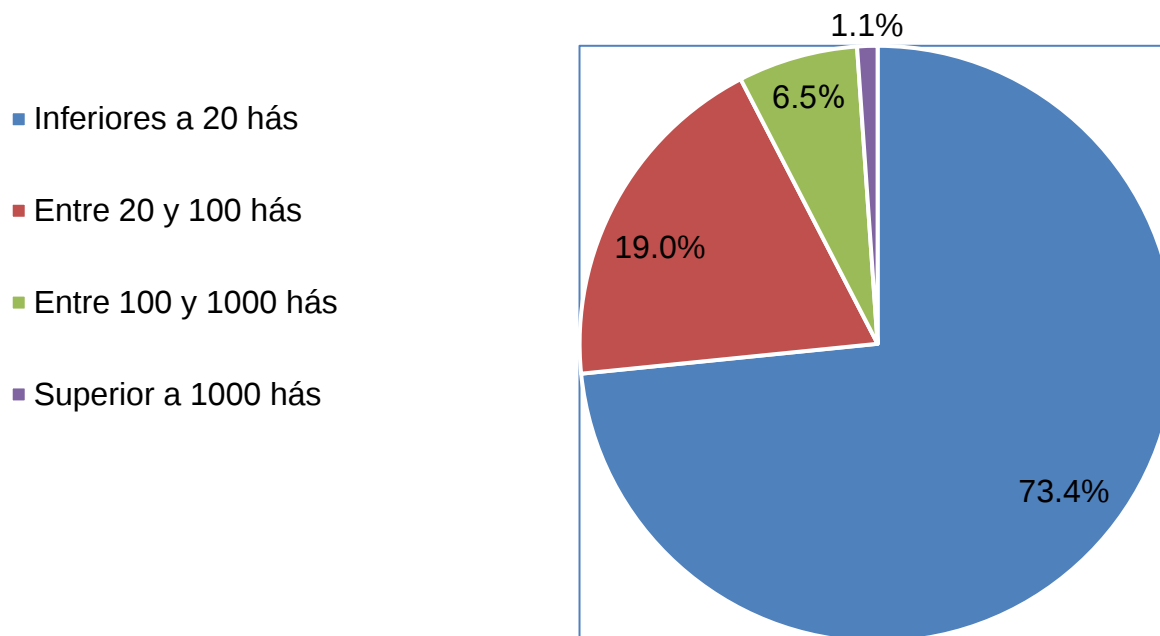
Limitantes, Oportunidades, Potencialidades

Volvamos a lo esencial...Chile



- El universo total: 301.376 predios.
- Suman 51.695.732 hectáreas, de las cuales son cultivables o con potencial Silvoagropecuario: **31.635.041 ha.**
- El 73,4% de los predios son de menos de 20 hectáreas, el 19% se ubica entre 20 y 100. El 7,6% restante tienen un tamaño superior a 100 hectáreas.

CANTIDAD DE PREDIOS SEGÚN TAMAÑO



Fuente: VII
Censo
Nacional
Agropecuario
de 2007 (INE).

Superficie y predios en Chile

- El 54% de los predios está en las regiones de La Araucanía, Biobío y Maule.
- Entre el extremo norte del país y la Región de Coquimbo solo se localiza el 8,4%, mientras las regiones de Aysén y Magallanes no superan el 1,8% del total.

Fuente: VII Censo Nacional Agropecuario de 2007 (INE).



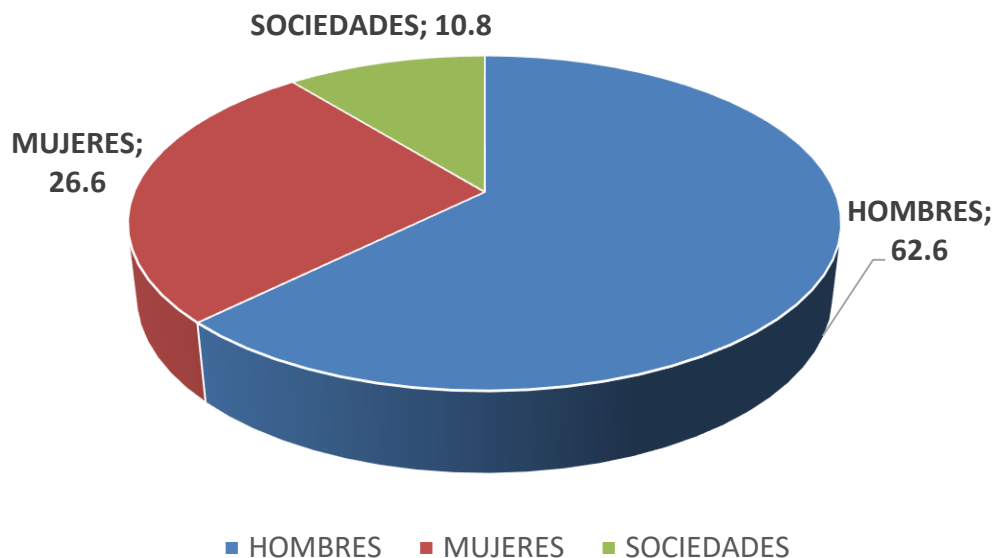
Otros datos en Chile



NÚMERO DE PREDIOS SILVOAGROPECUARIOS SEGÚN TIPO DE PRODUCTOR

Tipo Type	Número de Predios Number of farms	% total
Hombres Men	188.532	62,6
Mujeres Women	80.255	26,6
Sociedades* Companies*	32.589	10,8
Total general	301.376	100,0

TENENCIA DE PREDIOS SEGÚN GÉNERO



Fuente: VII Censo Nacional Agropecuario de 2007 (INE).

POBLACIÓN REGIONAL SEGÚN DISTRIBUCIÓN URBANA, RURAL Y TIPOLOGÍA, 2017

- La definición de ruralidad (Chile/OCDE).

Regiones <i>Regions</i>	INE 2017		OCDE 2017	
	Rural <i>Rural</i>	Urbana <i>Urban</i>	Rural <i>Rural</i>	Urbana <i>Urban</i>
Arica y Parinacota	18.764	207.304	4.704	221.364
Tarapacá	20.495	310.063	30.715	299.843
Antofagasta	35.845	571.689	79.930	527.604
Atacama	25.755	260.413	132.231	153.937
Coquimbo	142.426	615.160	197.530	560.056
Valparaíso	163.431	1.652.471	530.770	1.285.132
Metropolitana	263.174	6.849.634	296.654	6.816.154
O'Higgins	234.126	680.429	487.478	427.077
Maule	280.047	764.903	581.855	463.095
Ñuble	147.066	333.543	295.870	184.739
Biobío	177.476	1.379.329	498.424	1.058.381
La Araucanía	278.552	678.672	621.547	335.677
Los Ríos	108.909	275.928	218.757	166.080
Los Lagos	218.779	609.929	421.346	407.362
Aysén	21.044	82.114	45.340	57.818
Magallanes	13.489	153.044	34.941	131.592
Total país	2.149.377	15.424.626	4.478.092	13.095.911
% del total país	12,2%	87,8%	25,5%	74,5%

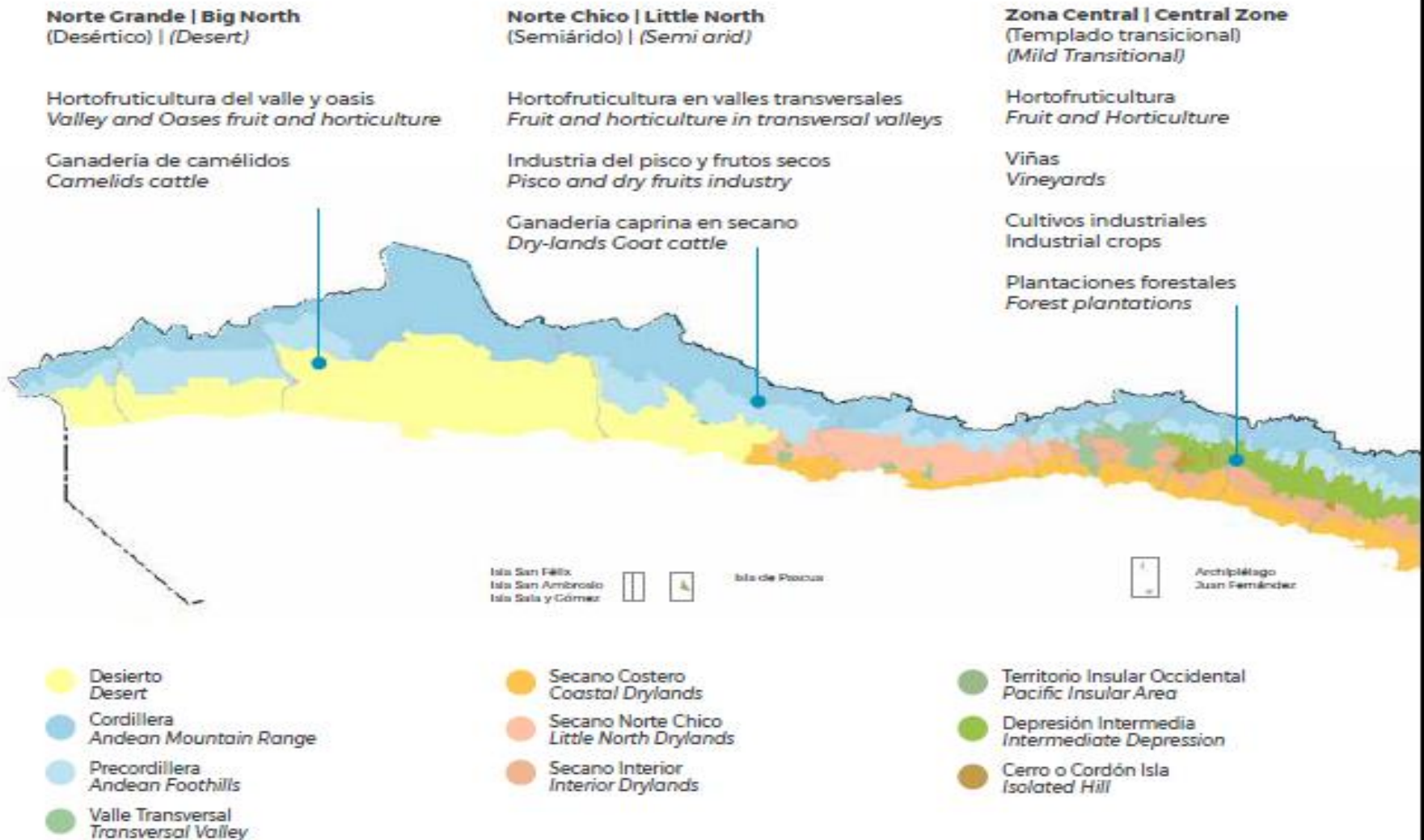
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE), Censo 2017.

SEGÚN LA OCDE, EL 25,5% DE LA POBLACIÓN CHILENA VIVE EN ZONAS RURALES, HABITANDO EL 82,7% DEL TERRITORIO NACIONAL.



Potenciales productivos

¿VENTAJA O DESVENTAJA?



Potenciales productivos

¿VENTAJA O DESVENTAJA?



Zona Sur | South Zone
(Templado lluvioso) | (Mildly Rainy)

Cereales
Cereals

Ganadería bovina de carne y leche
Cattle for beef and milk

Industria lechera
Dairy industry

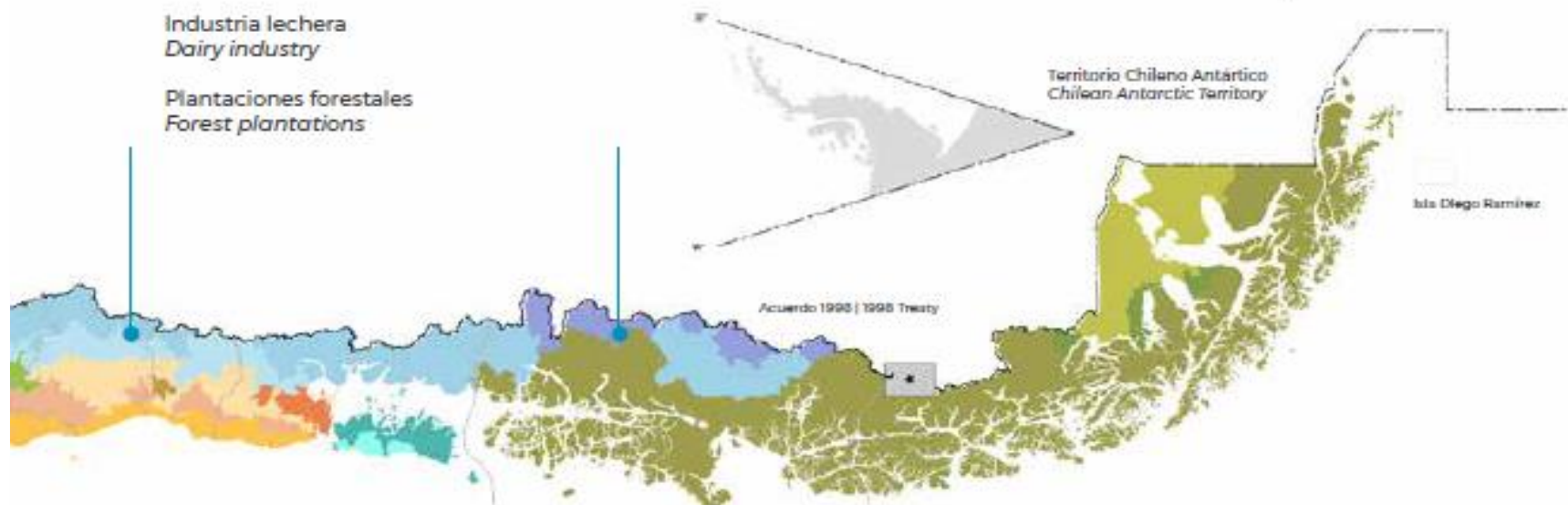
Plantaciones forestales
Forest plantations

Zona Austral | Extreme Southern Zone
(Lluvioso y frío) | (Rainy and cold)

Ganadería bovina (norte) | Bovine cattle (north)

Ganadería ovina (sur) | Ovine cattle - wool and mutton (south)

Actividad forestal en maderas nativas | Native wood forestry



Valle Secano
Intermediate Depression's Drylands

Nadis
Wetlands

Chiloé Insular
Insular Chiloé

Chiloé Occidental
Western Chiloé

Precordillera Transandina
Trans-Andean foothills

Bosque Lluvioso
Rainforest

Transición
Transition

Coironal
Coironal

Antártica
Antarctic

PROBLEMAS QUE ENFRENTA LA AGRICULTURA

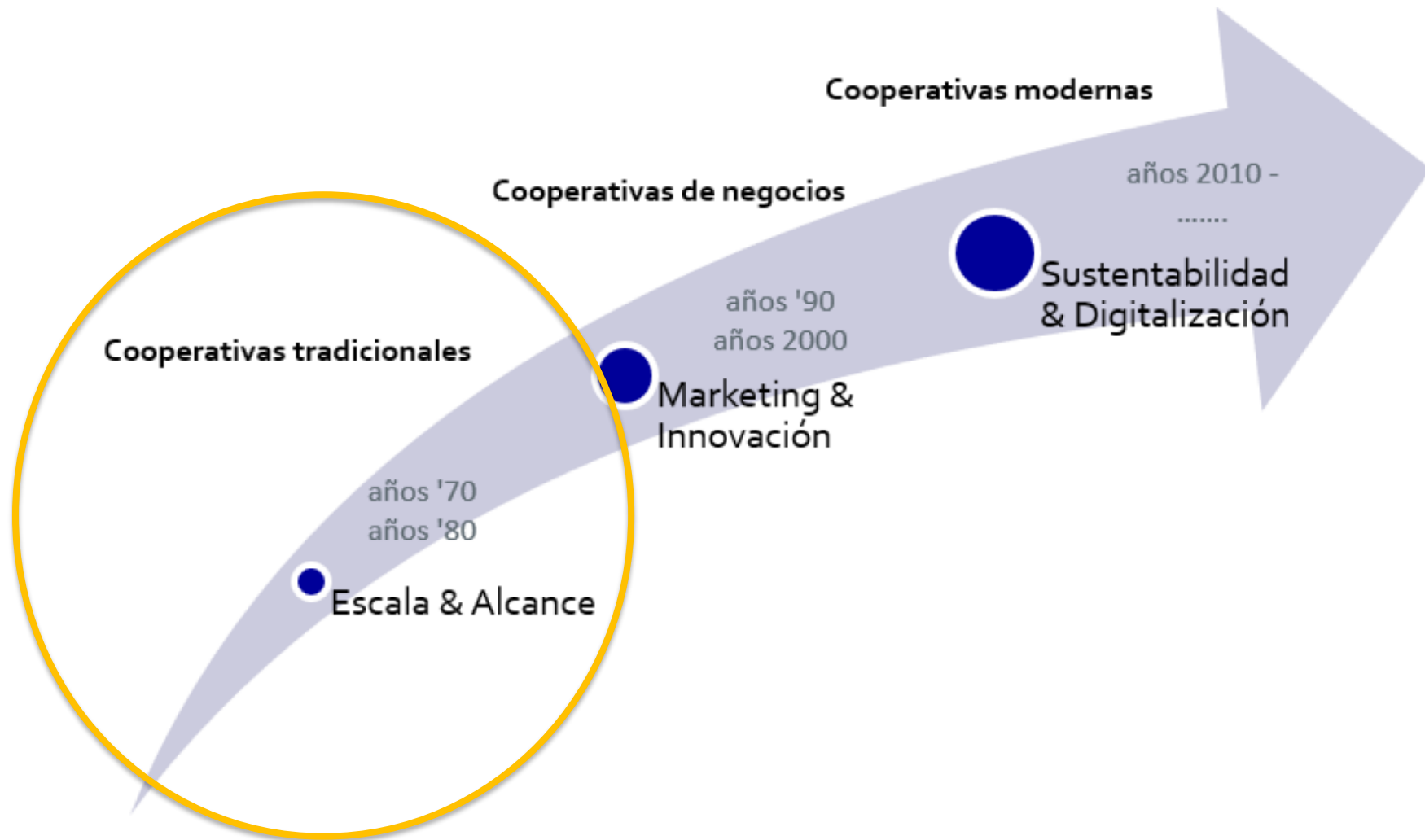


PARADIGMA: ORIENTACIÓN A MERCADOS, INNOVACIÓN, EFICIENCIA Y COMPETITIVIDAD

- ❖ **Falta de Capital de Trabajo y de inversiones.**
- ❖ **Bajos precios, Insumos caros.**  **Bajos niveles de Rentabilidad.**
- ❖ **Complejidad en instrumentos de Fomento Estatales y Privados:** muy restringidos o distanciados (información, individualismos, voluntades de funcionarios, etc.).
- ❖ **Limitación de acceso a fuentes de Créditos Públicos y Privados:** sin políticas específicas para la AF (costos más altos, formas de pago no acordes a lo períodos de cultivo, garantías, entre otros)
- ❖ **Bajo nivel de Asociatividad Gremial y Comercial.**

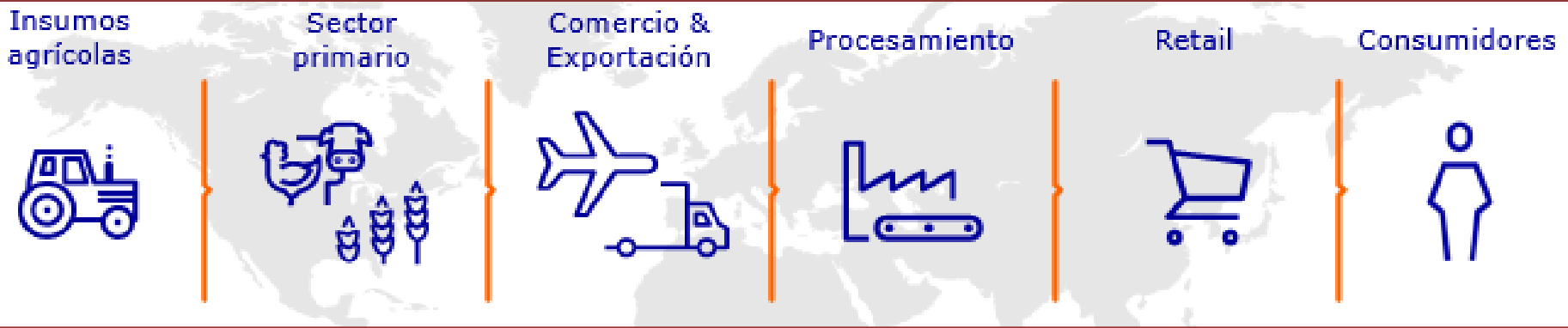
FACILITADORES ECONÓMICOS Y OTROS EN EL TERRITORIO

TRANSICIÓN DE LAS COOPERTIVAS EN LOS ÚLTIMOS 50 AÑOS



CADENA DE VALOR O CADENA DE SUMINISTRO AGROALIMENTARIA

- Consiste en diferentes etapas y actores que transformen la materia prima en productos terminados para entregar al cliente final.
- El término 'cadena de valor' se usa para enfatizar que valor es agregado al producto en cada etapa de la cadena y por cada actor.
- El precio final para el consumidor representa todas las adiciones de valor en la cadena completa.



El sistema alimentario consiste en varias actividades con el principal objetivo de producir y distribuir alimentos, preferiblemente seguros y saludables.



El sistema alimentario (RABOBANK 2020)



8 factores son importantes para el crecimiento económico regional:



1. **Clústeres** (de empresas colaboradoras y relacionadas);
2. **Empresariado** (nuevos negocios, negocios de rápido crecimiento y nuevas actividades por empresas existentes);
3. **Capital humano** (una fuerza laboral muy cualificada, educada y experta);
4. **Infraestructura de conocimiento** (La calidad de la investigación pública y privada y las instituciones educacionales).

5. **Infraestructura física** (accesibilidad y conectividad por vía terrestre, ferroviaria, vía aérea y vía marítima);

6. **Financiamiento** (especialmente la de los esfuerzos para fortalecer la estructura económica y de las innovaciones riesgosas, incluyendo el capital de riesgo);

7. **Servicios residenciales** (que contribuyan a un ambiente atractivo para vivir, trabajar e interactuar);

8. **Gobernanza** (dirección y la efectividad de la manera en que sus diferentes niveles trabajan en conjunto).

CATEGORIZACIÓN PARA PROYECTAR EL DESARROLLO

DISTINTOS RUBROS, CLIMAS, ANTIGÜEDAD, NIVELES DE DESARROLLO, N° DE SOCIOS, ETC.

¿CÓMO CATEGORIZAR?



DIMENSIONES Y PUNTOS CRÍTICOS			
1. Tecnológico Productivo	2. Disponibilidad Uso y Acceso a Recursos	3. Comercial y Acceso a Mercados	4. Gestión Interna
• Escases Hídrica • Inversión en Tecnología • Asesoramiento Técnico	• Desconocimiento Jurídico • Garantías • Montos	• Bajos Volúmenes para compra de insumos • Bajos Volúmenes para comercialización • Bajo nivel de Innovación y cumplimiento de normas	• Liderazgos y Visión empresarial • Gestión Estratégica • Participación Societaria • Problemas Contables

FUENTE: ESTUDIO SECTOR AGROALIMENTARIO DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y COOPERATIVA. (DAES, 2015).

• RESULTADO: 3 TIPOS DE COOPERATIVAS



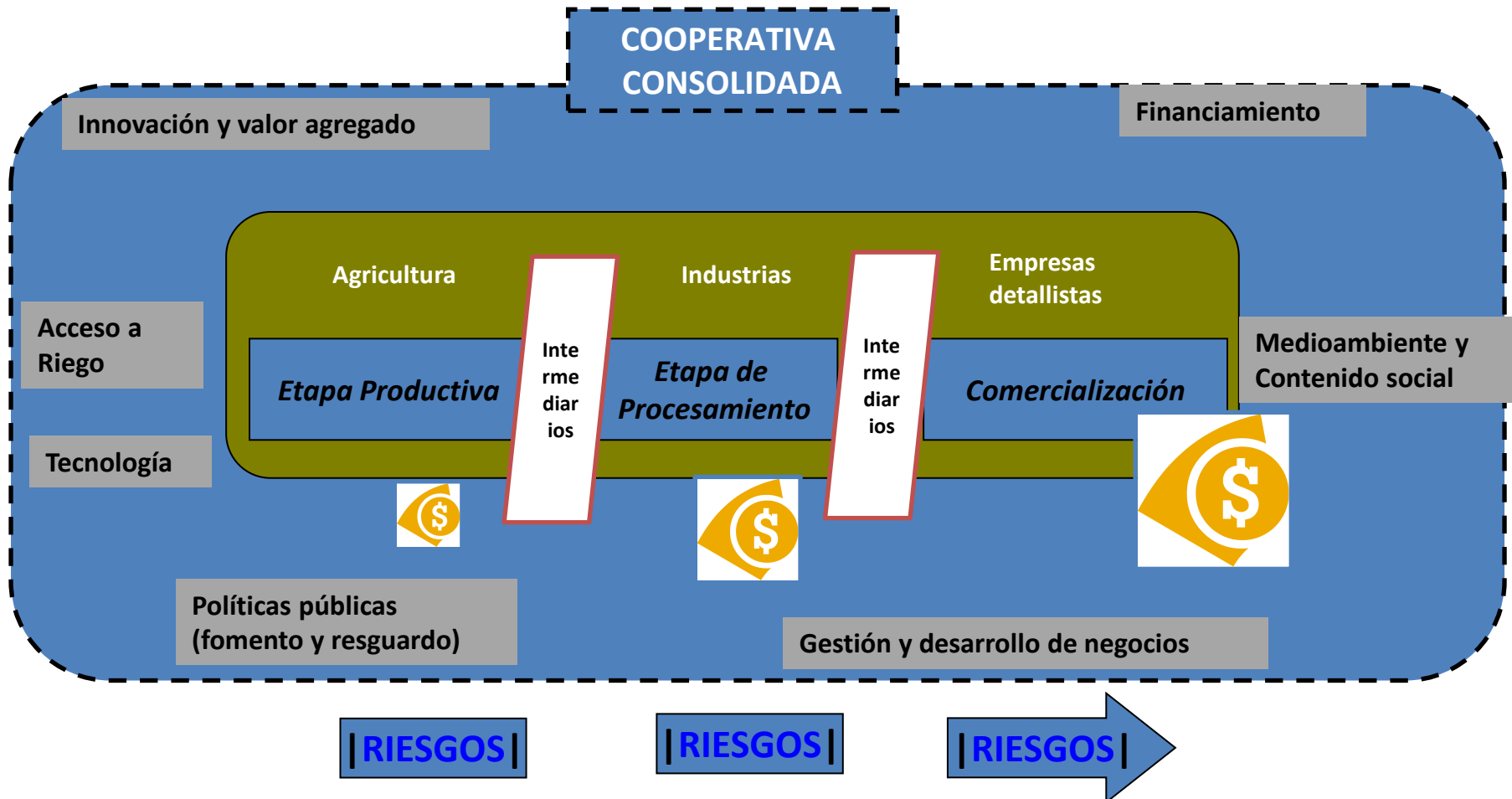
1. "AISLADA": Se ve más afectada por los puntos críticos. No logra resolver los problemas en un 100%. Posee **muy pocas herramientas para afrontar problemas** en especial los que son referidos al entorno y exceden de su control (climáticos, escasos hídricos, legislativos, de mercado, etc.).

2. "PARCIALIZADA": Aborda las problemáticas, pero atacando cada una de manera puntual, sin un plan de acción y aunque sus resultados son generalmente positivos, no son de largo plazo. **Posee herramientas para enfrentar el entorno**, pero les resulta complejo de todos modos.

3. "INTEGRAL": **Posee un plan de desarrollo tanto de la organización como de los asociados.** Desarrolla acciones articuladoras e integrales, para hacer frente a los puntos críticos. Cuenta con herramientas que le permiten hacer frente, ante las limitantes del entorno que puedan afectarle.

EN LA PRÁCTICA...

•CADENA AGROALIMENTARIA



Cooperativas Agro-alimentarias de España: Valores cooperativos en la modernidad



cooperativas
agro-alimentarias

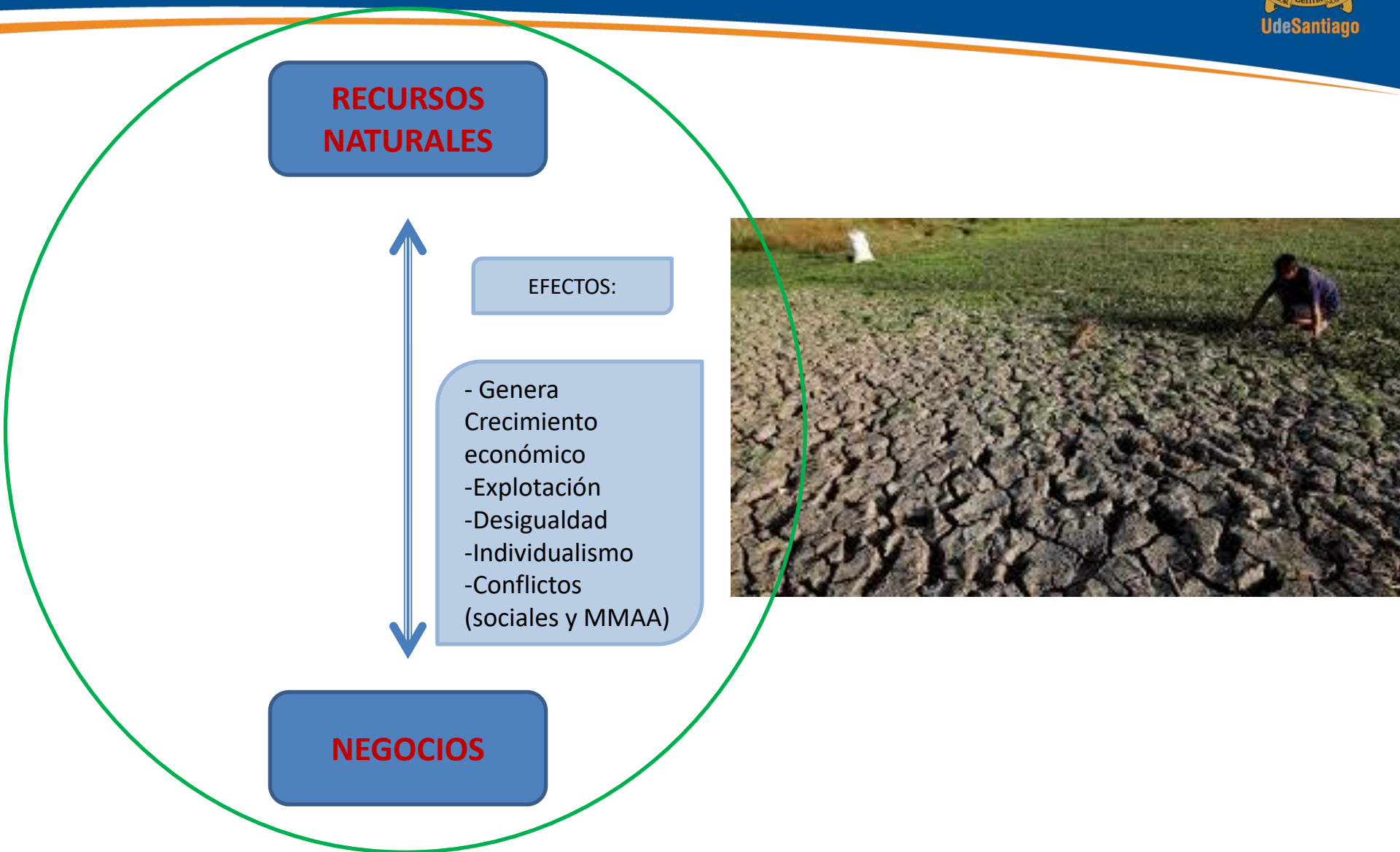
España

Juntos somos más fuertes

REFLEXIONES DE LO REVISADO

Modelos Económicos y modos de sociedad

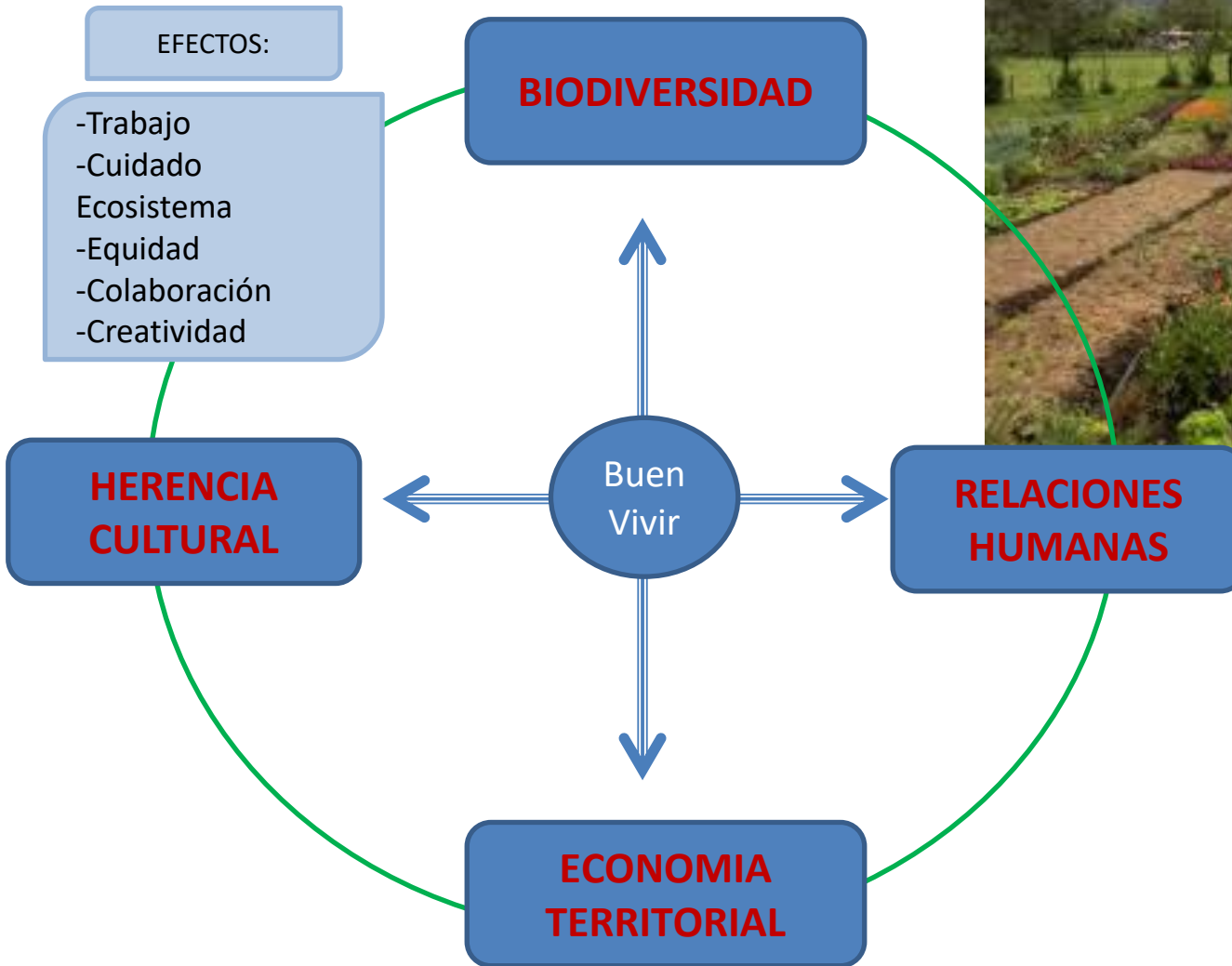
– Tensión y Transformación



Fuente: Red Economías Territoriales

Modelos Económicos y modos de sociedad

— Buen Vivir



Fuente: Red Economías Territoriales

Cooperativa Pampa Concordia de Arica



<https://www.youtube.com/watch?v=12A0dfhRpWg>

Diplomado “Convirtiéndonos en una cooperativa con orientación en agronegocios”



Módulo N° 2

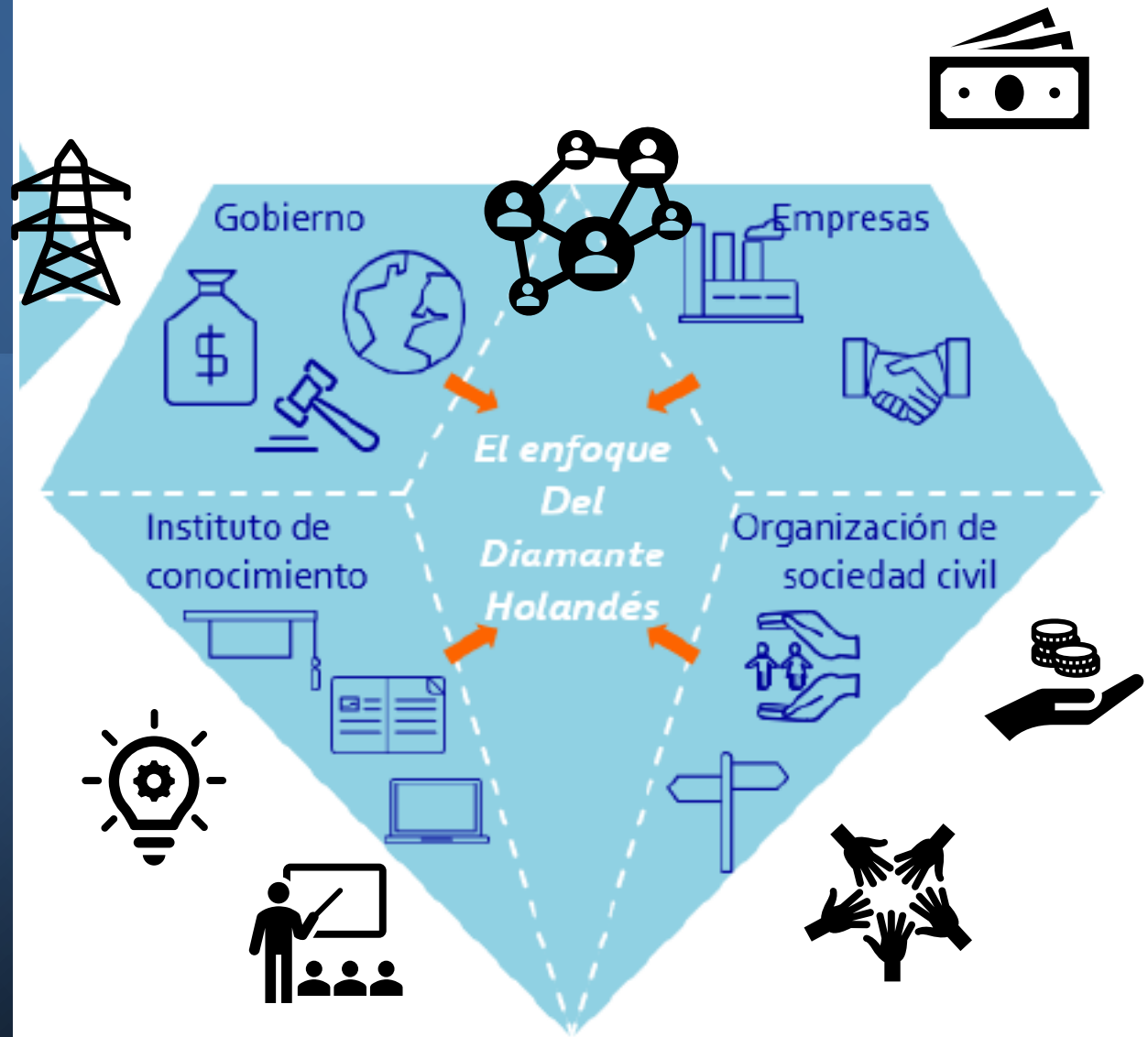
Diamante Holandes- Modelo Español

Profesores: Luis Sáez T. – Patricio Nayan S.

27/11/2021

Factor clave en el éxito
permanente de los
Países Bajos en la
industria
agroalimentaria.

Diamante Holandés



Factor clave en el éxito permanente de los Países Bajos en la industria agroalimentaria.

Diamante Holandés



Se Requiere



Gobierno(s)



Centros de
Estudio



Soc. Civil
Organizada



Empresas

- Preexistencia de un ecosistema y liderazgo.
- Que existan los 4 actores y que sean sólidos.
- Trabajo integrado, colaborativo y **solidario**.
- Desarrollo Territorial.
- De Largo Plazo y con foco en la innovación.
Ambos desafíos para los gobiernos.

LOGROS DEL MODELO



- Modelo nórdico, caracterizado por la existencia de un reducido número de cooperativas de elevada dimensión, consecuencia de procesos de fusión.
- Es el caso de países como Dinamarca y Holanda, en los que la facturación media por cooperativa supera los 1.000 millones de euros.
- Operan como multinacionales, con implantación en muchos países y capacidad para influir en el mercado.

LOGROS DEL MODELO



- Hay cuatro cooperativas que facturan lo mismo que las 3.500 españolas.
- Holanda tiene sólo dos cooperativas de carne que son las que venden al resto de la cadena y son las que marcan los precios.

MODELO COOPERATIVAS: NÓRDICO, CENTROEUROPEO Y MEDITERRÁNEO

En Miles de €

Modelos cooperativos	Países	Fac. Coop. Miles €	Índice 100	Fac. Socio Miles €	Índice 100
Modelo Nórdico	Dinamarca	1.346,13	100,00	231	73,10
	Holanda	1.026,36	76,25	316	100,00
	Suecia	370,59	27,53	42	13,29
	Finlandia	277,08	20,58	62	19,62
	Irlanda	125,25	9,30	63	19,94
Modelo Centro Europeo	Francia	19,14	1,42	116	36,71
	Alemania	11,26	0,84	16	5,06
	Bélgica	7,75	0,58	42	13,29
Modelo Mediterráneo	Italia	5,27	0,,39	35	11,08
	España	4,20	0,31	17	5,38
	Grecia	0,16	0,01	1	0,32
	Media UE	10,90	0,81	39	12,34

Fuente: El Mundo, 2020.

- <https://www.rtve.es/play/videos/agrosfera/agrosfera-primer-plano-cooperativas-holanda/2310727/>

Modelo Español

- Basado en un elevado número de cooperativas de menor tamaño, con volúmenes de facturación medios entre 1 y 5 millones de euros.
- Son reacios a la integración por vía de fusiones, debido a la elevada atomización y arraigo local.
- En estas cooperativas, se ha optado por crecer a través de la creación de cooperativas de 2do. grado.



- Frutas y aceite de oliva
- Ventas de 88.003.142 € (2019).
- Más de 2.000 agricultores están agrupados, a través de 16 cooperativas.

Servicio de Extensión Agraria creado en 1953.

1. Nace y se desarrolla como servicio a los agricultores.
2. Concibe al agricultor como protagonista del progreso agrario.
3. No resuelve sus problemas, le ayuda a resolverlos.
4. Trata de elevar la capacidad de acción de los agricultores para un mayor bienestar y la creación de desarrollo



5. Basa en la participación, el proceso educativo.
6. Une la idea de calidad de vida rural a la de desarrollo agrario.
7. Extiende el concepto de agricultor al de familia agraria -como unidad de convivencia, intereses y decisiones-, en el marco de la comunidad rural.
8. Dedicar una atención especial a la mujer y a los jóvenes.

9. Promueve las rentas de las familias desde la agricultura, pero también, por la obtención de ingresos complementarios de la pluriactividad rural.
10. Considera la acción colectiva indispensable en el desarrollo agrario y rural.

CONSTITUCIÓN AÑO 78: “Los poderes públicos promoverán eficazmente las diversas formas de participación en la empresa y fomentarán mediante una legislación adecuada, las sociedades cooperativas. También establecerán los medios que faciliten el acceso de los trabajadores a la propiedad de los medios de producción”.

LOGROS DEL MODELO



- El cooperativismo agrario factura en España más de 30.000 millones de euros al año.
- Registra más de 100.000 empleos y aglutina a más de un millón de socios.
- Los principales sectores tanto en N° de cooperativas como en facturación son las de suministros, olivar y frutas y hortalizas.

CONDICIONES Y PROCESOS COMPARADOS



ITEM	HOLANDA	ESPAÑA
COOPS. AGRARIAS	215	3.844
PAC año 1962	€ 926 Millones (2014)	€ 5.800 Millones (2014)
FACTURACIÓN ANUAL COOPS. AGRARIAS	€ 32.000 Millones (2014)	€ 25.000 Millones (2014)
DIRECCIÓN DE LA COOPERATIVA	Directivos-gerentes profesionales contratados	Junta Directiva (formada por miembros de la cooperativa)
CLASIFICACIÓN	Cooperativas sin responsabilidad limitada y sin limitación de responsabilidad	De primer y segundo grado .
Voto	Voto proporcional	Un socio un voto
LEGALES	Ley General, dentro del código civil	Ley del '42, control estatal. Constitución del '78 19 regulaciones autónomas
Clima	Regular en todo el país.	Diversa variedad climática en el país.

CONDICIONES Y PROCESOS COMPARADOS



ITEM	HOLANDA	ESPAÑA
ORGANISMO SUPERVISOR	Junta de supervisores. Más sólido que los interventores, más atribuciones. Expertos externos, llamado Consejo Auditor	Formado por los interventores, para fiscalizar. Atribuciones limitadas
NORMATIVA SOBRE FUSIÓN, ESCISIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN	No existen específicas previsiones al respecto en la legislación cooperativa	Altamente regulado
ORIENTACIÓN	De mercado.	De economía social
OTROS	<i>Veillings</i> y apoyo financiero.	SEA

CONDICIONES Y PROCESOS COMPARADOS

DIAMANTE HOLANDÉS



MODELO ESPAÑOL



- Gracias!



Módulo N° 2

Sistemas Alimentarios

Profesores: Luis Sáez Tonacca y Patricio Nayan
Fecha: 30 de noviembre 2021

- **DE EVALUACIÓN PARA ANÁLISIS EN UN SISTEMA ALIMENTARIO**
- Para evaluar las características clave en un Sector y una Región, se puede considerar los siguientes elementos básicos:
- **Mapeo de un sector específico**
- Análisis de la cadena alimentaria
- Pasado y Presente del sector
- La dinámica regional
- Cooperativas en el sistema alimentario

MAPEO DE UN SECTOR ESPECÍFICO



- Información relevante:
- Estrategia de precios
- Mercados de consumidores
- Necesidades de consumidores
- Tendencias de mercado
- Equilibrio oferta-demanda
- Producción global
- Principales países/regiones de producción
- Circunstancias climatológicas

¿CÓMO SE DECIDE?

- ¿Cómo creen ustedes que las productoras y productores deciden qué producir?
- ¿Cómo deciden ustedes qué producir?



¿CÓMO SE DECIDE?



Orientación hacia el producto: se intenta vender lo que se produce. Debe hacerlo con productividad y eficiencia.

Orientación hacia la venta: se produce lo que se vende, pero sólo basado en el precio.

Orientación hacia el mercado: se produce lo que se vende, basado en satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores, creando valor, innovando y diferenciándose de mis competidores.

EN QUÉ NOS PODEMOS FIJAR



1. Si queremos **comercializar**:
2. **Detectar necesidades** para satisfacerla con “algo”
3. **Definir mercado** donde desea competir o vender sus productos
4. **Analizar tipos de clientes** que se quiere atender
5. **Estudiar atractivo** de ese mercado
6. **Analizar la competitividad** de la empresa

1. LA COMERCIALIZACIÓN



- ¿QUÉ SERÁ COMERCIALIZAR?
- Podemos acordar que es:
- **Satisfacer las necesidades de las personas a través de productos o servicios.**
- Esto, además, debe generar ganancias para la empresa... tal vez, eso sea lo más fácil.
- ¿Qué son las ganancias?

LAS GANANCIAS



- $\text{Ganancias} = \text{Ingresos} - \text{Costos}$
- ¿y qué son los Ingresos?
- $\text{Ingresos} = \text{Precio venta} \times \text{Cantidad vendida}$
- ¿y los Costos?
- $\text{Costos} = \text{Precio insumos} \times \text{Cantidad de insumos}$
- ¿Entonces, cuál será la tarea del punto de vista de las ganancias?
- ¿Se podrá lograr?, ¿cómo?

¿CÓMO LO LOGRAMOS?



- Subir precio venta, con propuesta de valor
- Subir cantidad vendida, bajando precio o con propuesta de valor
- Disminuir precio insumos, negociando mejor
- Disminuir cantidad de insumos, con eficiencia

2. DETECTAR NECESIDADES



¿Qué es una necesidad?

¿Las necesidades nos las crean o las tenemos?

La necesidad, en simple, la podemos definir como la falta de algo, la carencia.

¿De qué?

SEGÚN MASLOW



PIRÁMIDE DE LAS NECESIDADES DE MASLOW



SEGÚN ROKEACH



REPERTORIO DE VALORES DE ROKEACH

VALORES TERMINALES

Una vida cómoda (una vida próspera)
Una vida emocionante (una vida estimulante, activa)
Sentimiento de logro (contribución duradera)
Un mundo en paz (sin guerras ni conflictos)
Un mundo de belleza (belleza de la naturaleza y las artes)
Igualdad (hermandad, igualdad de oportunidades para todos)
Seguridad familiar (hacerse cargo de los seres amados)
Libertad (independencia, libre albedrío)
Felicidad (estar contento)
Armonía interior (sin conflictos internos)
Amor maduro (intimidad sexual y espiritual)
Seguridad nacional (protección contra ataques)
Placeres (una vida gozosa y despreocupada)
Salvación (vida eterna)
Respeto por uno mismo (autoestima)
Reconocimiento social (respeto, admiración)
Amistad verdadera (compañía cercana)

VALORES INSTRUMENTALES

Ambición (trabajo esforzado, aspiraciones)
Mente abierta (de mentalidad amplia)
Capaz (competente, eficaz)
Animado (alegre, gozoso)
Limpio (pulcro, esmerado)
Valiente (defender las convicciones propias)
Perdón (disposición a perdonar a los demás)
Servicial (trabajar por el bienestar de otros)
Honesto (sincero, confiable)
Imaginativo (audaz, creativo)
Independiente (confiado, autosuficiente)
Intelectual (inteligente, reflexivo)
Lógico (congruente, racional)
Cariñoso (afectuoso, tierno)
Obediente (deferente, respetuoso)
Cortés (amable, educado)
Responsable (confiable, formal)
Controlado (limitado, disciplinado)

¿CÓMO SATISFACER?



En general, hay 3 aspectos que las personas andan buscando y que valoran mucho.

Estos son:

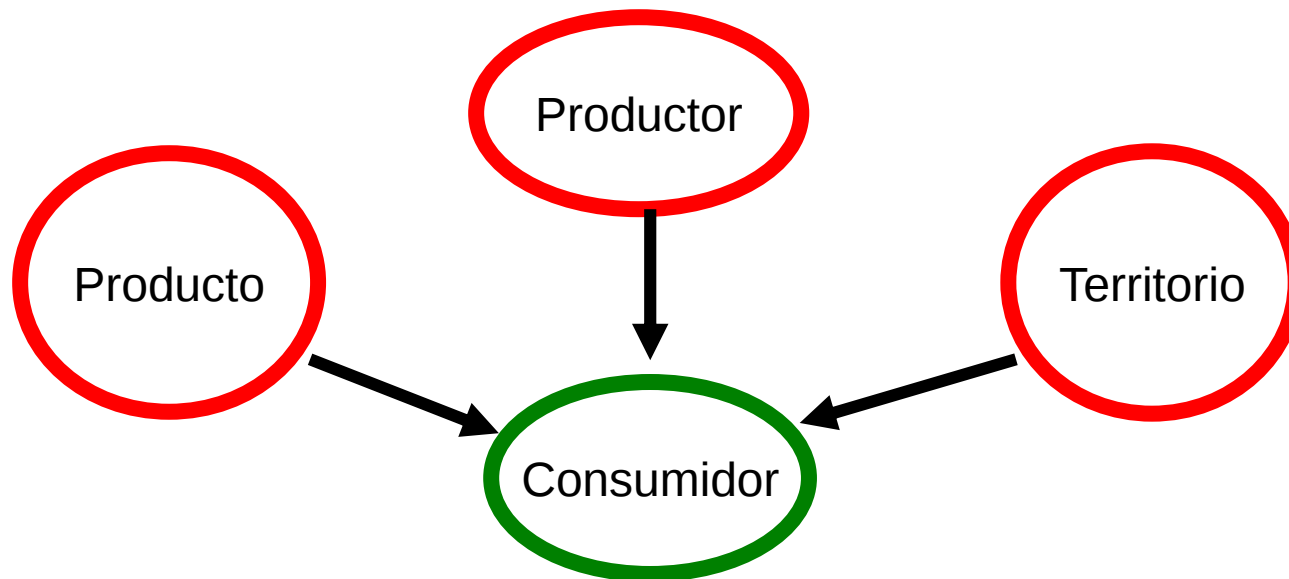
El **producto**, en sus características organolépticas y en su forma de producción.

El **productor o productora**, que genera dicho producto.

El **territorio**, donde se produce el producto.

¿CÓMO SATISFACER?

- Los consumidores, han comenzado a valorar la relación entre: producto-territorio-productor



¿CÓMO SATISFACER?



Hay que buscar, honestamente, si en nuestros productos están o no presentes dichos atributos.

A veces, están y no nos hemos dado cuenta.

Hay que acudir al saber local, hay que investigar.

Si no están, hay que ver si se pueden conseguir, por ejemplo, cambiar el sistema productivo con prácticas agroecológicas u otros aspectos.

¿Y QUÉ ES EL PRODUCTO?



- Producto, se puede definir como algo tangible (un bien) o intangible (un servicio), que se pone a consideración del mercado con un interés particular.
- Dicho interés, se refiere a identificar los individuos apropiados que buscan un satisfactor en dicho producto y, por lo tanto, podrían estar interesados en adquirirlo.

EL PRODUCTO



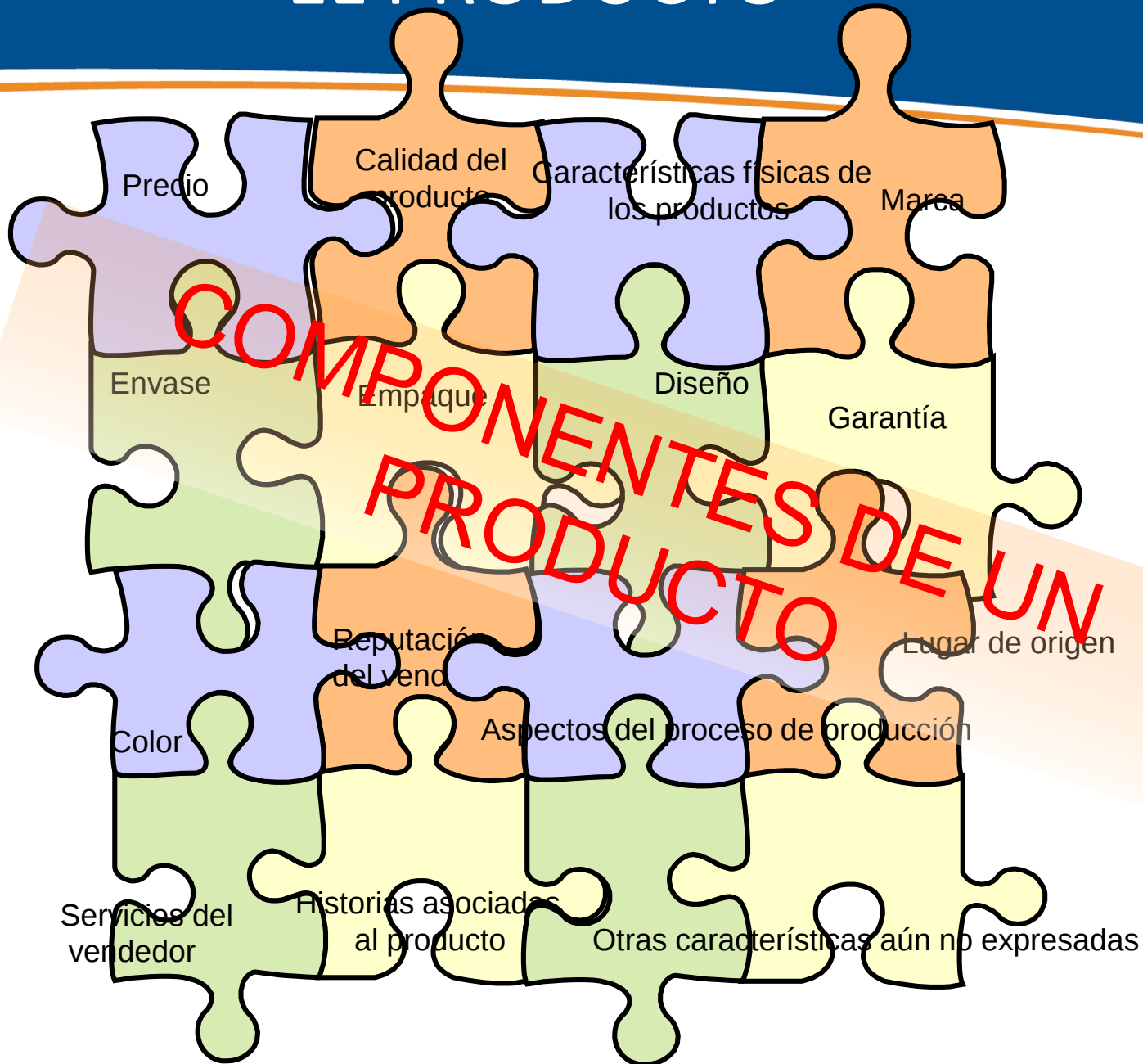
- Para que el cliente adquiriera el producto, se deben facilitar las condiciones de negociación.
- Un elemento clave en el éxito de un producto, es el valor que genera al consumidor que, en algunos casos, se relaciona con su valor agregado, pero no siempre.
- En esa creación de valor, influyen múltiples factores:

EL PRODUCTO



- Entre esos factores, destacan:
 - La diferenciación
 - El nombre
 - La etiqueta
 - La marca
 - El empaque
 - La diversidad
 - La disponibilidad
 - La experiencia

EL PRODUCTO



EL PRODUCTO



- Diferenciación: en un mercado, saturado de productos similares, es importante encontrar elementos diferenciadores que hagan destacar al producto, con un grado de innovación.
 - Por ejemplo, más que una simple mermelada, se puede vender algún elemento ligado al producto. Entre estos, la responsabilidad social, características nutricionales, ingredientes novedosos, entre otros.

¿Y QUÉ MÁS BUSCARÁ LA GENTE?



- Ellos buscan:
- Disfrutar
- Sentir placer
- Distraerse
- Conectarse con la naturaleza
- Conversar con los productores y artesanos
- Pasear con su familia

¿Y QUÉ MÁS BUSCARÁ LA GENTE?



- Comer rico.
- Comer saludable.
- Comprar un recuerdo para ellos o para sus seres queridos.
- Ayudar a no afectar el medio ambiente.
- Ayudar a preservar los Patrimonios.
- Y, muchas cosas más que ustedes y sus cooperativas pueden entregar

¿Y QUÉ MÁS BUSCARÁ LA GENTE?

- En lo más profundo “PERDURAR”
- “LA VIDA ETERNA”
- ¿CÓMO SE CONSIGUE?
- El poeta José Martí dijo:
- “hay tres cosas que cada persona debería hacer durante su vida: **plantar un árbol, tener un hijo y escribir un libro**”.



NO CONFUNDIR



- Conceptos de Costo, Precio y Valor
- Costo: cantidad monetaria utilizada para producir un producto.

ODEPA Ministerio de Agricultura Gobierno de Chile		Ficha técnico-económica Sandía en túnel, con mulch Región Maule			
Parámetros generales B		Parámetros generales A			
Rendimiento (Un/ha):		Variedad: Catra, Delta, Lady			
Precio de venta a productor (\$/Un): ⁽¹⁾		Destino de producción: consumo fresco			
Costo jornada hombre (\$/JH)		Tecnología: media			
Tasa interés mensual (%)		Fecha cosecha: enero-febrero			
Meses de financiamiento:					
Resumen contable:					
Ingreso por hectárea (e)		8.100.000			
Costos directos por hectárea (a+b+c)		3.651.930			
Costos totales por hectárea (a+b+c+d)		3.782.356			
Margen bruto por hectárea (e - (a+b+c))		4.448.070			
Margen neto por hectárea (e - (a+b+c+d))		4.317.644			
Costo unitario		\$ 420			
Costos directos		Época	Cantidad	Unidad	Precio(\$/Un) Valor (\$)
Mano de obra (a)					
Colocar mulch	Octubre	8,0	JH	13.000	104.000
Plantación	Octubre	7,0	JH	13.000	91.000
Fertiliego y Riegos	Octubre-febrero	12,0	JH	13.000	156.000
Control malezas manual	Octubre-noviembre	6,0	JH	13.000	78.000
Aplicación fertilizantes	Octubre-noviembre	3,0	JH	13.000	39.000
Envolver quías (dos veces)	Noviembre	4,0	JH	13.000	52.000
Aplicación agroquímicos	Octubre-enero	4,0	JH	13.000	52.000
Cortador de sandía	Enero-febrero	9000,0	Unidad	12	108.000
Cosecha ⁽²⁾	Enero-febrero	9000,0	Unidad	70	630.000
Total mano de obra					1.310.000
Maquinaria (b)					
Aradura	Septiembre-octubre	1,00	ha	60.000	60.000
Rastraje	Octubre	2,00	ha	30.000	60.000
Melcadura - confección de mesa - rotovator	Octubre	1,00	ha	60.000	60.000
Acequidura	Octubre	2,00	ha	6.000	12.000
Suroo de riego definitivo	Noviembre	1,00	ha	20.000	20.000
Aplicación agroquímicos	Octubre-diciembre	3,00	ha	15.000	45.000
Acarreo de insumos	Octubre-enero	1,00	ha	80.000	80.000
Total maquinaria					337.000
Insumos (c) ⁽³⁾					
Plantas	Octubre	7000,0	Plántula	90	630.000
Fertilizantes:					
Nitrato de Potasio	Octubre	200,0	Kg	390	78.000
Urea	Octubre-noviembre	200,0	Kg	314	62.800
Muriato de Potasio	Noviembre-diciembre	300,0	Kg	575	172.500
Fungicidas:					
Manzate WG	Octubre-diciembre	1,0	Kg	3.720	3.720
Topas 200 EW	Octubre-enero	0,4	L	75.712	30.285
Benomyl 50 FM	Octubre-noviembre	2,0	Kg	9.878	
Insecticidas:					
Trigard 75 WP	Octubre-Noviembre	0,5	Kg	184.500	92.250
Karate con tecnología Zeon	Noviembre-diciembre	0,5	L	33.000	16.500
Otros:					
Fosfimax 40 - 20	Octubre-diciembre	5,0	L	6.870	34.350
Terras orb follor	Octubre-diciembre	4,0	L	6.406	25.624
Plástico mulch	Octubre	1,0	ha	120.000	120.000
Manto térmico	Octubre	1,0	ha	100.000	100.000
Cinta riego	Octubre	1,0	ha	140.000	140.000
Plástico túnel (dos temporadas)	Octubre	300,0	Kg	2.000	300.000
Análisis suelo ⁽⁴⁾	Junio-julio	1,0	Análisis	25.000	25.000
Total insumos					1.831.029
Total costos directos (a+b+c)					3.478.029
Imprevistos (sobre el total de costos directos)		Octubre-enero	5%	Porcentaje	173.901
Costos indirectos (d)					
Costo financiero (tasa de interés) ⁽⁵⁾	Octubre-enero	1,5%	Porcentaje		130.426
Costo oportunidad (arriendo)					
Administración					
Impuestos y contribuciones					
Total costos indirectos					130.426
Total costos					3.782.356

NO CONFUNDIR

- Precio: cantidad monetaria pagada por algo.
- O el esfuerzo económico que se realiza para satisfacer una necesidad.



NO CONFUNDIR

- Valor: todos los beneficios potenciales que los consumidores esperan de un producto, a un determinado nivel de precio.
- Asociado a disposición a pagar.



NO CONFUNDIR



Ni tampoco: “Agregar Valor” con “Crear Valor”.

Nos suelen indicar, para que le vaya mejor debe agregarle valor a su producto.

En realidad, lo que se hace en ese caso, es agregarle **costos**, por procesamiento, envase, etiqueta, entre otros.

Lo que obliga a aumentar el **precio**.

¿Y si al cliente no le gusta, no le genera **valor**?, se pierde o nos cuesta mucho vender.

NO CONFUNDIR



El valor, lo define la persona que va a consumir o usar el producto.

Si le entregamos los atributos que anda buscando o que necesita, le creamos valor, incluso, a veces, sin aumentar los costos.

Podemos lograr “nos prefiera” ante otros y, tal vez, quiera pagar un poco más.

Ejemplo, miel

Ejemplo, restaurante



ENTONCES ¿QUÉ DEBEMOS HACER?



- $\text{PRECIO} = \text{VALOR}$
- $\$1.000 = \1.000
- $\text{PRECIO} > \text{VALOR}$
- $\$1.000 > \1.500
- $\text{PRECIO} < \text{VALOR}$
- $\$1.500 < \1.000

SOBRE ATENDIDOS

- Ejemplo: ¿sandias grandes o pequeñas?

¿Y CÓMO BUSCAR EL VALOR?



- Habrá que detectar necesidades y satisfacerlas, para lo cual, será necesario realizar investigación.
- Principalmente, observar, escuchar, conversar.
- Fundamentalmente, técnicas de investigación cualitativa, que permiten comprender el qué más que el cuánto.
- No, suponer.
- Típico error de lo que denomino “la soberbia del investigador”, que cree lo sabe todo.

LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS



- Herramientas para detectar necesidades y oportunidades de negocios:
- Demanda insatisfecha
- Externalidades negativas
- Necesidades silentes

DEMANDA INSATISFECHA



Oportunidades que surgen por baja oferta o alta demanda de productos o servicios.

Para buscar aquellas posibles opciones, se recurre a información secundaria, sobre los niveles de oferta del producto, posibilidades de importación y exportación, junto con estimación y tendencia del consumo per cápita.

DEMANDA INSATISFECHA



Se recomienda conocer las reales causas de falta de balance entre oferta y demanda, ya que puede ser coyuntural o pasajero.

Se asume que hay equilibrio entre oferta y demanda, es decir, todo lo que se produce es para consumir o vender.

Entonces, para estimar si puede haber demanda insatisfecha, se debe averiguar lo siguiente:

DEMANDA INSATISFECHA



$$\text{Consumo aparente} = \frac{(\text{producción} + \text{importaciones} - \text{exportaciones})}{\text{N}^\circ \text{ consumidores potenciales}}$$

Si se observa o presume, va a cambiar alguno de los 4 factores, es posible pensar que habrá desbalance entre oferta y demanda.

Y, podría haber “demanda insatisfecha”, por lo tanto, oportunidad de negocio.

También, se recomienda, considerar el nivel ingresos de la población.

EXTERNALIDADES NEGATIVAS



En cualquier emprendimiento se generan efectos positivos y negativos adicionales al propio negocio.

Por ejemplo, efectos negativos, como contaminación de las aguas, malos olores, maltrato animal, etc.

Los aspectos positivos hay que relevarlos, pero son comunes a toda la industria, en cambio, los aspectos negativos se deben solucionar.

EXTERNALIDADES NEGATIVAS



La empresa que **logra solucionar** las externalidades negativas **que le hacen sentido a las personas**, tienen un atributo diferenciador.

Esto les puede significar ser preferidos por los consumidores y, suele ser más difícil que la competencia lo imite o copie.

EXTERNALIDADES NEGATIVAS



Entonces, hay que investigar sobre las tendencias de los consumidores, averiguar qué es lo que les preocupa o molesta y eso solucionarlo.

Para esto, se puede recurrir a información secundaria o, generar su propia investigación, aplicando principalmente técnicas cualitativas.

IDENTIFICAR NECESIDADES SILENTES



Las necesidades silentes o no expresadas, son necesidades que las personas tienen pero, **mientras no exista el producto o servicio que las satisface, no se dan cuenta de que las necesitan y “sufren” en silencio y resignadamente su falta.**

Este tipo de necesidades es muy complejo detectarlas y, por lo tanto, muy difícil de copiarlas.

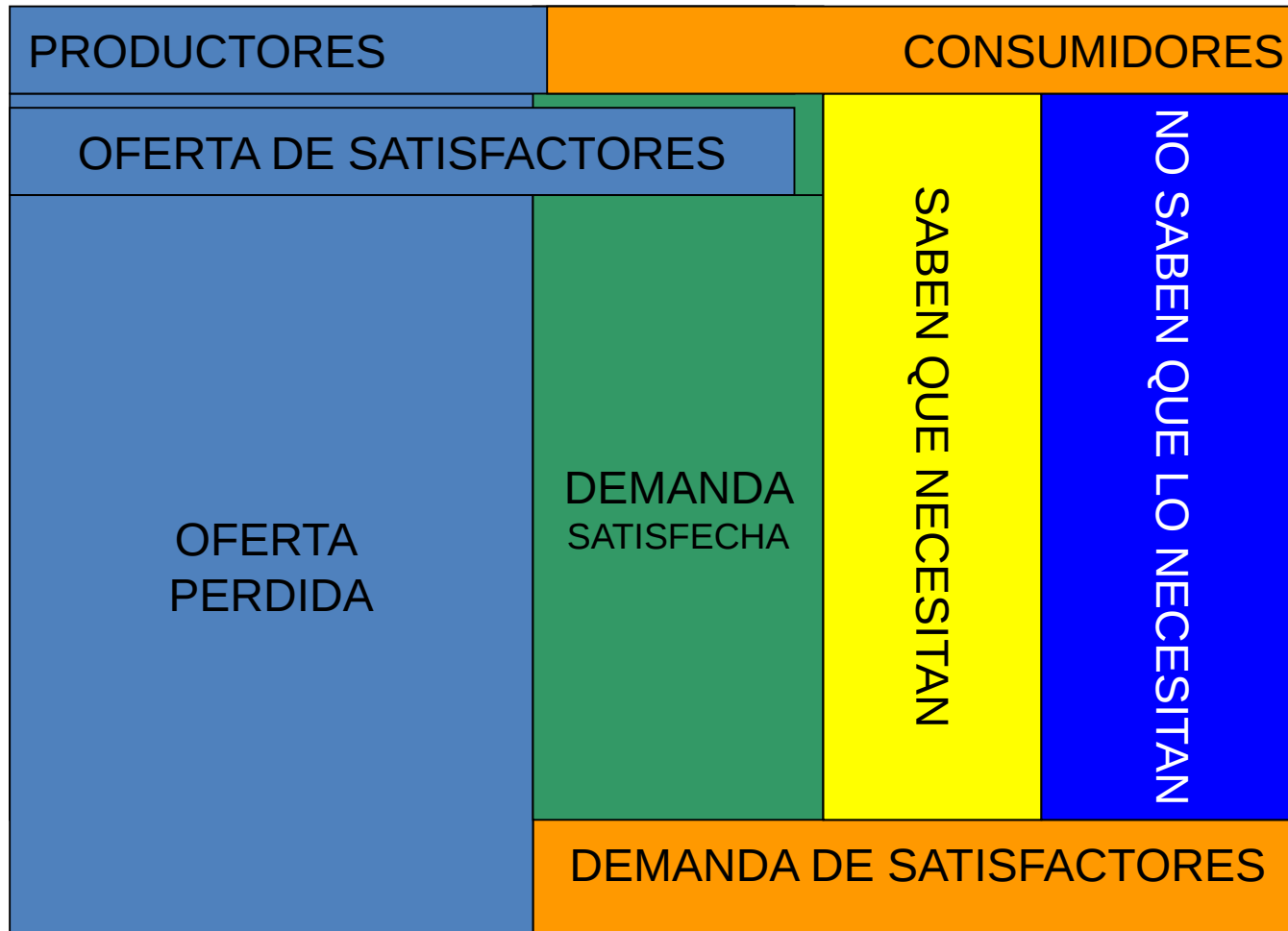
IDENTIFICAR NECESIDADES SILENTES



Cuando se detectan y se logra ofrecerlas mediante algún producto, se tiene un gran negocio que debe aprovechar.

Tal vez, la única forma de detectarlas sea, con las variadas herramientas de investigación cualitativa y la observación.

LAS OPORTUNIDADES EN EL MERCADO



- Ejemplo Jugo
- Ejemplo cárcel



Módulo N° 2

Sistemas Alimentarios

MUCHAS GRACIAS

Profesores: Luis Sáez Tonacca y Patricio Nayan
Fecha: 30 de noviembre 2021



Módulo N° 2

Diamante Holandes- Modelo Español

Profesores: Luis Sáez T. – Patricio Nayan S.

07/12/2021

Factor clave en el éxito
permanente de los
Países Bajos en la
industria
agroalimentaria.

Diamante Holandés



Factor clave en el éxito
permanente de los
Países Bajos en la
industria
agroalimentaria.

Diamante Holandés



D. HOLANDÉS: Se Requiere



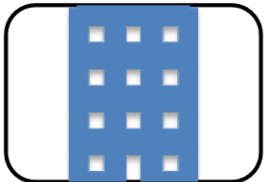
Gobierno(s)



Centros de
Estudio



Soc. Civil
Organizada



Empresas

- Preexistencia de un ecosistema y liderazgo.
- Que existan los 4 actores y que sean sólidos.
- Trabajo integrado, colaborativo y **solidario**.
- Desarrollo Territorial (Integración, aunque sea básica).
- De Largo Plazo y con foco en la innovación. Ambos desafíos para los gobiernos.

LOGROS DEL MODELO



- Modelo nórdico, caracterizado por la existencia de un reducido número de cooperativas de elevada dimensión, consecuencia de procesos de fusión.
- Es el caso de países como Dinamarca y Holanda, en los que la facturación media por cooperativa supera los 1.000 millones de euros.
- Operan como multinacionales, con implantación en muchos países y capacidad para influir en el mercado.

LOGROS DEL MODELO

- Hay cuatro cooperativas que facturan lo mismo que las 3.500 españolas.
- Holanda tiene sólo dos cooperativas de carne que son las que venden al resto de la cadena y son las que marcan los precios.

MODELO COOPERATIVAS: NÓRDICO, CENTROEUROPEO Y MEDITERRÁNEO

En Miles de €

Modelos cooperativos	Países	Fac. Coop. Miles €	Índice 100	Fac. Socio Miles €	Índice 100
Modelo Nórdico	Dinamarca	1.346,13	100,00	231	73,10
	Holanda	1.026,36	76,25	316	100,00
	Suecia	370,59	27,53	42	13,29
	Finlandia	277,08	20,58	62	19,62
	Irlanda	125,25	9,30	63	19,94
Modelo Centro Europeo	Francia	19,14	1,42	116	36,71
	Alemania	11,26	0,84	16	5,06
	Bélgica	7,75	0,58	42	13,29
Modelo Mediterráneo	Italia	5,27	0,39	35	11,08
	España	4,20	0,31	17	5,38
	Grecia	0,16	0,01	1	0,32
	Media UE	10,90	0,81	39	12,34

Fuente: El Mundo, 2020.

- <https://www.rtve.es/play/videos/agrosfera/agrosfera-primer-plano-cooperativas-holanda/2310727/>

Modelo Español

- Basado en un elevado número de cooperativas de menor tamaño, con volúmenes de facturación medios entre 1 y 5 millones de euros.
- Son reacios a la integración por vía de fusiones, debido a la elevada atomización y arraigo local.
- En estas cooperativas, se ha optado por crecer a través de la creación de cooperativas de 2do. grado.



- Frutas y aceite de oliva
- Ventas de 88.003.142 € (2019).
- Más de 2.000 agricultores están agrupados, a través de 16 cooperativas.

Servicio de Extensión Agraria creado en 1953.

1. Nace y se desarrolla como servicio a los agricultores.
2. Concibe al agricultor como protagonista del progreso agrario.
3. No resuelve sus problemas, les ayuda a resolverlos.
4. Trata de elevar la capacidad de acción de los agricultores para un mayor bienestar y la creación de desarrollo



5. Basa en la participación, el proceso educativo.
6. Une la idea de calidad de vida rural a la de desarrollo agrario.
7. Extiende el concepto de agricultor al de familia agraria -como unidad de convivencia, intereses y decisiones-, en el marco de la comunidad rural.
8. Dedicar una atención especial a la mujer y a los jóvenes.

9. Promueve las rentas de las familias desde la agricultura, pero también, por la obtención de ingresos complementarios de la pluriactividad rural.
10. Considera la acción colectiva indispensable en el desarrollo agrario y rural.

CONSTITUCIÓN AÑO 78: “Los poderes públicos promoverán eficazmente las diversas formas de participación en la empresa y fomentarán mediante una legislación adecuada, las sociedades cooperativas. También establecerán los medios que faciliten el acceso de los trabajadores a la propiedad de los medios de producción”.

LOGROS DEL MODELO



- El cooperativismo agrario factura en España más de 30.000 millones de euros al año.
- Registra más de 100.000 empleos y aglutina a más de un millón de socios.
- Los principales sectores tanto en N° de cooperativas como en facturación son las de suministros, olivar y frutas y hortalizas.

CONDICIONES Y PROCESOS COMPARADOS



ITEM	HOLANDA	ESPAÑA
COOPS. AGRARIAS	215	3.844
PAC año 1962	€ 926 Millones (2014)	€ 5.800 Millones (2014)
FACTURACIÓN ANUAL COOPS. AGRARIAS	€ 32.000 Millones (2014)	€ 25.000 Millones (2014)
DIRECCIÓN DE LA COOPERATIVA	Directivos-gerentes profesionales contratados	Junta Directiva (formada por miembros de la cooperativa)
CLASIFICACIÓN	Cooperativas sin responsabilidad limitada y sin limitación de responsabilidad	De primer y segundo grado .
VOTO	Voto proporcional	Un socio un voto
COMERCIO Y OTROS	<i>Veillings</i> y apoyo financiero (Rabobank).	SEA y Cajas Rurales.
LEGALES	Ley General, dentro del código civil	Ley del '42, control estatal. Constitución del '78 19 regulaciones autónomas

CONDICIONES Y PROCESOS COMPARADOS



ITEM	HOLANDA	ESPAÑA
ORGANISMO SUPERVISOR	Junta de supervisores. Más sólido que los interventores, más atribuciones. Expertos externos, llamado Consejo Auditor	Formado por los interventores, para fiscalizar. Atribuciones limitadas
NORMATIVA SOBRE FUSIÓN, ESCISIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN	No existen específicas previsiones al respecto en la legislación cooperativa	Altamente regulado
ORIENTACIÓN	De mercado.	De economía social
Clima	Regular en todo el país.	Diversa variedad climática en el país.

CONDICIONES Y PROCESOS COMPARADOS

DIAMANTE HOLANDÉS



MODELO ESPAÑOL



DIAMANTE HOLANDÉS

MODELO ESPAÑOL

¿CUÁL ES EL MODELO DE DESARROLLO COOPERATIVO CHILENO?

ó

¿CÓMO DEBIESE SER EL MODELO PARA CHILE?



Módulo N° 2

Casos de Cooperativas en el Mundo y Herramientas para el Desarrollo

Profesores: Luis Sáez T. – Patricio Nayan S.

11/12/2021

POLÍTICA AGRÍCOLA COMÚN (PAC) UNIÓN EUROPEA



- Creada en 1962, la PAC representa una asociación entre la agricultura y la sociedad, entre Europa y sus agricultores.

Sus objetivos son:

- apoyar a los agricultores y mejorar la **productividad agrícola**, asegurando un **suministro estable de alimentos asequibles**;
- garantizar a los agricultores de la Unión Europea **un nivel de vida razonable**;

- contribuir a la **lucha contra el cambio climático** y la gestión sostenible de los recursos naturales;
- conservar los **paisajes** y zonas rurales de toda la UE;
- mantener viva la **economía rural**, impulsando el **empleo en la agricultura**, las industrias agroalimentarias y sectores asociados.
- La PAC es una política común para todos los países de la UE. Se gestiona y financia mediante el presupuesto de la UE.

JUSTIFICACIÓN DE LA PAC

Ingresos de los agricultores, pese a la importancia de la prod. alimentaria, son aprox. un 40 % inferiores a los trabajadores de otros sectores;

Depende más del clima y las condiciones meteorológicas que los otros sectores;

Existe un lapso inevitable entre la demanda del consumidor y el momento en el que el agricultor puede satisfacerla.

Además de velar por la rentabilidad, los agricultores deben trabajar de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente, preservando nuestros suelos y nuestra biodiversidad.

La PAC en la práctica

la ayuda a la renta mediante pagos directos que garantizan la estabilidad de los ingresos y remuneran a los agricultores por practicar una agricultura respetuosa del medio ambiente y por prestar servicios públicos que los mercados no suelen recompensar, como el cuidado del campo;

las medidas de mercado para abordar situaciones difíciles en los mercados, tales como desplomes repentinos de la demanda debidos a alarmas sanitarias o caídas de precios debidas a una oferta excesiva en el mercado;

las medidas de desarrollo rural consistentes en programas nacionales y regionales para atender a las necesidades y retos específicos de las zonas rurales.

La PAC en la práctica

POLÍTICA AGRÍCOLA COMÚN EUROPEA



+/- 12

MILLONES DE
AGRICULTORES A TIEMPO
COMPLETO



77%

DEL TERRITORIO DE LA UE
ES RURAL



46

MILLONES DE EMPLEOS
PROCEDENTES DE LA AGRICULTURA
Y LAS INDUSTRIAS AGROALIMENTARIAS

LOS TRES PRINCIPALES OBJETIVOS DE LA PAC PARA APOYAR A LOS AGRICULTORES EUROPEOS:



Alimentos

GARANTIZAR UN
SUMINISTRO SEGURO DE
ALIMENTOS DE CALIDAD
A PRECIOS ASEQUIBLES
PARA MÁS DE
500 MILLONES
DE EUROPEOS



**Medio
ambiente**

AYUDAR A COMBATIR
EL CAMBIO CLIMÁTICO
Y PRESERVAR
NUESTROS RECURSOS
NATURALES



Campo

CONSERVAR LA
DIVERSIDAD Y VITALIDAD
DE LA AGRICULTURA
EUROPEA

CUIDANDO
DE NUESTRAS RAÍCES

Política
Agrícola
Común
Europea
PAC

+ INFORMACIÓN EN:

https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy_es

CASOS DE COOPERATIVAS EN CHILE Y EL MUNDO





Las cooperativas agrícolas generan **337.705.145.870 USD** en ingresos brutos anuales.



El **32%** de las **300 cooperativas** más importantes del mundo provino del sector de industrias agrícolas y alimentarias en 2014.

Fuente: Comité para la promoción y avance de las cooperativas (COPAC)



428 cooperativas en las industrias de la agricultura y la alimentación tuvieron una facturación de más de **100 millones** de dólares en 2014.



El **30%** de las cooperativas con una facturación de más de **100 millones** de dólares provenientes de la agricultura y las industrias alimentarias en 2014.

Fuente: Comité para la promoción y avance de las cooperativas (COPAC)

Las cooperativas son imprescindibles para alcanzar los ODS

Existe relación de la agricultura familiar para un total de 121 metas, que representan **el 72% del conjunto de metas de la Agenda 2030.**

El cooperativismo cuenta con una vinculación directa con 69 metas de los ODS, **41% del total de metas existentes.**

Por tanto, el desarrollo y fortalecimiento del sector cooperativo es un elemento clave para la consecución de un número elevado de las 121 metas vinculadas a la agricultura familiar.



The Greenery

- Principios:

- Comercio Justo
- Sostenibilidad ambiental y social
- Vida salubre (que parte con los trabajadores)



The Greenery

- Es una organización de ventas internacional que se especializa en frutas y verduras frescas.
- Como parte de la cooperativa de productores Coforta, suministra una gama completa de frutas y verduras frescas a supermercados, mayoristas, empresas de catering y la industria alimentaria durante todo el año.

https://www.thegreenery-com.translate.google/en?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es-419&_x_tr_pto=nui,sc



Márketing



Logística



Venta
minorista



Productos



Consumidor



Cultivadores



“Declaración a la Sociedad”



- Al cultivar y suministrar frutas y verduras frescas, queremos proporcionar los **nutrientes adecuados y saludables** a una población mundial en crecimiento durante todo el año. Nuestros productos deben ser fiables, asequibles y accesibles al mayor número posible de personas.
- También **promovemos activamente el consumo de frutas y verduras frescas** de acuerdo con los estándares emitidos por el Centro de Nutrición de los Países Bajos, con el fin de contribuir a una sociedad más saludable.

The Greenery



60
countries



500
growers

350
products



1400
employees





- Esta cooperativa lechera india nace en 1946, **en protesta a la explotación a granjeros impuesta por los intermediarios del comercio**. Fue el mismo emperador Indio quien aconsejó a los granjeros a eliminar los intermediarios y construir su propia cooperativa.
- Esta cooperativa empezó con dos granjas y con sólo 247 litros de leche.
- El primer Ministro de India al ver este ejemplo, decidió que este modelo debía transformarse en una política de estado.



El modelo y éxito de **Amul** se caracterizó por eliminar todos los intermediarios desde la producción al consumidor y actualmente cuentan con más de 3,6 millones de productores repartidos en 184 distritos de sociedades cooperativas que producen 28 millones de litros por día y las ventas son de 3,5 billones de dólares anuales.

Ocean Spray

- Fue fundada en 1930 por 3 productores de arándanos rojos.
- Hoy cuentan con 700 familias granjeras como dueñas de la cooperativa, las cuáles son agricultores productores de arándanos y pomelos e ingresos anuales de 2 Billones de dólares.



https://www.youtube.com/watch?v=_4h-W6cHWj8

Cooperativa Campesina Intercomunal Peumo Ltda.



- Fundada en 1969 como parte de la reforma agraria.
- Membresia de 357 socios.
- Representa el 21,9% de la población rural de la región (Peumo, Pichidegua, San Vicente, Las Cabras).
- Cooperativa de servicios (Insumos agrícolas, créditos, asistencia técnica, comercialización, desarrollo de proyectos).

<https://www.youtube.com/watch?v=6oXx1OdU6yo>



HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO COOPERATIVO



NEGOCIO



CONDICIONES

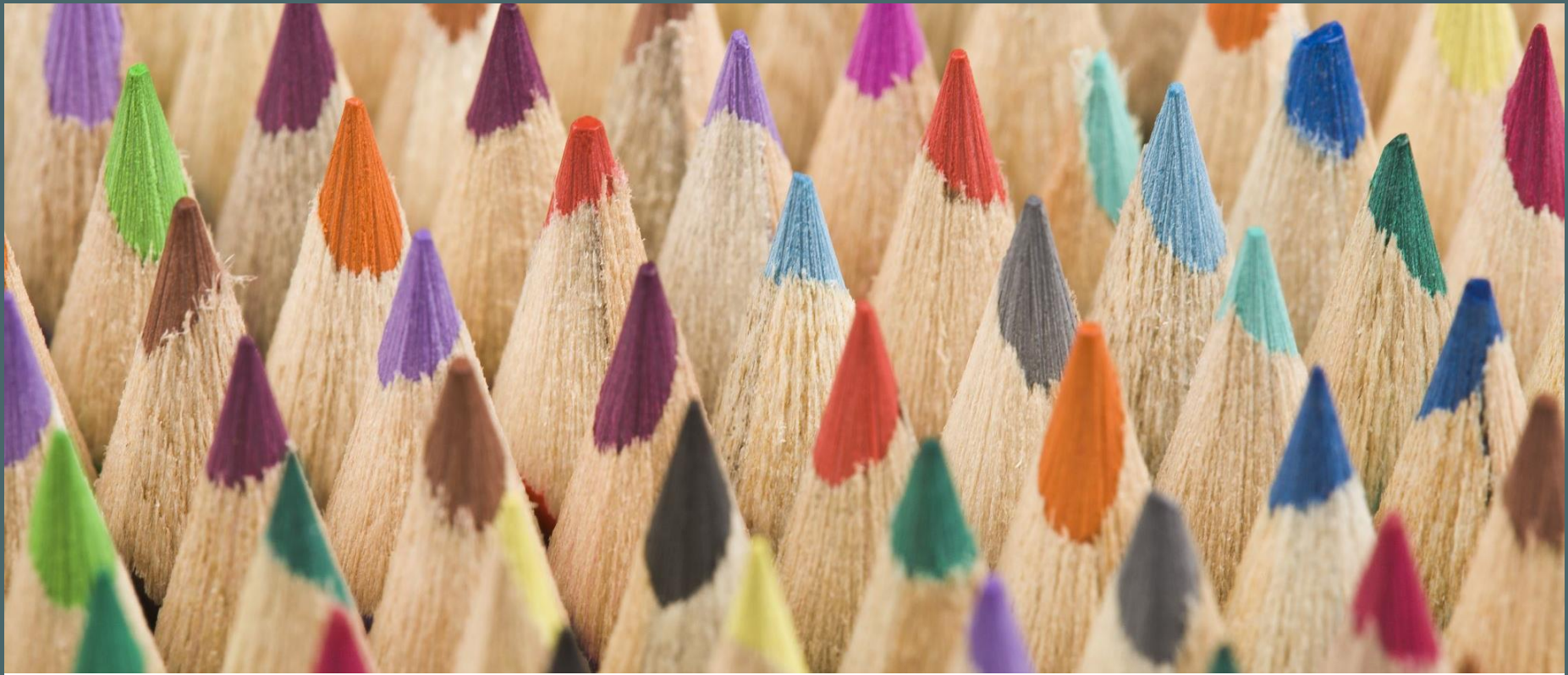


APTITUDES



INTERÉS

ELEMENTOS DEL ENTORNO (MACRO)
ELEMENTOS INTERNOS (MICRO)



ELEMENTOS MACRO, DE RELACIÓN CON EL ENTORNO

Dinámicas económicas-productivas en los territorios



Es relevante **conocer y entender el territorio** en el que estará la cooperativa.
Para ello, debemos tener en cuenta:

1. **Mapeo del sector específico** (Tendencias de Mercado, precios, demanda de productos, competencia, etc.)
2. **Análisis de la cadena alimentaria** (Actores y condiciones hacia atrás y hacia adelante).
3. **El sector en Chile** (pasado y presente, principales hitos, líderes del sector, etc.).
4. **Cooperativas en el sistema alimentario** (otras cooperativas, potenciales aliadas).
5. **La dinámica regional** (funcionamiento en el territorio).

La dinámica regional

PARA ELLO DEBEMOS IDENTIFICAR:

- Elementos productivos y climáticos.
- **Aspectos culturales** como la cosmovisión, tradiciones y/o formas de producción.
- Actores involucrados en el sector (tanto públicos como privados). De ellos, **identificar socios Clave**.



La dinámica regional

- Los facilitadores disponibles como: mano de obra, infraestructura, educación, crecimiento económico (empleo/desempleo).
- Los cambios de demanda.
- Diferenciación de nuestros territorios como atributo de los productos.



La dinámica regional

- Es muy importante situar el emprendimiento cooperativo en la realidad del territorio.



ARICA: Frutillas en suelo desértico.
Valle de Azapa.



ARAUCANÍA: Frutillas semi hidropónicas, con
fertilización líquida orgánica de
lombricomposta, suspendidas bajo
invernadero.

Cooperativa Campesina Punta Chilén



- Fundada en 1997, por 16 socios.
- Agregar valor al ajo chilote.
- Cuenta con una planta de proceso de 160m².
- Mercado nacional y exportaciones mediante Oxfam.

<https://www.youtube.com/watch?v=cCQGDZKz2E0>



ELEMENTOS MICRO:

RELACIONADOS CON LA INTERNA DE LA ORGANIZACIÓN

¿PARA QUÉ ASOCIARSE?

Oportunidad de negocio

Objetivos: realizar una actividad económica que reporte utilidades a sus asociados y estos tengan derechos sobre la propiedad

- **Sociedad de Responsabilidad Limitada.**
- **Sociedades Anónimas.**
- **Cooperativas.**

Otros fines

- Defensa de determinados derechos.
- Solidaridad, ayuda mutua.
- Representación de determinados sectores económicos.

- **Corporaciones y Fundaciones.**
- **Sindicatos.**
- **Asociaciones de Consumidores.**
- **Asociaciones Gremiales.**

**Los socios no tienen derechos sobre el patrimonio, y no se pueden repartir utilidades*

• ENTIDADES ASOCIATIVAS

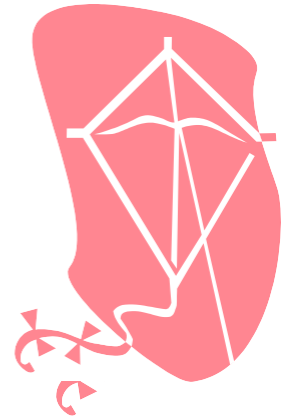
DE TIPO REPRESENTATIVAS	DE TIPO ECONÓMICAS
• ASOCIACIÓN GREMIAL (FEDERACIONES Y CONFEDERACIONES) • AGRUPACIONES • COMITÉS (DIVERSOS) • COMUNIDAD INDÍGENA • COMUNIDAD AGRÍCOLA • COMUNIDAD DE CAMPO • COMUNIDAD DE AGUA • ASOCIACIÓN INDÍGENA • JUNTA DE VECINOS RURALES (UNIÓN COMUNAL) • JUNTA DE VIGILANCIA AGUA • ASOCIACIÓN DE CANALISTAS • SINDICATOS INDEPENDIENTES (FEDERACIONES Y CONFEDERACIONES) • MESAS Y CONSEJOS (VARIOS) • CADA (CAR-CAN)	• COOPERATIVAS (FEDERACIONES Y CONFEDERACIONES) • RESPONSABILIDAD LTDA. • SOC. POR ACCIONES S.P.A • SOC. ANÓNIMA S.A.

• DESAFÍOS DE LA ASOCIATIVIDAD ECONÓMICA

Minimizar Riesgos del Trabajo Asociativo

1. Definir hacia donde queremos llegar con la empresa
2. Ante la diversidad, comenzar por los elementos que son comunes
3. Clarificar qué debe aportar cada socio para lograr obtener los resultados
4. Cuantificar los resultados y los aportes (trabajo y monetario)

¿Están todos dispuestos a realizar los esfuerzos requeridos?



ESQUEMA SUGERIDO

**FUNDAMENTAL: Liderazgo (s)
Acompañamiento y
Capacitación**

**Grupos
Precooperativos**

- Redacción Estatutos
- Lineamientos estratégicos
- Compromisos
- Depurado de Socios

**Cooperativas
Emergentes**

- Puesta en marcha
- Relacionamiento con el medio
- Decisiones
- Formalidad

**Despegue /
Punto de "no
retorno"**

- Compromiso societario
- Liderazgo(s) consolidado
- "Tenemos un Proyecto"
- Asumir Riesgos

**Cooperativas
Consolidadas**

- Gestión Profesional
- Planeación
- Tiene y puede acceder a Capital
- Situada en su medio (lugar identificado / brechas conocidas)
- Proyectos e Inversiones
- I+D

**Expansión e
Integración
Vertical -
Horizontal**

- Varias Unidades de Negocio
- Equipos Profesionales propios
- Solidez financiera-comercial
- Gobernanza
- Rol Social

COOPERATIVA COBADÚ



- <https://www.youtube.com/watch?v=MDXjfvwwNqM>

COOPERATIVAS

... su razón de ser

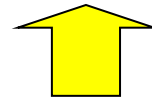


Satisfacción de necesidades/aspiraciones económicas y sociales de los socios



Solidez en las bases

Rentabilidad de la cooperativa



Proyección y Sostenibilidad a Largo Plazo



Relación positiva y de diálogo a nivel interno y externo
INFORMACIÓN-PARTICIPACIÓN-COMPROMISO

- **FINALMENTE, ALGUNAS AFIRMACIONES...**



- La ASOCIATIVIDAD:
 - NO SE PUEDE FORZAR.
 - NO PUEDE ESTAR CONDICIONADA A LA ENTREGA DE ALGÚN RECURSO O BENEFICIO PREDETERMINADO.
 - DEBE CONTENER UN FIN, METAS Y PROYECCIONES.
 - ES UN PROCESO QUE REQUIERE DE TIEMPO, UN LIDERAZGO Y UNA CONDUCCIÓN.
 - POR TANTO, REQUIERE DE UN/A **BUEN/A LIDER**. (PUNTO CRÍTICO Y ESENCIAL) .

REFLEXIONES DE LA ASOCIATIVIDAD



- ✓ No siempre sabemos o tenemos claridad absoluta de lo que queremos, pero al menos sabemos lo que no queremos.
- ✓ Ver los avances en positivo. Las personas marcan la diferencia.
- ✓ No al cortoplacismo.
- ✓ No hay soluciones fáciles ni difíciles, solo FORMAS para enfrentar los problemas.
- ✓ Ser mejores cada día, cada uno en lo nuestro.

- Por ello debemos tener en cuenta siempre que:

- Son personas integrándose con otras personas.
- Que el contexto sociopolítico y económico del país influye completamente.
- Que implicará necesariamente cambios y/o apertura de conciencias.
- Que la FORMA en que se da pie a la Asociatividad es tan importante como el fondo.
- Que los afectos y emociones son muy relevantes, y



Que es un gran ejercicio constante de tolerancia y crecimiento personal de tod@s quienes estén participantes directa o indirectamente.

ENTONCES...



- ¿En su grupo hay necesidades/sueños comunes?
- ¿Hacia Dónde queremos ir? ¿Porqué?
- ¿En su grupo hay lideres?
- ¿Podríamos avanzar en conjunto? ¿En qué?
- ¿Cómo? ¿Qué necesitamos?

MUCHAS GRACIAS