CAPACITACIÓN USACH
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE

CURSO

Convirtiéndome en cooperativa

MÓDULO 2: Cooperativas en el Sector Agroalimentario

Sesión 2:Características de la Oferta y la Demanda

Carlos Díaz / Luis Sáez / Patricio Nayan

Centro Internacional de Economía Social y Cooperativa. CIESCOOP
más unidos PLAN NACIONAL DE ASOCIATIVIDAD
Ministerio de Agricultura Gobierno de Chile
FIA Fundación para la Innovación Agraria

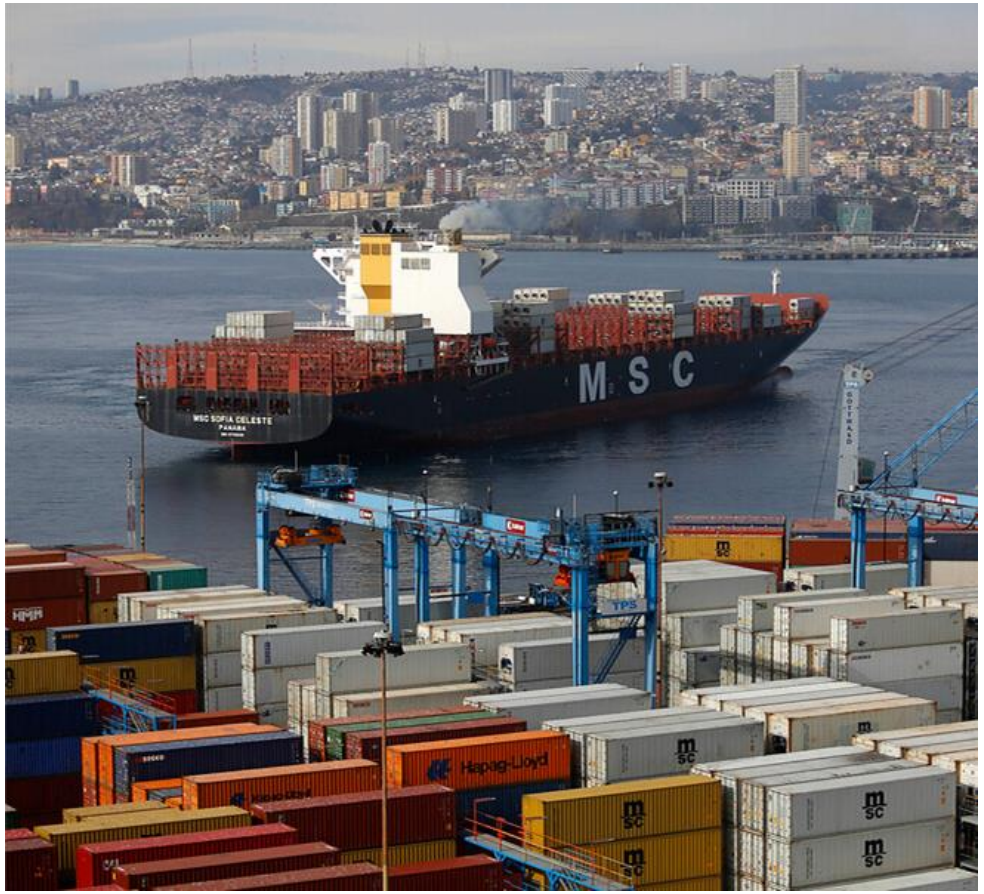
De la Agricultura a los Agronegocios

Principales rubros, canales de comercialización

El Sector Agroalimentario

Es aquel que se compone del **sector primario**, dedicado a la silvicultura, ganadería, agricultura y pesca; y por otra parte, de la denominada **“agroindustria”,** que engloba a las empresas dedicadas a la transformación de materias primas en productos semielaborados o elaborados.

Hoy en día es posible constatar que el Sector Agroalimentario chileno ha experimentado profundas transformaciones, constituyendo al sector en uno de los pilares del desarrollo económico del país, y en muchos rubros con importancia internacional.



El Sector Agroalimentario

Dentro de ellos, las frutas y hortalizas, el vino y las semillas, sin duda ya se han ganado un sitial en la oferta exportable chilena.

A ellos se agrega la reciente penetración de los productos lácteos y las carnes rojas en los mercados externos, abriendo nuevas oportunidades para los productores de las regiones del sur del país.

Crece la competencia para Chile

En las últimas cuatro temporadas, la oferta del hemisferio sur se ha duplicado, con un fuerte incremento de la producción peruana.

Proveedor	2015-2016	2018-2019	2019-2020	Variación*
Total Hemisferio Sur	**126.095**	**221.760**	**261.525**	18%
Perú	13.145	81.039	120.325	48%
Chile	91.412	111.109	109.421	2%
Argentina	15.444	17.905	15.038	16%
Sudáfrica	1.879	8.071	13.058	62%
Otros	4.215	3.635	3.682	1%
Total Hemisferio Norte	**92.854**	**225.468**	**272.408**	21%
México	7.781	36.697	42.500	16%
España	30.251	57.802	68.478	18%
Marruecos	8.395	18.235	25.226	38%
Otros	46.427	112.734	136.204	21%

(*): Variación en las dos últimas temporadas.

FUENTE: ANUARIO 2019-2020 MERCADO INTERNACIONAL DE ARÁNDANOS, DE ICOMBULTING

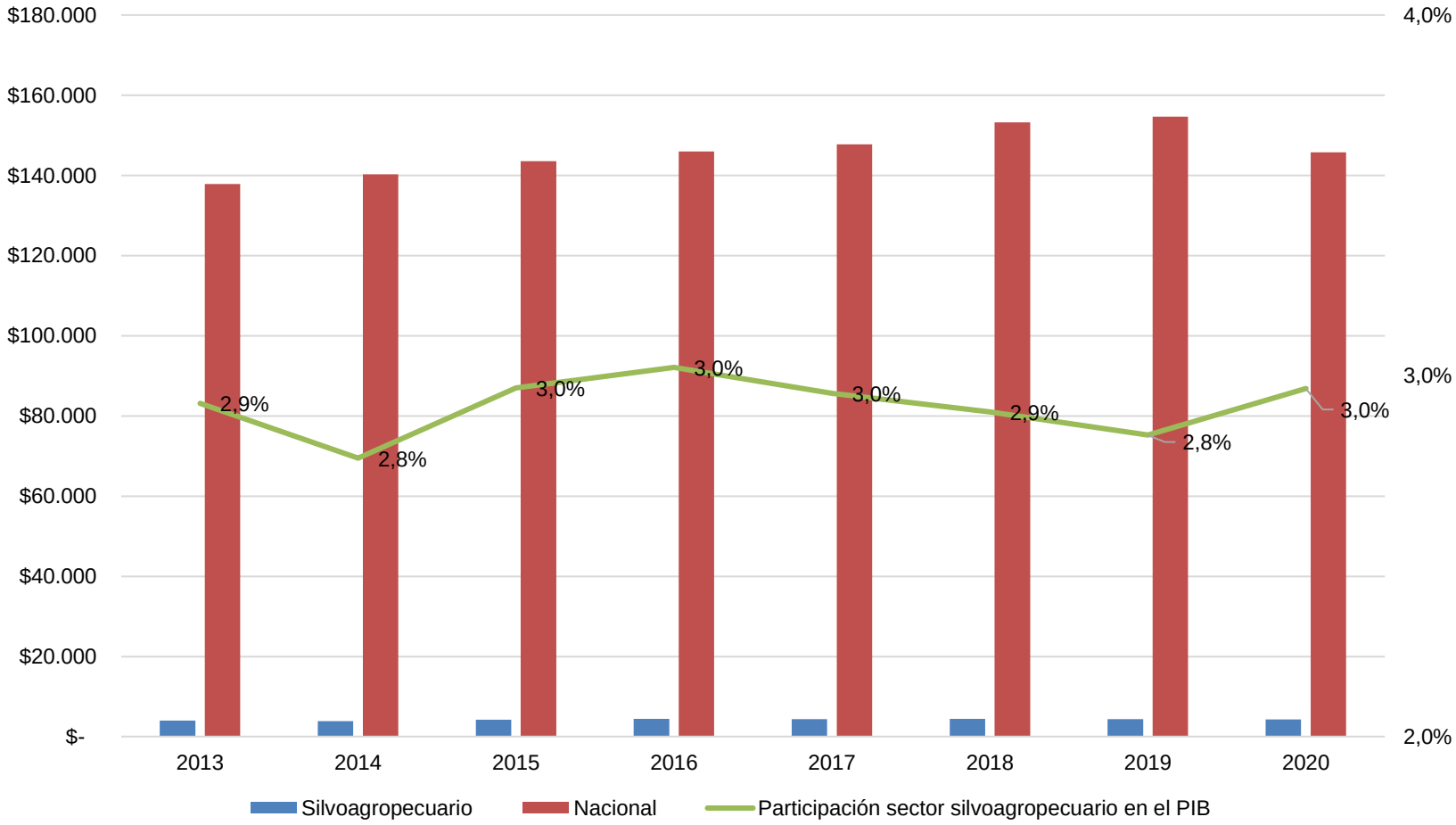
El Sector Agroalimentario chileno ya está instalado en los mercados internacionales, compitiendo con los países agrícolas más eficientes, en una agricultura mundial que **acelera su proceso de integración y especialización**.

Esta posición no está exenta de incertidumbres, porque los mercados mundiales están sufriendo profundas y rápidas mutaciones impulsadas por los consumidores, las cadenas de distribución, los procesos de integración comercial entre bloques y países, y la competencia entre empresas agrícolas, forestales o agroindustriales.

Por otro lado, dicha instalación es todavía incompleta, pues hay diversos rubros y miles de explotaciones que todavía no se insertan en el proceso exportador.

Existen brechas al interior del Sector, donde coexisten un sector competitivo moderno, capitalizado y con tecnología de punta, orientado a los mercados externos y, por otra parte, la economía familiar, constituida por pequeños y parte importante de medianos productores, que aún es mayoritariamente productora de cultivos tradicionales o alimentos básicos, que se caracteriza por su baja capitalización y sesgo ante el mercado.

Producto interno bruto (PIB) silvoagropecuario y nacional (En miles de millones $)



FUENTE: ODEPA 2021.

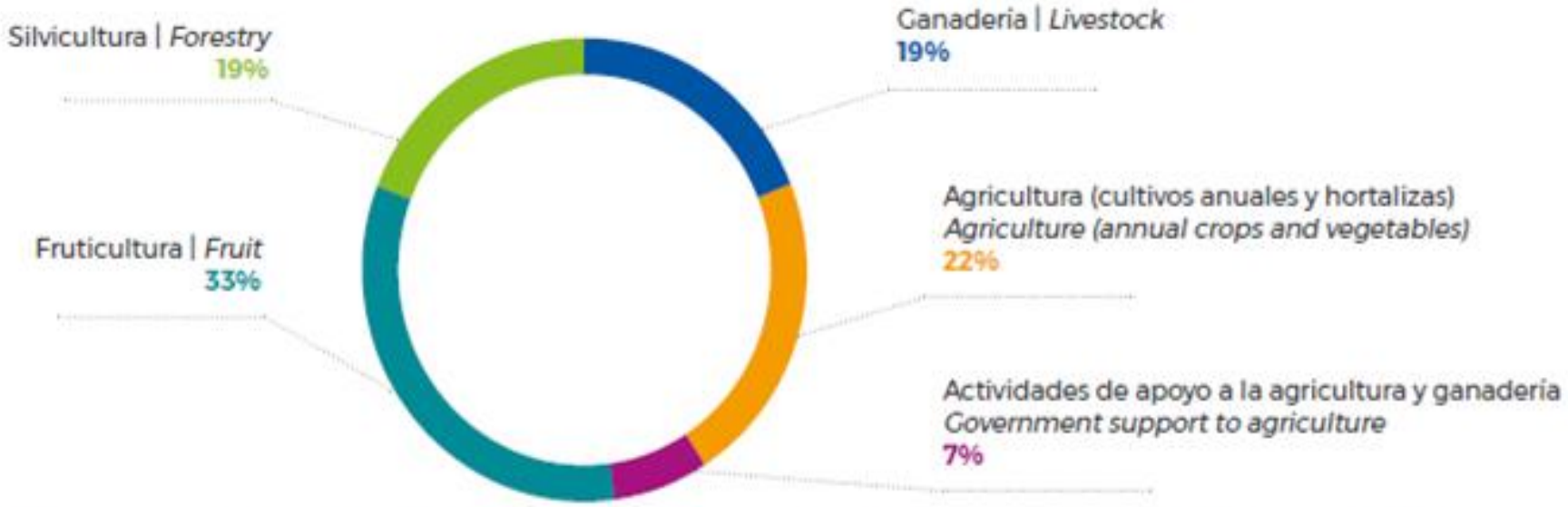
PIB SILVOAGROPECUARIO (SA) AMPLIADO

El PIB SA (Banco Central) considera como agricultura solo las actividades primarias, es decir, producción a nivel de predios o las unidades iniciales de la cadena productiva.

Esta contabilidad no capta la interacción del sector primario con la cadena agroalimentaria y procesamiento.

Al expandir el PIB oficial, incluyendo los encadenamientos hacia atrás y hacia adelante con otras actividades, se eleva entre 3 a 4 veces el PIB del sector.

CONTRIBUCIÓN RELATIVA DE LOS RUBROS AL PIB SILVOAGROPECUARIO
CONTRIBUTION OF AGRICULTURE, LIVESTOCK AND FORESTRY TO SECTORAL GDP



Fuente: elaborado por ODEPA a partir de datos del Banco Central (2017). *Source: prepared by ODEPA with information from the Central Bank of Chile.*

Nota: no se incluye el PIB manufacturero (vinos, frutas y carnes procesadas). *Note: manufactured GDP does not include (wine, fruit and processed meats).*

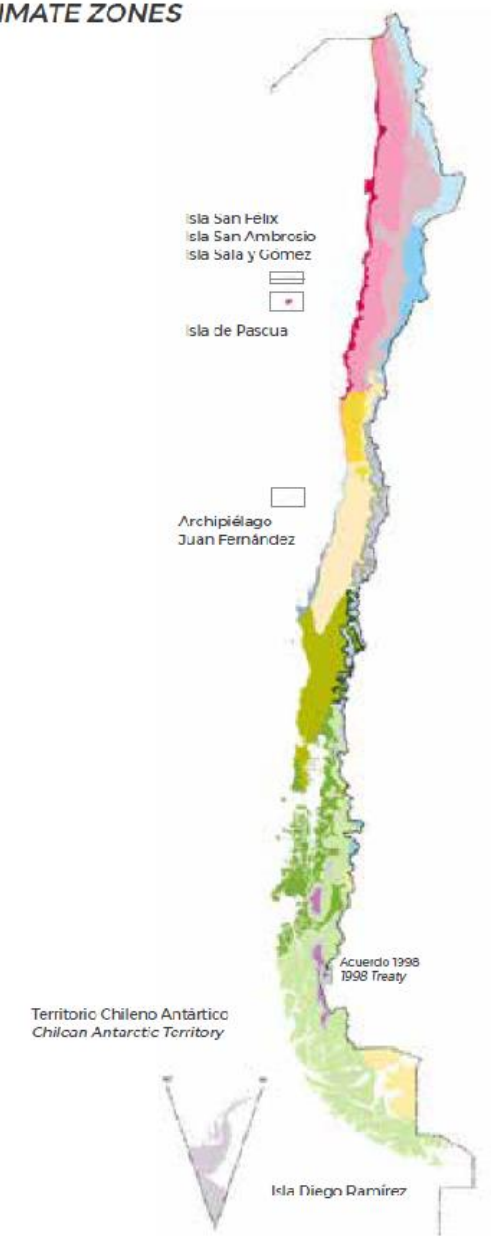
FUENTE: ODEPA 2019.

VALOR AGREGADO (VA) AMPLIADO DEL SECTOR SILVOAGROPECUARIO, RECURSOS RENOVABLES Y PROCESAMIENTO, 2015.

	Valor agregado por el sector agropecuario *Agricultural value added*	Valor de los encadenamientos hacia adelante *Forward linkages*	Valor de los encadenamientos hacia atrás *Backward linkages*	**Total**
Participación en el VA total (%) *Share in total GDP (%)*	Agropecuario: cultivos, frutales, hortalizas y ganadería *Crops, fruits, vegetables, livestock*			
	2,93	1,81	0,53	**5,27**
	Silvoagropecuario: cultivos, frutales, hortalizas, ganadería y forestal *Crops, fruits, vegetables, livestock and forestry*			
	3,57	1,80	0,59	**5,96**
	Recursos renovables: cultivos, frutales, hortalizas, ganadería, forestal y pesca *Crops, fruits, vegetables, livestock, forestry and fishing*			
	4,12	2,29	0,88	**7,28**
	Silvoagropecuario más agroprocesado *Crops, fruits, vegetables, livestock, forestry, fishing and agro-processed*			
	9,39	2,74	2,22	**14,36**

Fuente: "¿Cuál es el tamaño económico del sector silvoagropecuario en Chile?" Serie Propuestas y Análisis Ministerio de Agricultura, junio 2019.
Source: "What is the economic size of the agricultural, livestock and forestry sector in Chile? " Series Proposals and Analysis Ministry of Agriculture, June 2019.

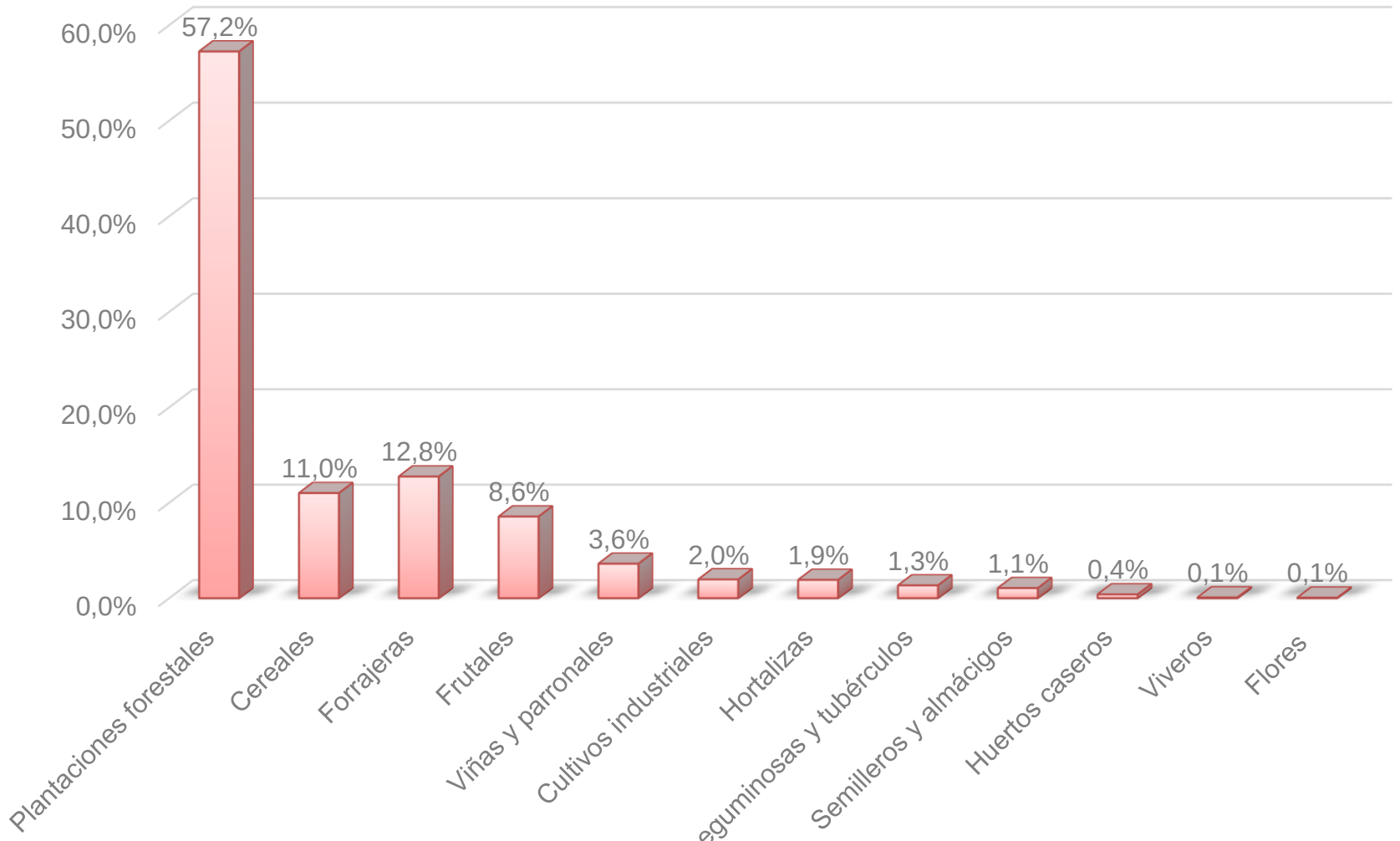
CLIMAS
CLIMATE ZONES



- Tropical lluvioso
  Rainy tropical
- Desértico normal
  Arid normal
- Desértico frío
  Arid cold
- Desértico con nublados abundantes
  Arid cloudy
- Desértico cálido con nublados abundantes
  Arid warm and cloudy
- Semiárido templado con lluvias invernales
  Semi-arid temperated with winter rains
- Semiárido con nublados abundantes
  Semi-arid cloudy
- Semiárido frío con lluvias invernales
  Semi-arid cold with winter rains
- Templado cálido con lluvias invernales y gran nubosidad
  Warm temperate with winter rains and very cloudy
- Templado cálido con lluvias invernales
  Warm temperate with winter rains
- Templado cálido con lluvias invernales y gran humedad atmosférica
  Warm temperate with winter rains and high levels of humidity
- Templado frío con lluvias invernales
  Cold temperate with winter rains
- Templado cálido lluvioso con influencia mediterránea
  Warm rainy with inland influence
- Templado frío lluvioso con influencia mediterránea
  Cold rainy with inland influence
- Templado cálido lluvioso sin estación seca
  Warm temperate rainy whithout a dry season
- Templado frío lluvioso sin estación seca
  Cold temperate rainy *whithout a dry season*
- Tundra | *Tundra*
- Tundra por efecto de altura | *Alpine Tundra*
- Tundra por efecto de altura con precipitación estival
  Alpine Tundra white summer rainfall
- Tundra por efecto de altura con escasa o nula precipitación
  Alpine Tundra white little or no rainfall
- Polar por efecto de altura | *Alpine polar*
- Polar | *Polar*

Fuente: ODEPA, 2019.

Superficie nacional plantada o sembrada, por rubro (ha)



Fuente: ODEPA, 2019.

AGRONEGOCIOS ¿Qué son?

Es un sistema constituido por “la suma de **todas las operaciones** relacionadas con la **fabricación** y **distribución** de los **insumos agropecuarios**, las **operaciones** de **producción** en los predios agrícolas y el **almacenamiento**, procesamiento y distribución de los productos obtenidos y de los diferentes subproductos hechos de ellos” (IICA, 2000)

El agronegocio está constituido por el conjunto de cadenas productivas existentes.

Cadena Agroalimentaria

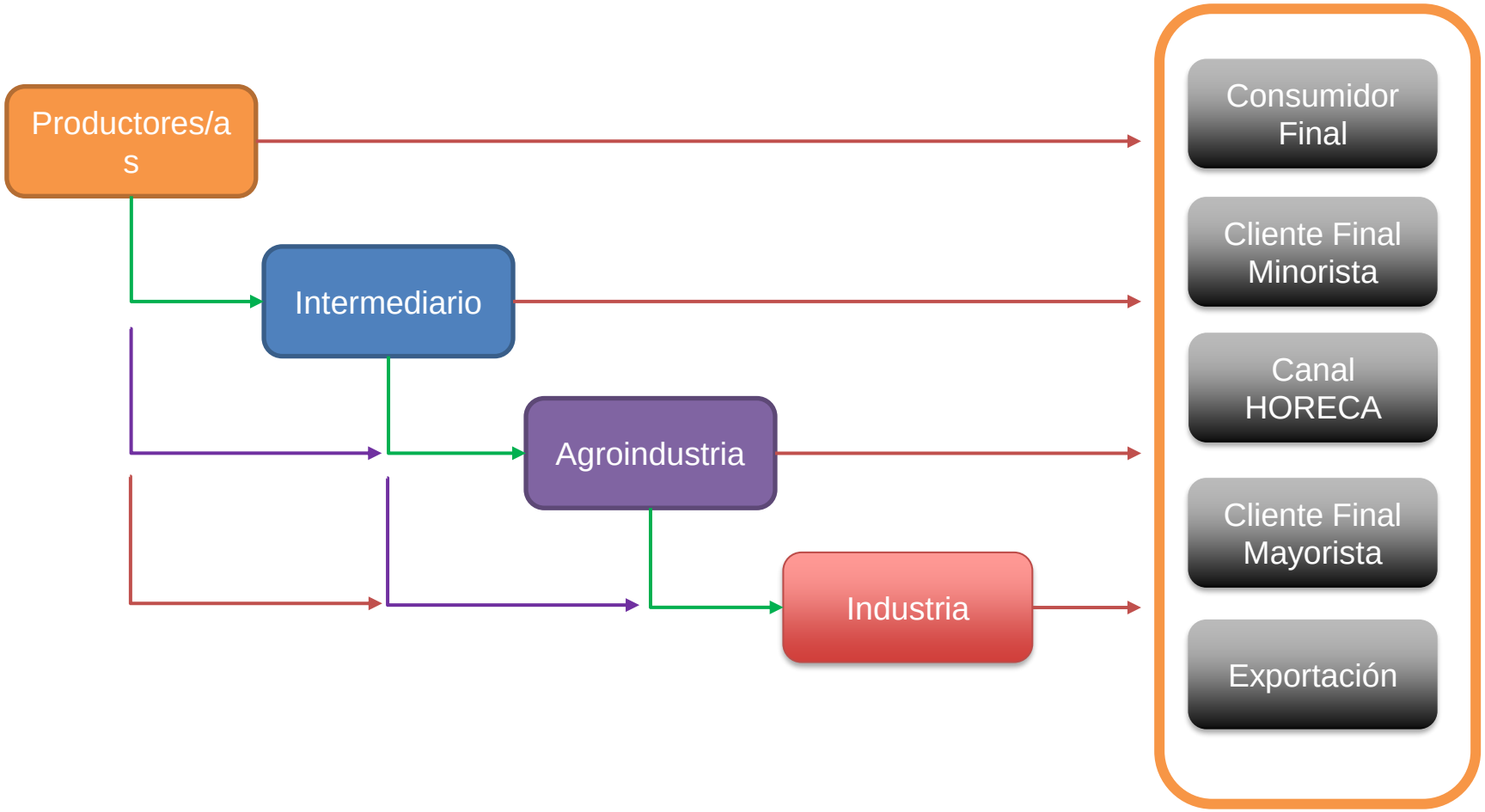
AGRONEGOCIOS

Etapa productiva, elemento **<u>más relevante</u>** de los Agronegocios (determina la calidad final).

Materias Primas

Etapa productiva	Etapa Industrial	Etapa Comercial
	Agroindustrias	- Lácteos - Alimentos Varios - Vinos y Licores - Alimentación Animal
	Industrias	- Cosmética - Vestuario - Medicinas
	Forestales	- Papel - PFNM

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN



EN LA PRÁCTICA…

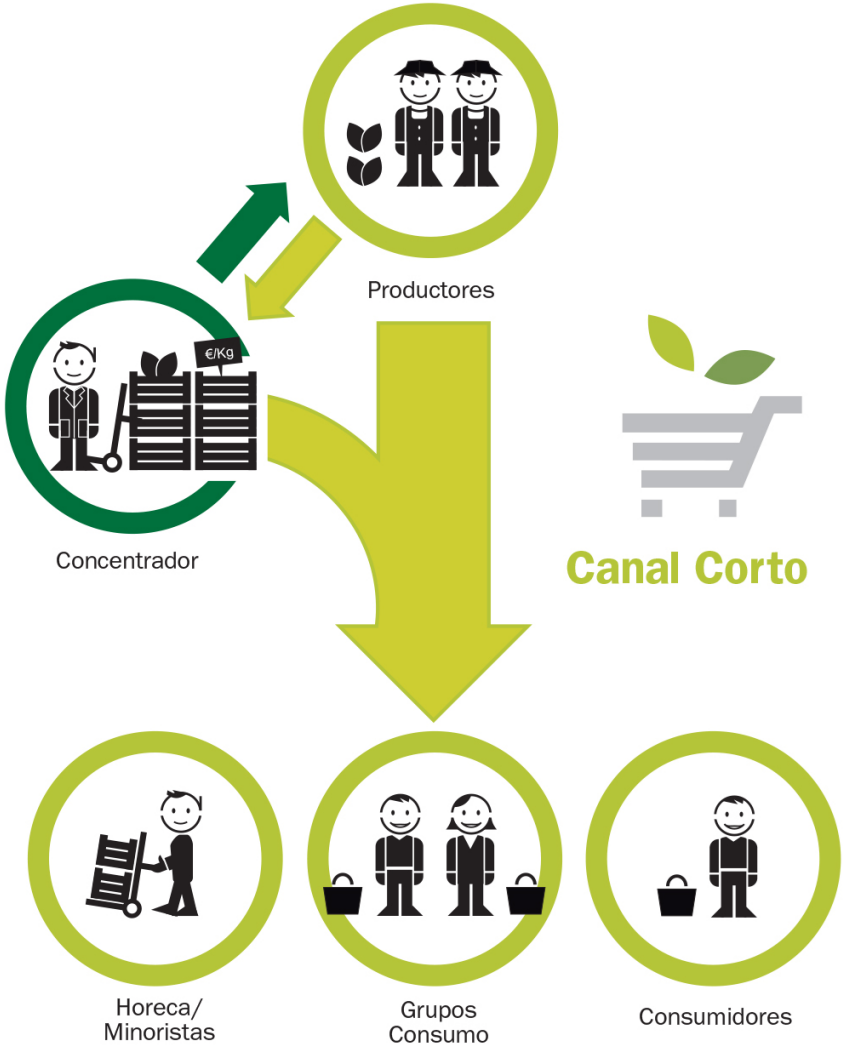
- ***CADENA AGROALIMENTARIA***

Circuitos Cortos

Circuitos o cadenas cortos de comercialización

Son una forma de comercializar los productos, buscando el menor número de intermediario, estableciéndose una relación más directa entre el consumidor y el productor.

Han tomado especial relevancia en el ámbito de los alimentos, tanto así que en inglés con frecuencia se habla de Short Food Supply Chains (SFSC o cadenas cortas de suministro de alimentos) (Kneafsey et al., 2013).



- **Clasificación de circuitos es la que propone CEPAL (2013) a partir del análisis que ellos hacen de la experiencia internacional, tanto en América Latina y el Caribe como en Europa:**

i. Venta directa en la explotación;

ii. Venta directa en ferias locales;

iii. Venta en tiendas (puntos de venta colectivos, restaurantes, detallistas, otros);

iv. Venta directa en supermercados;

v. Reparto a domicilio;

vi. Venta anticipada;

vii. Venta por correspondencia (Internet, otros);

viii. Consumo directo en la explotación (agroturismo);

ix. Venta al sector público;

x. Exportación bajo las normas del comercio justo.

Circuitos Cortos (CC)

Los CC no significan siempre proximidad, pueden realizarse en un mercado local, pero también a escala de todo el país.

Mercados locales y CC no siempre significan pequeña escala. De hecho, una gran empresa puede optimizar la logística de la distribución.

Frente al sistema agroindustrial global y ecológicamente agresivo las redes alimentarias alternativas pueden aportar porque:

Redistribuyen el valor en dirección opuesta a la del sistema.
Restablecen la confianza entre productores y consumidores.
Articulan nuevas formas asociativas orientadas hacia la resiliencia y la sostenibilidad.

Circuitos Cortos (CC)

- La relación instaura nuevas formas de cooperación entre los productores.
- Revaloriza la cultura rural y el reconocimiento social de agricultores/as.
- Los consumidores se sienten mejor comprendidos
- Sin embargo, la relación implica que se invierta mucho tiempo:
  - -Para construir relaciones fuertes
  - -Para organizar actividades comunitarias

Circuitos Cortos (CC)

- Permite reforzar la sostenibilidad medioambiental tanto de la distribución como de la producción.
- Contribuye en la distribución, favoreciendo los mercados locales, reduciendo los kilómetros alimentarios.
- Entrega accesibilidad a los puntos de distribución.
- Permite la posibilidad de comprar a granel y probar materiales de embalaje de corta duración.

Asociatividad en el sector 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.

• Por ello debemos tener en cuenta <u>siempre</u> que:

- Son personas integrándose con otros 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 de 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.

• ENTIDADES ASOCIATIVAS

DE TIPO REPRESENTATIVAS	DE TIPO ECONÓMICAS
• ASOCIACIÓN GREMIAL (FEDERACIONES Y CONFEDERACIONES) • AGRUPACIONES • COMITÉS (DIVERSOS) • COMUNIDAD INDIGENA • COMUNIDAD AGRÍCOLA • COMUNIDAD DE CAMPO • COMUNIDAD DE AGUA • ASOCIACIÓN INDIGENA • 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.

• 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.

PROBLEMAS QUE ENFRENTA LA AF

- ***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.) para los pequeños.
- ***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 período de cultivo, hipotecas de tierra, en otros)
- ***Bajo nivel de Asociatividad Gremial y Comercial.***

¿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

(DAES, 2014)

LA ASOCIATIVIDAD NOS ENTREGA BENEFICIOS COMO:

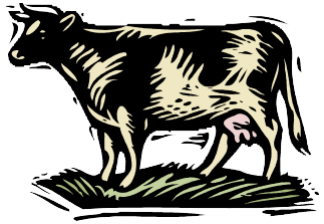
1. Reducir **costos** por volúmenes -> Mayor rentabilidad del negocio.
2. Mejorar la capacidad de **negociación** y **precios**.
3. **Información**: Disminuye las limitantes de acceso.
4. Incremento de la producción y **productividad**
5. Mejora la **gestión** del negocio
6. Genera integración Social y Comunidad
7. Rescata los territorios con su cultura y sociedad

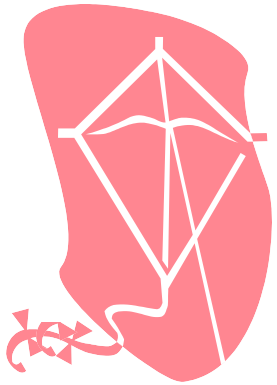
DESAFÍOS DE LA ASOCIATIVIDAD ECONÓMICA

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?





ENTONCES…

- ¿En su grupo hay necesidades comunes?
- ¿En su grupo hay lideres?
- ¿Podríamos avanzar en conjunto?¿En qué?
- ¿Cómo?¿Qué necesitamos?

• 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.

MUCHAS GRACIAS

171 AÑOS

Formando
personas
transformando
país