

1317-13

COMISIONADO GENERAL DE COOPERATIVAS DEL AGRO (CGCA)
MINISTERIO DE AGRICULTURA
DIRECCION GENERAL DE COOPERATIVAS PARA LA AGRICULTURA

1317-13
1317-13

PROYECTO DE ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION CON PRODUCTORES
DEL AGRO (CERCAJO - HONORO) - (ICA)

ICA
E71
E748

1102

E-

BV 000000191 C-3

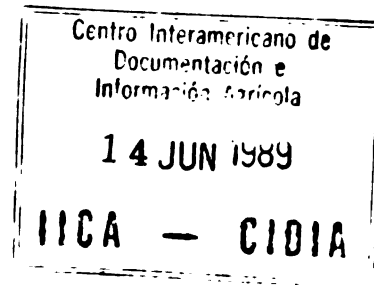
7

IICA-CIDIA

CONFEDERACION NACIONAL DE COOPERATIVAS DEL AGRO LTDA.

MINISTERIO DE AGRICULTURA

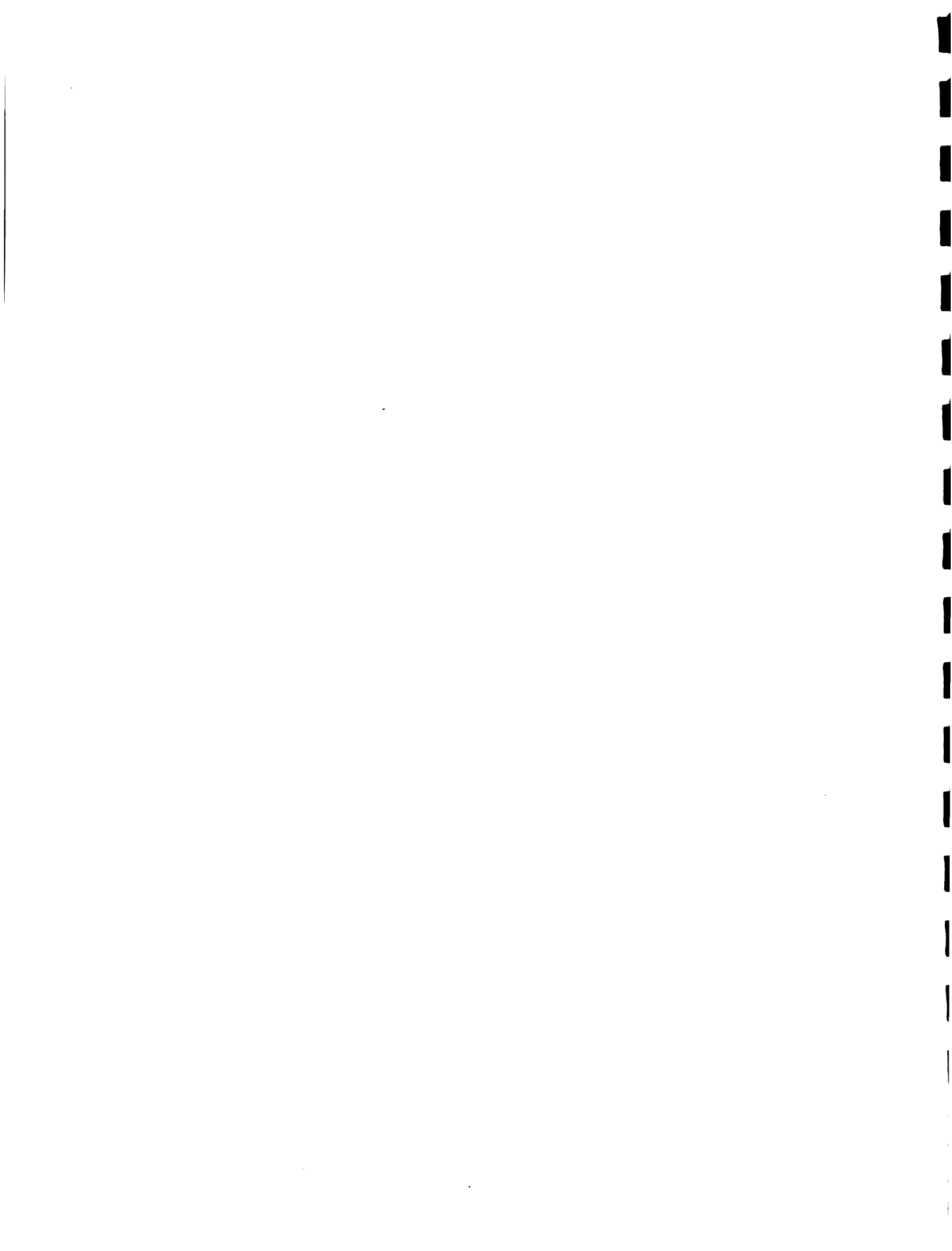
INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA



PROYECTO DE ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION CON PRODUCTORES

DEL AGRO (COPAGRO - MINAGRI - IICA)

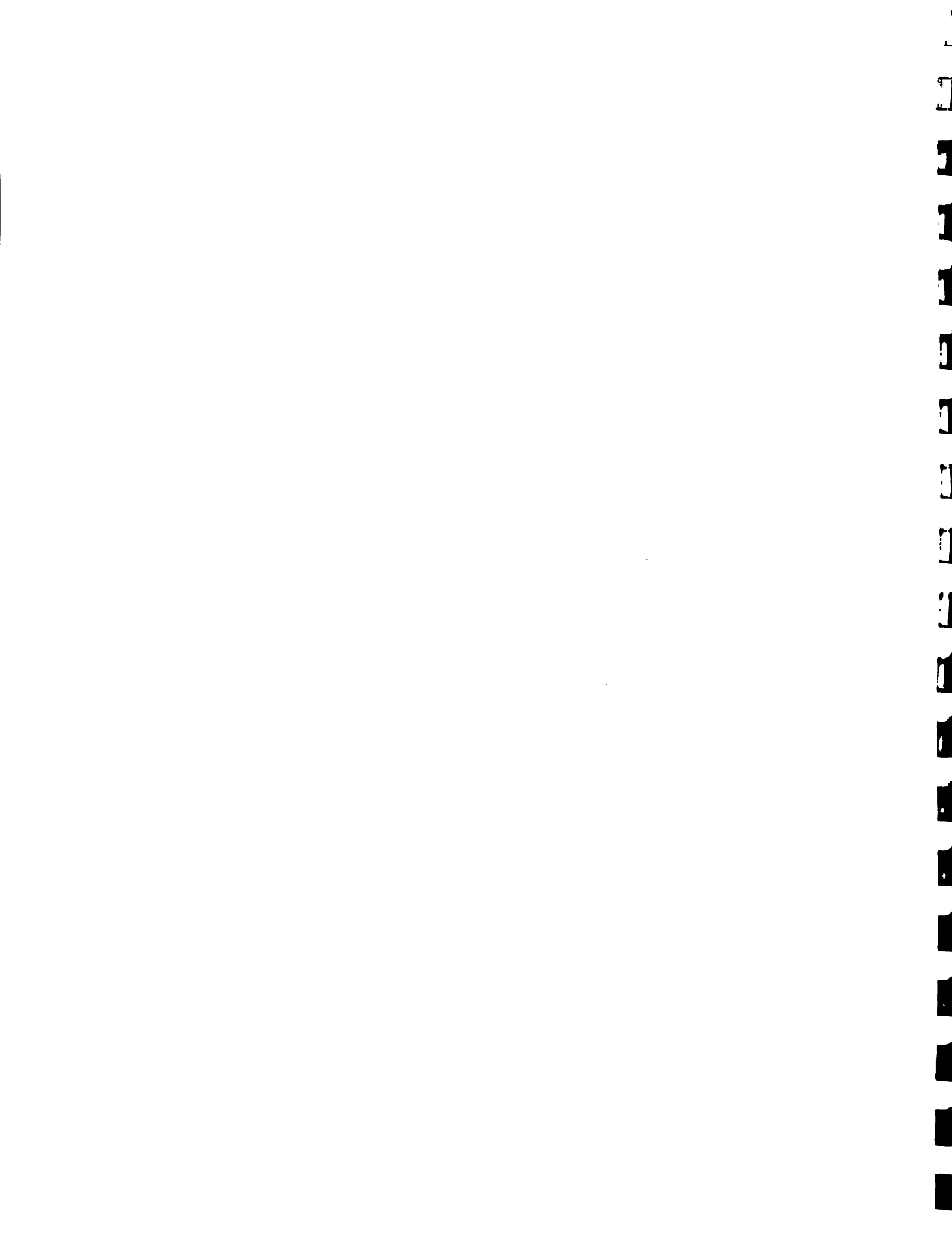
Santiago. Chile, Junio de 1983



PRESENTACION

El presente texto fue preparado por los técnicos de COPAGRO, Eduardo Frindt M. y Rodrigo Urzúa S., del IICA Gilberto Mendoza V. y del Ministerio de Agricultura (Oficina de Planificación Agrícola), Sergio Matu-rana.

En él se encuentra contenido el Proyecto de Estrategia de Comercializa-ción con Productores del Agro a ser ejecutado por COPAGRO, bajo los aus-picios del Ministerio de Agricultura de Chile y con la cooperación téc-nica del IICA, según la Carta de Intención firmada entre estas tres en-tidades en fecha 15 de Marzo de 1983. Este documento servirá de base para el Convenio a firmarse entre las partes e iniciar su ejecución.

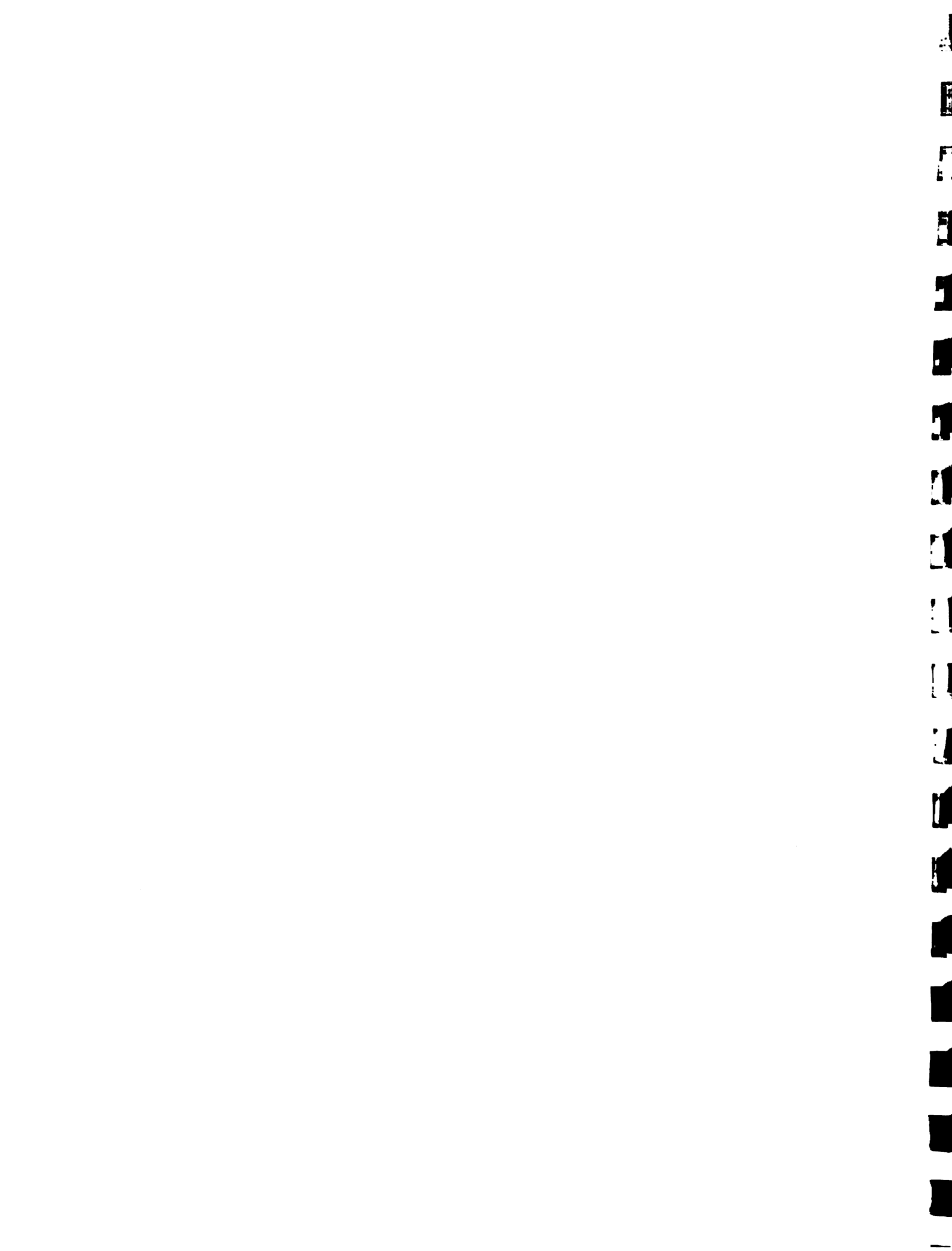


CONTENIDO

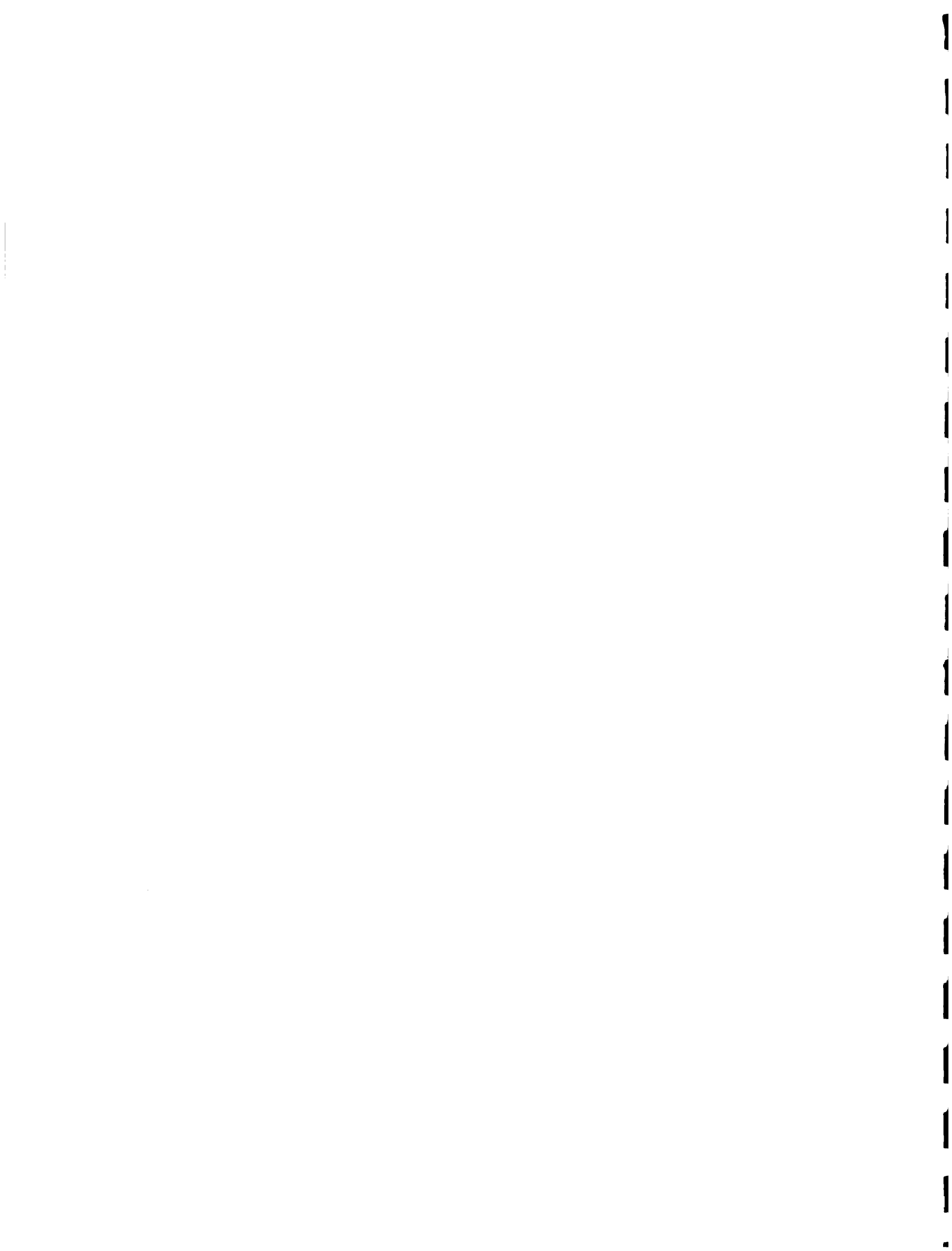
	<u>PAG.</u>
I. ANTECEDENTES DEL SECTOR AGROPECUARIO	1
1.1. <u>La composición de la producción agropecuaria</u>	1
1.1.1. Participación del sector en la economía nacional	1
1.1.2. Valor de la producción agropecuaria	3
1.1.3. Distribución de la población agrícola	5
1.2. <u>El sector agropecuario en el comercio exterior</u>	7
1.2.1. Importancia en el contexto de la estrategia de desarrollo nacional	7
1.2.2. Importancia como generador de divisas	8
II. DIAGNOSTICO GENERAL DE LA COMERCIALIZACION AGROPECUARIA	12
2.1. <u>Evolución de la producción y precios agropecuarios</u>	12
2.1.1. Evolución de los cultivos anuales básicos	12
2.1.2. Evolución de la producción hortícola	16
2.1.3. Evolución de la producción frutícola	18
2.1.4. Evolución de la producción vitícola	23
2.1.5. Evolución de la producción pecuaria	26



	<u>PAG.</u>
2.2. <u>Evolución de la Comercialización Agropecuaria</u>	28
2.2.1. El marco de la estrategia de Desarrollo Nacional	28
2.2.2. Aspectos institucionales en la comercialización	32
2.2.3. Problemas de la comercialización	36
2.2.3.1. Visión global del problema	36
2.2.3.2. La comercialización por sectores productivos	38
III. SINTESIS DEL PROBLEMA DE COMERCIALIZACION	60
3.1. <u>Resumen del problema y objetivos generales del Proyecto.</u>	60
3.2. <u>La primera intervención de Copagro en la regulación de la comercialización de cereales</u>	62
IV. EL MARCO DEL PROYECTO.	64
4.1. <u>Estrategia de desarrollo del sector agropecuario</u>	64
4.2. <u>Estrategia de comercialización agropecuaria</u>	65
4.2.1. Políticas recientes en comercialización	65
4.2.2. Instituciones claves para una estrategia de comercialización	66
4.2.3. Objetivos de una estrategia de comercialización interna	69
4.2.4. Objetivos de una estrategia de comercialización externa.	70



	<u>PAG.</u>
V. PLAN DE ACCION PARA EL DISEÑO E IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION	73
5.1. <u>Análisis institucional para el proyecto</u>	74
5.2. <u>Estudios de mercado y comercialización</u>	75
5.3. <u>Identificación y elaboración de proyectos específicos con Copagro.</u>	76
5.4. <u>Capacitación en Comercialización</u>	77
5.5. <u>Diseño y proposición de Estrategias de Comercialización Resumen de metas y cronograma del proyecto de comercia- lización.</u>	79 83
VI. RESPONSABILIDADES INSTITUCIONALES EN EL PLAN DE ACCION	84
6.1. <u>En el análisis institucional para el proyecto.</u>	84
6.2. <u>En estudios de mercado y comercialización</u>	85
6.3. <u>En identificación y elaboración de proyectos específicos en Copagro.</u>	86
6.4. <u>En capacitación en comercialización</u>	86
6.5. <u>En el diseño y proposición de estrategias de comercia- lización.</u>	86



I. ANTECEDENTES DEL SECTOR AGROPECUARIO.

Históricamente la agricultura nacional ha sido un sector estratégico para el desarrollo de la economía chilena y las características que su evolución ha tenido han condicionado, de modo significativo, el comportamiento de los diversos sectores que conforman la vida del país.

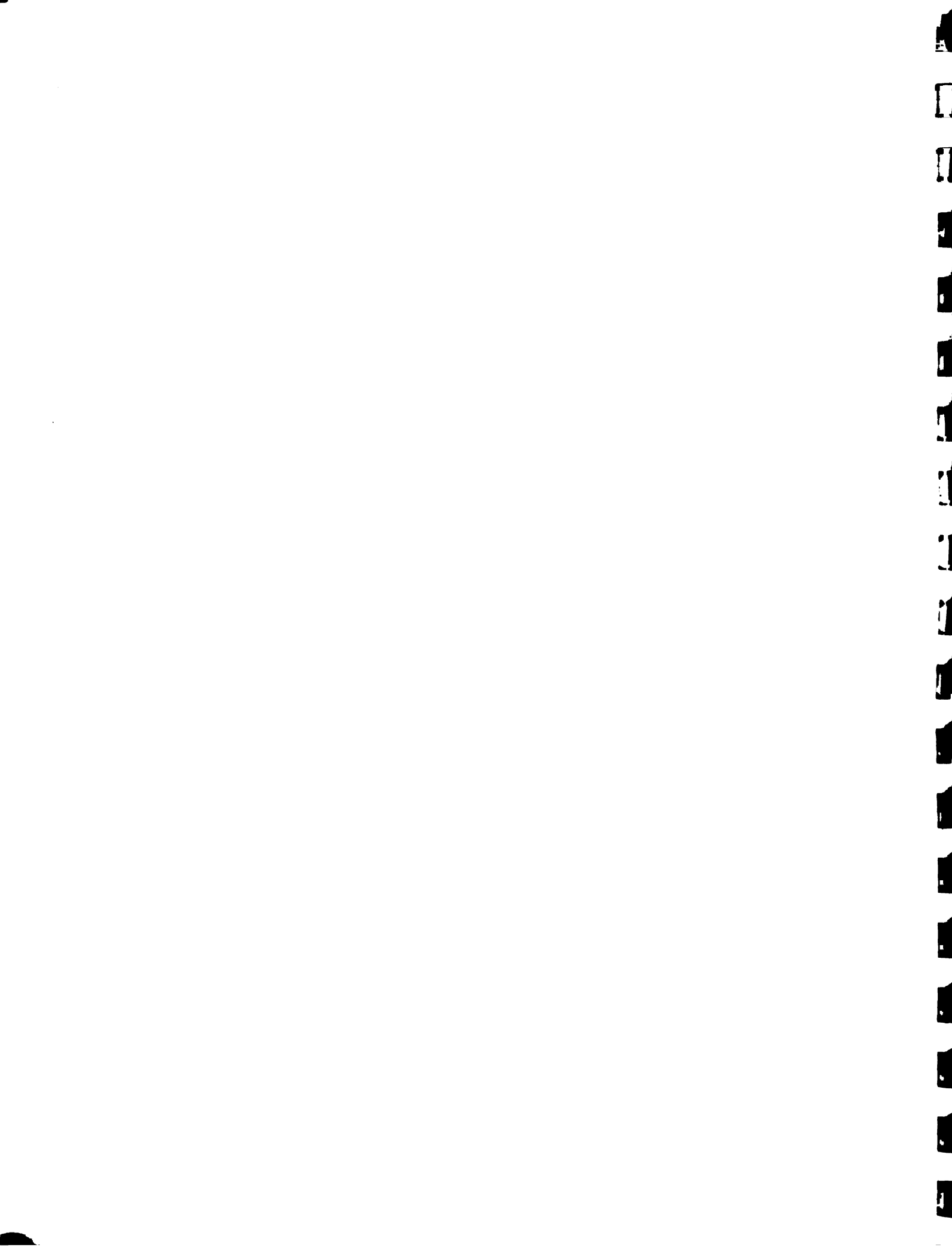
Este sector ha mantenido un carácter prioritario en los diversos planes y políticas de desarrollo implementados en el país debido a su aporte al producto nacional, a su alta gravitación en la provisión de alimentos a la población y materias primas a la industria, a su condición de ser fuente importante de captación de mano de obra, así como también por las implicancias sociales que su evolución ha significado.

1.1. La composición de la producción agropecuaria.

1.1.1. Participación del sector en la economía nacional.

En los últimos veinte años, el aporte del sector agropecuario a la economía del país, medido en términos de su participación en el Producto Geográfico Bruto, ha representado en promedio cerca del 8,5% anual.

A partir de 1973, en que la importancia relativa del sector alcanzó su nivel más bajo, un 7,3%, su aporte experimenta un crecimiento hasta alcanzar cifras superiores al 9% entre los años 1975 y 1977. Posteriormente decrece a cifras cercanas al 8% en 1979 y 1980. Para 1981 se estima que el aporte del sector fue cercano al 7,5%, cifra influenciada por la grave crisis económica mundial que ha repercutido fuertemente en nuestro país dado el grado de apertura de nuestra economía al comercio internacional.



CUADRO Nº 1: PARTICIPACION DEL SECTOR AGROPECUARIO EN EL PRODUCTO GEOGRAFICO BRUTO.
(en millones de \$ de 1977)

Año	Producto Geográfico Bruto Total País	Producto Geográfico Bruto Sector Agropecuario *	Participación
1973			7,3
1974	290.554	23.893	8,2
1975	253.043	25.050	9,9
1976	261.945	24.314	9,3
1977	287.770	26.887	9,3
1978	311.417	25.529	8,2
1979	337.207	26.996	8,0
1980	362.635	27.455	7,6
1981 **	381.867	28.054	7,4

* No considera subsector pesca.

** Cifras provisionarias.

Fuente: ODEPLAN.

Para el período comprendido entre los años 1974 y 1981, el producto geográfico bruto de la agricultura creció a una tasa acumulativa anual del 2,3%. De acuerdo a cifras de población del país, durante la década del 70 la población creció a una tasa anual del 1,8%, crecimiento menor que el de las décadas anteriores producto de un descenso de los índices de natalidad. En este sentido, la agricultura creció a tasas mayores que lo requerido para satisfacer el aumento de la demanda nacional.

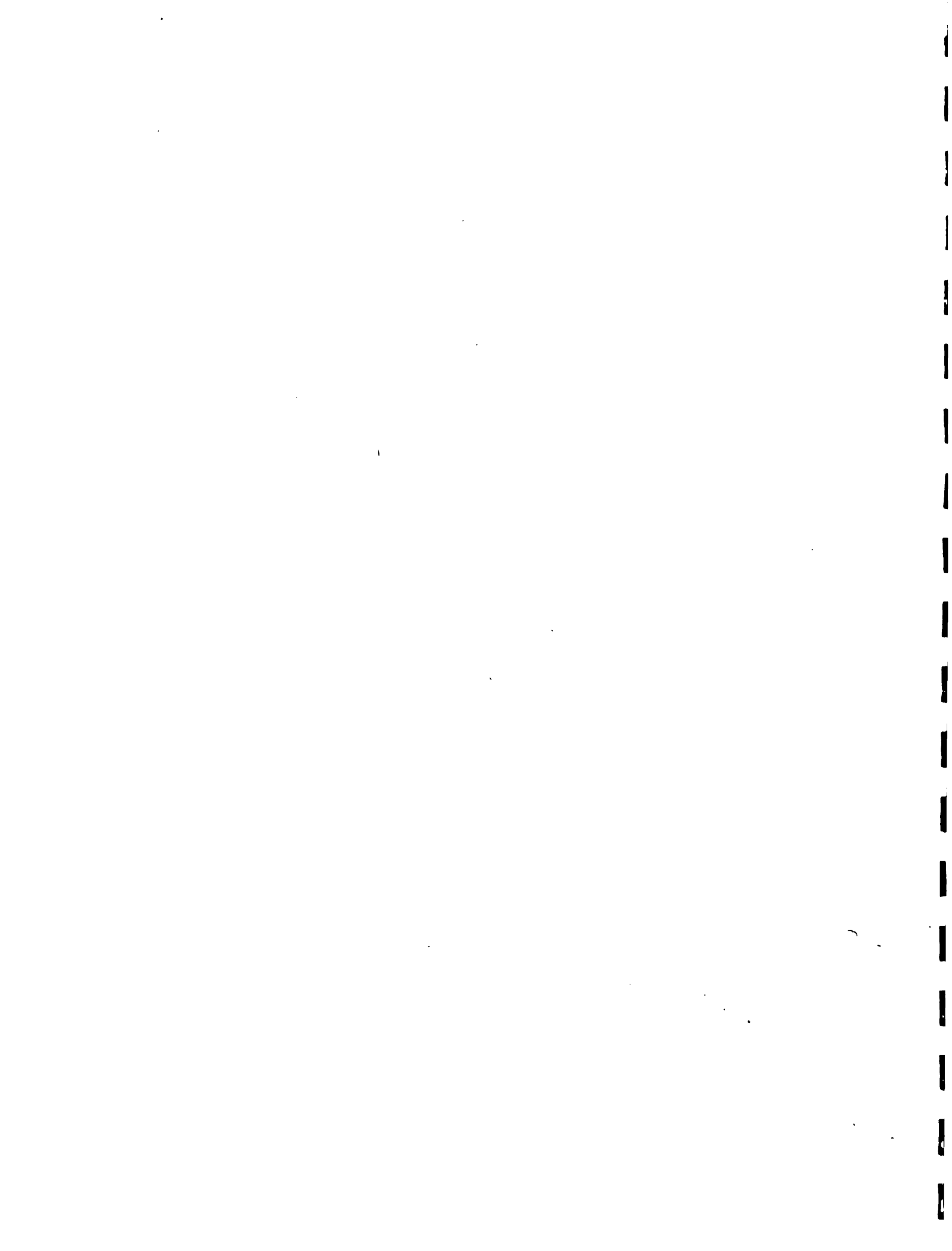
En relación al comercio exterior, la balanza comercial del sector agrario, que había presentado un déficit en 1973 de US\$ 523 millones, comienza a recuperarse a partir de ese año como res-

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

puesta a la política de apertura al comercio internacional y a las medidas de fomento a las exportaciones no tradicionales. Es así como en 1977, se logra un saldo positivo de la balanza comercial por US\$ 104 millones. En 1981 continuó siendo positivo alcanzando la cifra de US\$ 379 millones. Por su parte la suma total de exportaciones del sector silvoagropecuario y del mar, ese año, fue de US\$ 1.150 millones. Las exportaciones del sector entre 1977 y 1981 crecieron en un 114%, mientras las importaciones sólo lo hicieron en un 77%.

1.1.2. Valor de la producción agropecuaria.

Los antecedentes correspondientes a este tema se presentan en el Cuadro Nº 2, el cual servirá de base para su análisis posterior.



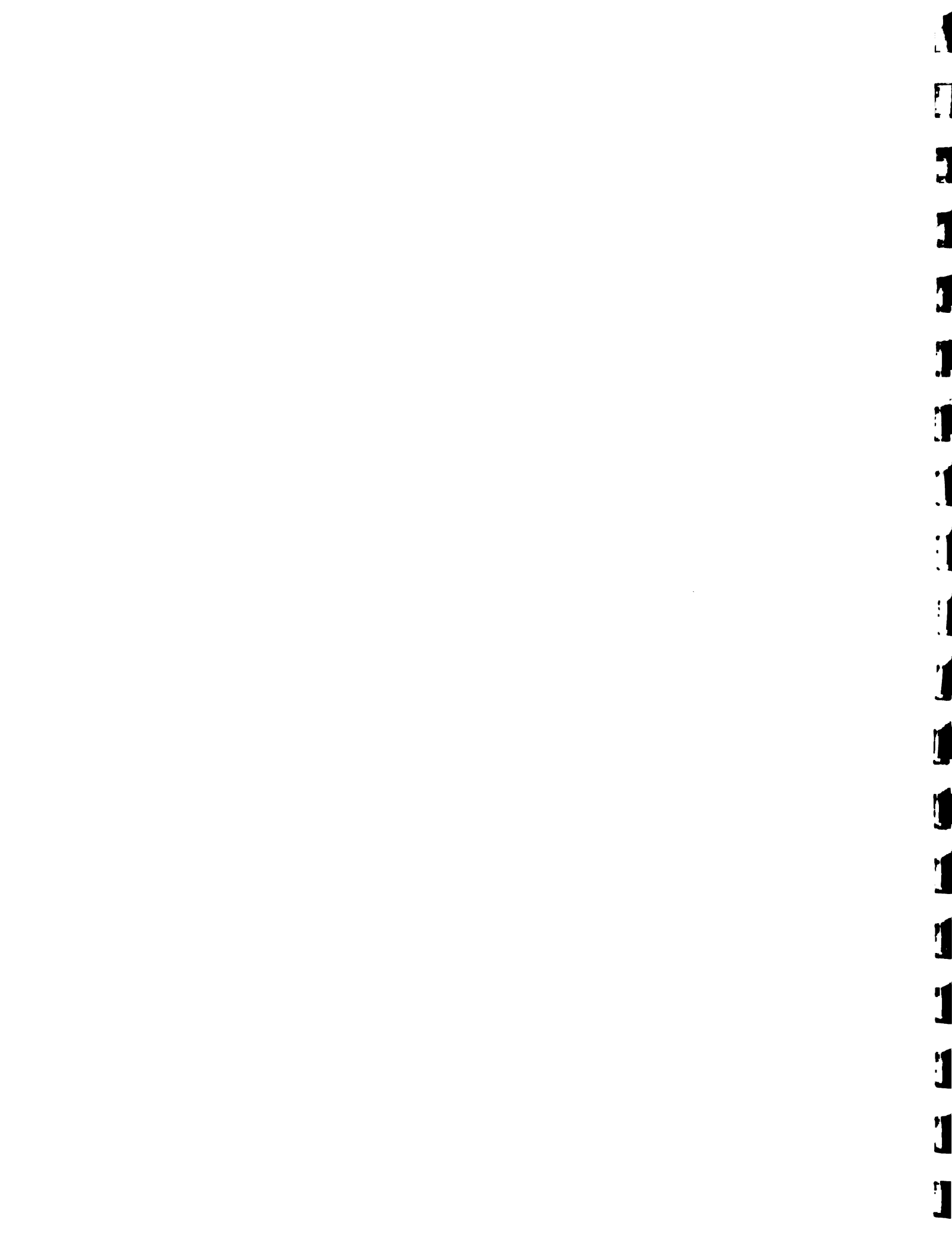
CUADRO Nº 2: ESTRUCTURA HISTORICA DEL VALOR DE LA PRODUCCION AGROPECUARIA POR RUBROS (En Porcentajes)

RUBROS	P E R I O D O S					
	1976/77	77/78	78/79	79/80	80/81	81/82
Subsectores:						
<u>Agrícola</u>						
14 cultivos básicos	37,90	26,10	27,40	28,00	26,80	20,20
Hortalizas	20,20	22,50	22,40	15,70	2,20	23,30
Frutales	7,10	9,00	8,40	8,80	10,10	12,80
Viñas	3,80	4,00	5,70	3,50	4,80	2,90
Sub-total Agrícola	69,00	61,60	63,90	56,00	62,80	52,90
<u>Pecuario</u>						
Bovinos	20,80	25,50	23,30	26,80	22,90	25,70
- Carne	13,20	16,50	14,80	18,40	15,10	17,00
- Leche	7,60	9,00	8,50	8,40	7,80	8,70
Ovinos	2,30	2,90	3,10	3,50	2,60	2,80
- Carne	1,10	1,50	1,40	1,70	1,20	1,30
- Lana	1,20	1,40	1,70	1,80	1,40	1,50
Porcinos	2,10	3,10	2,90	4,50	3,70	4,10
Aves	5,80	6,90	6,80	9,20	8,00	9,20
- Carne	2,50	3,40	3,80	5,70	5,40	5,40
- Huevos	3,30	3,50	3,00	3,50	2,60	3,80
Sub-Total Pecuario	31,00	31,40	36,10	44,00	37,20	40,80

Fuente: ODEPA.

Del análisis del Cuadro Nº 2 se pueden obtener entre otras, las siguientes conclusiones:

- La participación del subsector agrícola ha ido disminuyendo en el total del valor de la producción agropecuaria al pasar de un 69% en la temporada 1976/77 a sólo un 52,20% en la de 1981/82. A su vez el sector pecuario en este mismo periodo, ha incrementado su participación de un 31% a un 40,8%.



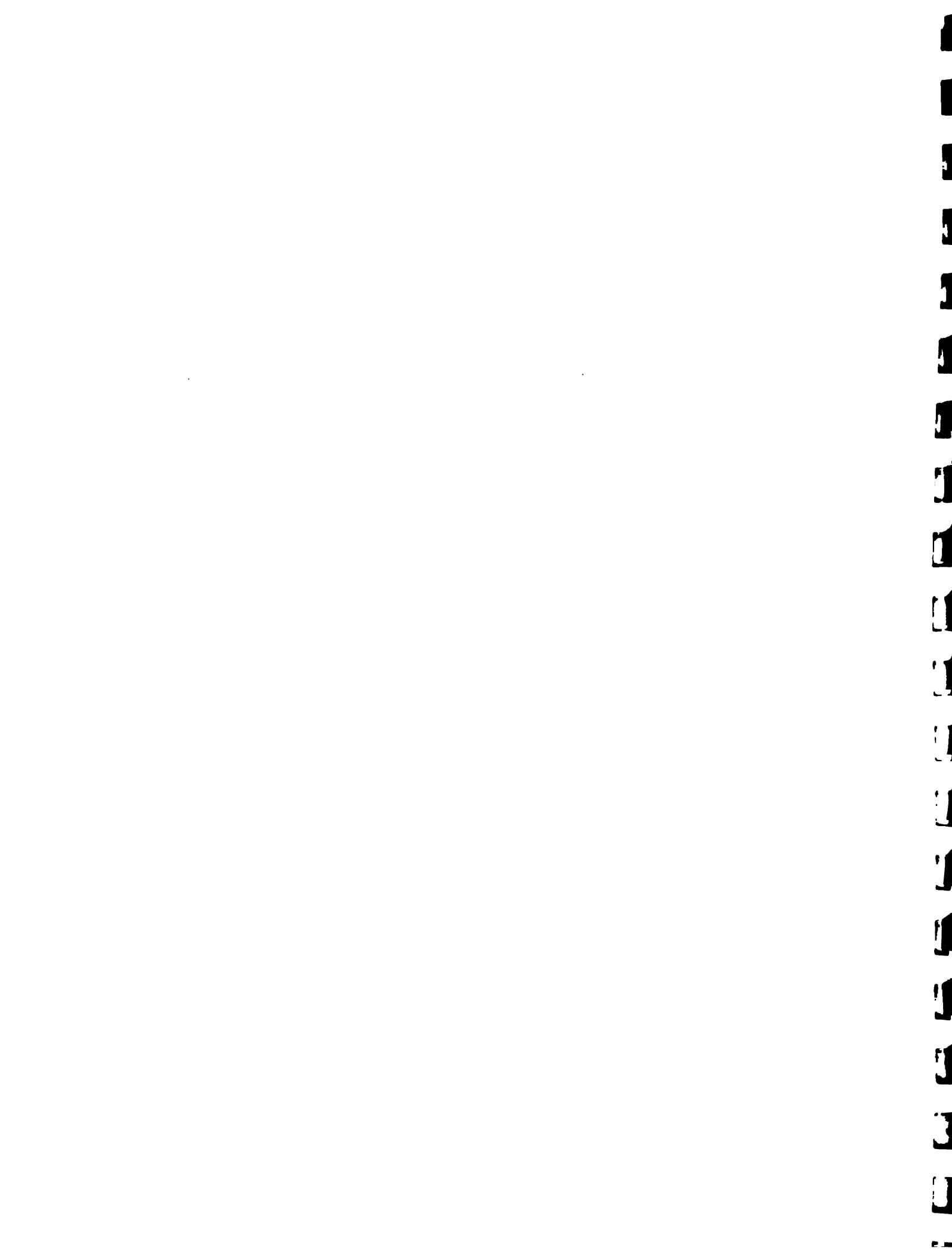
- Esta caída en la participación del sector agrícola se ha debido principalmente a una significativa baja del valor de la producción de cultivos básicos. Entre las temporadas 1976-77 y 1981-82 esta caída fue de aproximadamente un 47%.
- La fruticultura ha sido una importante excepción en el descenso del sector agrícola frente al pecuario, al aumentar su participación en el período en estudio en más de un 80%.
- Los rubros que más gravitan en la actualidad en el total del valor de la producción agropecuaria nacional son la ganadería bovina, las hortalizas y los 14 cultivos básicos con un 25,70%, un 23,30% y un 20,20% respectivamente.

1.1.3. Distribución de la población agrícola.

Conforme antecedentes del Censo de población realizado en 1982, Chile posee en la actualidad una población de 11.275.440 habitantes. De esta cantidad un 81% corresponde a población urbana y sólo un 19% a población rural.

Los censos de 1960 y 1970 demuestran que el porcentaje de la población rural ha ido disminuyendo durante las últimas décadas en forma sostenida al pasar de un 32% en 1960, a 25% en 1970 y a sólo un 19% el año 1982. Este fenómeno se ha debido principalmente a una fuerte emigración del sector rural al urbano en busca de mejores expectativas de vida.

El 19% de la población rural representa un total de 2.142.528 personas, reunidas en 425.522 familias.



La estratificación de esta población se puede apreciar en el Cuadro Nº 3 que se presenta a continuación.

CUADRO Nº 3: ESTRATIFICACION DE LA POBLACION RURAL CHILENA

Estratificación	Nº de familias	%
1. Productores agrícolas con predios con superficies superiores a las 12 HRB.	33.200	7,8
2. Productores agrícolas con predios con superficies inferiores a las 12 HRB.	106.052	24,9
3. Productores agrícolas con predios de superficies inferiores a las 12 HRB y con muy difícil o sin solución agrícola.	104.270	24,5
4. Asignatarios de la Reforma Agraria.	42.000	9,9
5. Asalariados	100.000	23,5
6. Pobladores rurales urbanos	40.000	9,4
Totales	425.522	100,0

Fuente: INDAP("Estudio del Minifundio").

Del cuadro Nº 3 se puede concluir que los pequeños agricultores rurales, aquellas personas que poseen predios agrícolas cuya superficie no supera las 12 HRB, constituyen mayoría dentro del total de los productores del Agro.

El total de productores agrícolas del país alcanza a 285.522 familias (productores con predios superiores a las 12 HRB, más los productores con predios con una superficie inferior a las 12 HRB incluyendo los asignatarios de la Reforma Agraria y más los productores agrícolas con predios cuya superficie no supera las

12 HRB con muy difícil o sin solución agrícola). De este total los productores medianos y grandes representan un 12% (33.200 familias) y los pequeños un 88% (252.322 familias).

Antecedentes aportados por el "Estudio del Minifundio", realizado por el Instituto de Desarrollo Agropecuario en 1976, indican que este 88% de productores pequeños poseen un 47% de la superficie agrícola útil del país y el 12% restante poseen el 53% de ella.

Si bien el sector agropecuario no tiene una alta participación en el P.G.B. Nacional, según se vió en el Cuadro Nº 1, constituye el primer sector en cuanto a generación de empleo. Se calcula entre el 16 y 20% de la ocupación total por parte de este sector, según la época del año. Es a su vez, uno de los que reacciona con mayor rapidez a las medidas que se trazan en búsqueda del incremento de las tasas de ocupación.

1.2. El sector agropecuario en el comercio exterior.

1.2.1. Importancia en el contexto de la estrategia de desarrollo nacional.

Las tierras que conforman la frontera agrícola de Chile se hallan limitadas básicamente por el factor riego. Siendo un país semi-árido, en la región en donde el clima es más propicio para la agricultura, su frontera agrícola se define por las tierras que alcanzan a ser irrigadas.

Hoy día se puede afirmar que, salvo pequeñas excepciones, se han efectuado aquellos trabajos de infraestructura, necesarios para irrigar gran parte de las áreas de cultivo del país.



Ello significa que el crecimiento del sector agropecuario dependerá más del incremento de la productividad que de otros factores. El país ha logrado metas importantes en cuanto a rendimientos por unidad de producción. Estas son muy evidentes en productos básicos como el maíz, en productos de exportación como los frutales y en una lista seleccionada de hortalizas. Esto también es válido para el subsector pecuario.

Una de las mayores limitantes que enfrentan los rubros de cultivo más desarrollados en Chile es la falta de mercados. Frente a un mercado interno más bien estrecho, tanto por número de población como por nivel de ingresos, no tiene otra alternativa que el comercio exterior.

Si bien es cierto que el sector agropecuario no posee una alta participación en la generación de divisas, tiene un horizonte muy interesante de sustitución de importaciones en una lista de productos en donde ha demostrado éxito para ello. Por otra parte, este sector ha tenido gran dinamismo, en especial en algunos rubros tales como el frutícola, cuyas exportaciones se han duplicado en menos de 5 años.

1.2.2. Importancia como generador de divisas.

En el Cuadro Nº 4, que se presenta a continuación, puede verse un balance de las exportaciones e importaciones silvoagropecuarias en los últimos 3 años. Este balance es tradicionalmente positivo y muy en especial en aquellos años en que se han sustituido rubros claves como el azúcar. El país puede autoabastecerse de azúcar, arroz, carne y próximamente en leche. De hecho, en 1983 espera lograrlo en un alto porcentaje. En otros productos como el trigo y el maíz puede autoabastecerse en índices superiores al 60%, con el consiguiente ahorro de divisas, metas que se propone cumplir en los próximos años.



CUADRO Nº 4: BALANCE DE EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE
 PRODUCTOS SILVOAGROPECUARIOS Y AGROINDUSTRIALES
 (Millones de US\$ c/año).

EXPORTACIONES	1980	1981	1982
<u>Productos Primarios</u>			
Agrícolas	244,3	268,0	278,1
Pecuarios	36,9	29,1	33,5
Forestales	287,8	160,7	124,5
Sub-Total	569,0	457,8	436,1
<u>Productos Procesados</u>			
Alimentos, Bebidas	112,6	85,9	63,2
Papel, Celulosa, Derivados	242,5	254,4	212,5
Sub-Total	405,1	340,3	275,7
Total Exportaciones	974,1	798,1	711,8
<u>IMPORTACIONES</u>			
Trigo	176,6	211,0	175,8
Maíz	58,6	49,7	50,8
Arroz	14,5	11,0	10,9
Carne de vacuno	12,1	16,1	10,4
Leche en Polvo	21,5	21,1	16,1
Mantequilla	13,2	15,0	15,0
Aceite de soya	33,4	43,4	37,3
Azúcar cruda	97,8	11,7	--
Azúcar refinada	106,7	101,4	54,8
Té a Granel	14,4	15,8	15,5
Plátanos	19,3	27,5	19,2
Otros	219,6	242,3	158,7
Total Importaciones	787,7	766,0	564,5
Saldo Exportac. - Importaciones	186,4	32,1	147,3

Fuente: ODEPA "Sector Silvoagropecuario: Antecedentes Generales"
 1983.

En el siguiente cuadro se muestra la evolución del valor de las exportaciones agropecuarias y su participación en el total de las exportaciones del país.

CUADRO Nº 5: RESUMEN DEL VALOR DE LAS EXPORTACIONES AGROPECUARIAS POR SUB-SECTORES (millones de US\$).

SUB-SECTOR	1978	1979	1980	1981	1982	% variac. 78 - 82
Legumbres secas	34,1	38,3	49,9	51,3	17,7	- 48
Hortalizas	8,2	6,4	7,3	4,0	9,5	16
Frutas	116,1	132,9	176,4	211,4	249,3	115
Pecuarios	30,5	43,9	44,4	36,5	38,6	27
Agrícolas proces.	31,2	41,6	68,6	50,1	40,6	30
Vinos	9,8	27,8	21,4	16,7	13,1	34
Total	229,9	290,9	368,0	369,9	368,8	60
Total exportaciones del país			4670,7	3906,3	3821,5	
% Exportac. Agrop. total país			7.9	9.5	9.7	

Fuente: Elaborado por Copagro, en base a datos del Banco Central de Chile.

A partir del año 1978, se inicia una alza paulatina del valor de las exportaciones agropecuarias la que se estabiliza a partir de 1980 alrededor de los 370 millones de dólares, lo que implica una alza de aproximadamente un 60% con respecto a 1978.

Por los antecedentes de los últimos 3 años, se puede calcular en aproximadamente 10% el valor de las exportaciones agrícolas y pecuarias frente al total exportado.

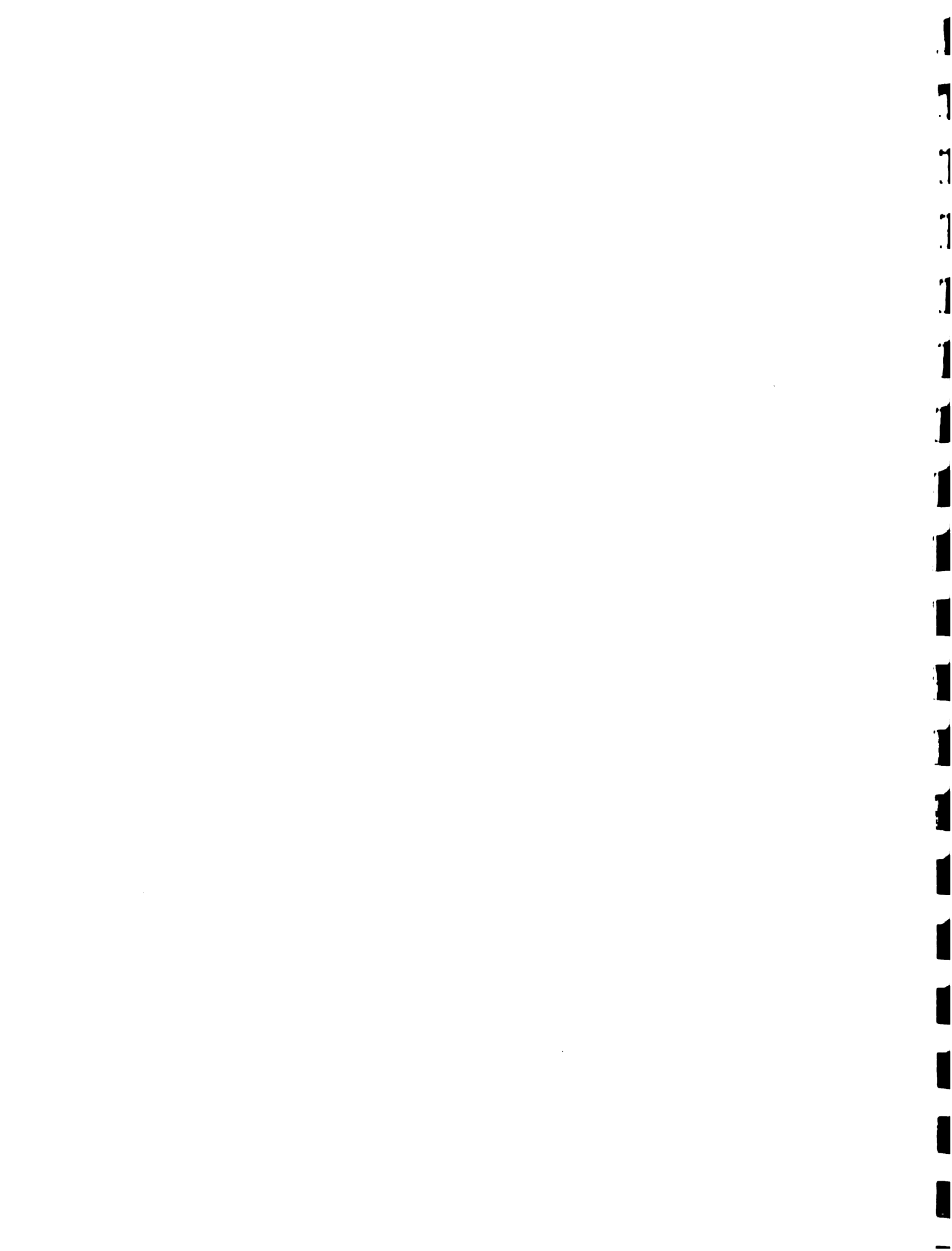
Además se puede observar que el subsector más dinámico de la agricultura nacional es el frutícola, al crecer en 115% en cerca de 5 años. La oferta de frutas del país sigue siendo creciente,

a pesar de encontrarse con los riesgos de la estrechez de los mercados externos.

Las legumbres secas registraron un crecimiento muy acelerado hasta 1981, para decaer notablemente en 1982 debido a pérdida de mercados, en parte debido a razones proteccionistas de los países clientes y también por la competencia de otras naciones que salieron al mercado internacional con variedades mejoradas.

Para recuperar los mercados en legumbres secas, el país hizo los estudios pertinentes y está iniciando un proyecto encaminado a la adecuación de las variedades producidas según las orientaciones de la demanda.

De los dos cuadros Nº 4 y Nº5 se puede deducir que el monto de las exportaciones agropecuarias no decae en los últimos 3 años, aún siendo este un período caracterizado por la caída general del comercio internacional. Las exportaciones totales de Chile bajaron en casi 20%, siendo los rubros más afectados el forestal, los procesados forestales y el cobre, entre otros.



II. DIAGNOSTICO GENERAL DE LA COMERCIALIZACION AGROPECUARIA

2.1. Evolución de la producción y precios agropecuarios.

El análisis de la producción agropecuaria se abordará en base a los grandes sectores productivos:

- Cultivos anuales básicos.
- Hortalizas
- Fruticultura
- Vitivinicultura
- Producción pecuaria.

Cada uno de estos sectores será considerado en forma global y destacando los principales productos dentro de él.

2.1.1. Evolución de los cultivos anuales básicos.

A través de los tres cuadros siguientes se analizan las tendencias seguidas por los cultivos anuales básicos en relación a su superficie sembrada, volúmenes de producción y precios pagados al productor respectivamente.

En el Cuadro Nº 6 que se incluye a continuación, es posible apreciar una caída del 27,5% en la superficie sembrada entre los años 1977 y 1982; este descenso se produce sostenidamente a partir del año 1978.

La mayoría de los productos han disminuído su superficie sembrada, solamente la avena, maíz y remolacha han mantenido o aumentado sus áreas de siembra. Las bajas más notables y de mayor incidencia se pueden apreciar en trigo con 40%, raps que cayó en 92% y maravilla con 86% de disminución.



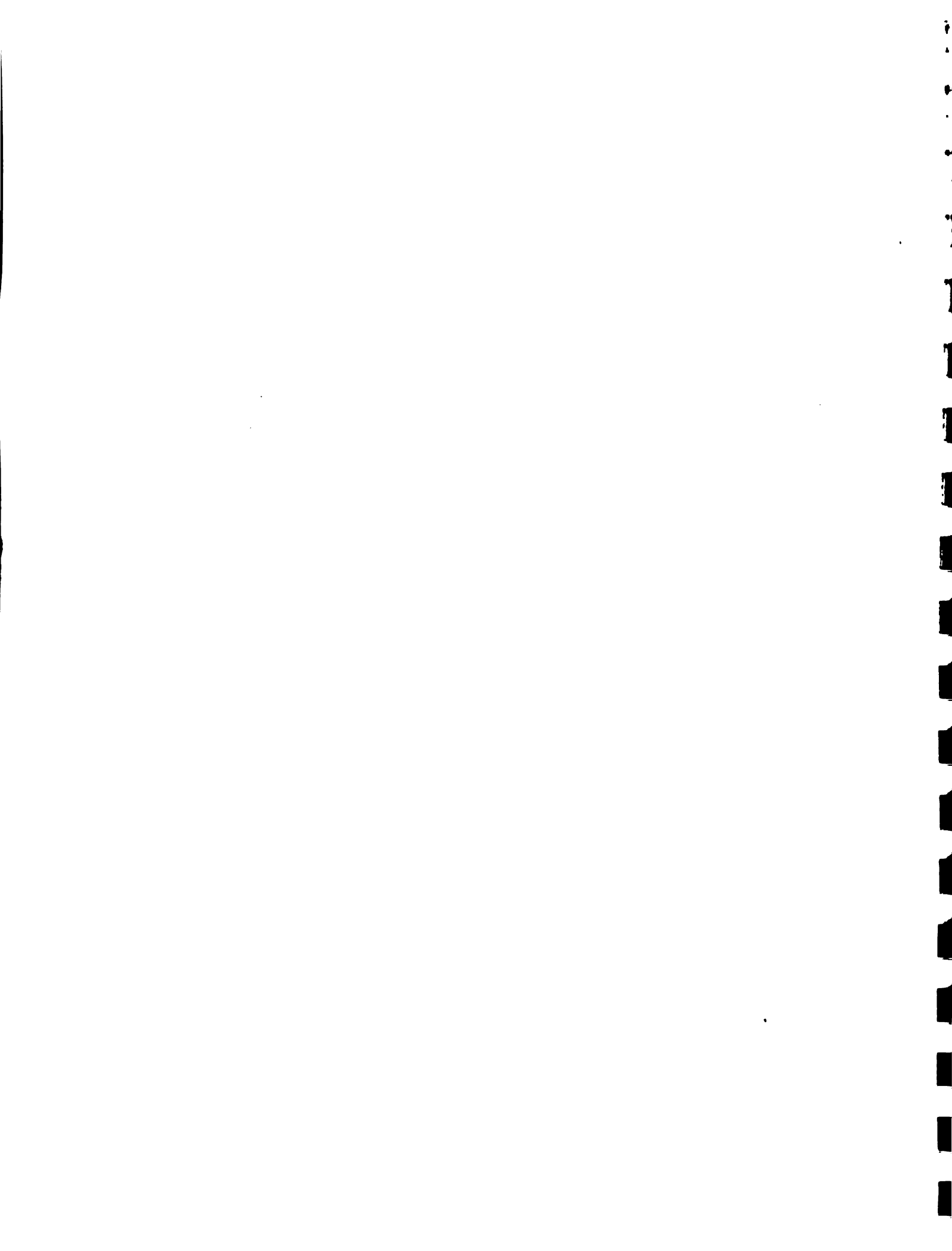
CUADRO Nº 6: SUPERFICIE SEMBRADA EN EL PAIS SEGUN CULTIVOS.
(hectáreas). Período 1977/78 - 1982/83.

CULTIVOS	77/78	78/79	79/80	80/81	81/82	82/83	Variac. % 77/78 - 82/83
Trigo	579.590	560.470	545.740	432.160	373.800	355.050	-38,74
Avena	74.780	78.720	92.380	80.110	68.330	84.470	12,96
Cebada	63.810	59.770	48.620	45.960	57.480	43.330	-32,10
Centeno	11.260	7.370	8.250	8.770	5.490	4.920	-56,31
Arroz	32.640	47.070	40.840	31.400	36.960	30.440	- 6,74
Maíz	93.880	130.410	116.190	125.530	107.130	112.230	19,55
Porotos	111.740	109.990	110.700	117.740	121.520	86.580	-22,52
Lentejas	31.840	50.360	52.950	47.660	38.860	22.500	-29,33
Garbanzos	11.010	16.810	20.570	16.230	10.110	7.920	-28,07
Arvejas	17.150	16.660	18.200	17.530	12.130	9.720	-43,32
Papas	90.820	80.930	88.760	89.920	77.410	68.700	-24,36
Maravilla	20.880	21.660	32.410	5.120	3.420	2.900	-86,11
Raps	34.360	53.900	50.360	23.880	10.320	2.730	-92,05
Remolacha	21.510	16.190	11.100	36.750	21.950	35.610	65,55
TOTAL	1195.270	1250.310	1237.070	1078.760	944.910	867.000	-27,46

Fuente: ODEPA - INE.

En el cuadro Nº 7 que se presenta a continuación, se observan en la mayoría de los productos fuertes caídas de producción, de las cuales, porcentualmente las mayores se encuentran en Raps y Maravilla con 93% y 85% respectivamente.

La disminución más significativa en toneladas corresponde a trigo con una baja de 274.797 ton. (30%) en el período 1977/78 - 1982/83.

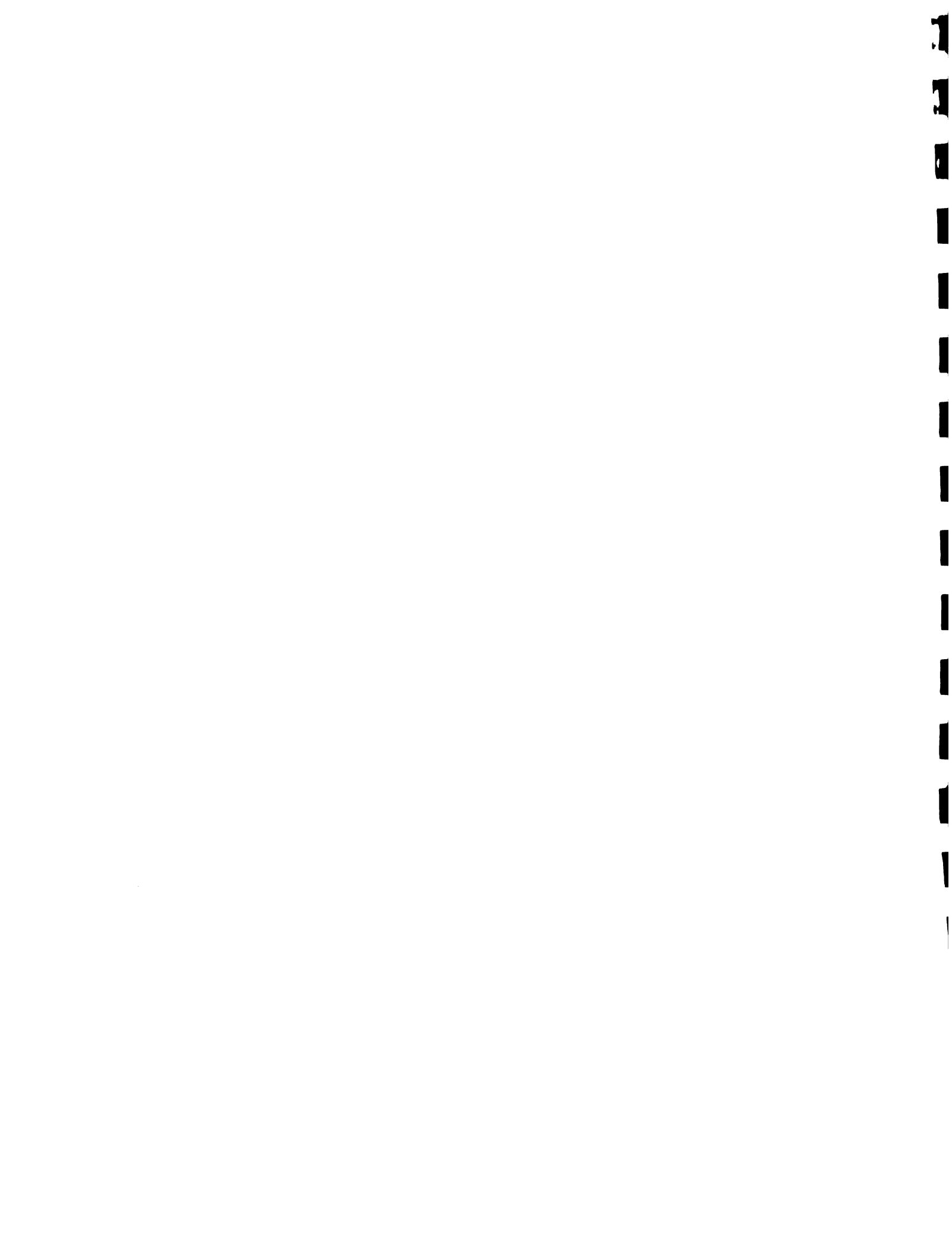


Notorio ha sido el aumento de producción en maíz y remolacha, cuyos montos han subido en un 93% y 86% respectivamente, alcanzando, conforme estimaciones, las mayores producciones de los últimos años.

CUADRO Nº 7: PRODUCCION POR AÑOS AGRICOLAS SEGUN CULTIVOS
(toneladas). Periodos 1977/78 - 1982/83

CULTIVO	77/78	78/79	79/80	80/81	81/82	82/83	Variac. % 77/78 - 82/83
Trigo	892.620	995.140	966.000	685.970	650.450	617.823	- 30,79
Avena	92.630	150.210	172.580	130.650	117.620	145.402	56,97
Cebada	125.520	112.080	104.980	91.370	117.850	88.838	- 29,22
Centeno	10.780	8.970	10.380	9.210	6.060	5.431	- 49,62
Poroto	112.060	116.290	84.240	138.240	162.460	115.749	3,29
Lenteja	18.960	31.690	26.840	17.690	15.820	9.160	- 51,69
Garbanzo	5.470	9.380	11.600	6.430	4.090	3.204	- 41,43
Arveja	15.650	14.580	13.590	10.960	7.410	5.938	- 62,06
Papa	980.740	770.490	903.130	1007.260	841.550	746.860	- 23,85
Maíz	256.880	489.270	405.190	518.150	484.050	507.094	97,41
Arroz	104.790	181.170	95.440	99.740	131.180	108.039	3,10
Raps	52.020	64.630	73.420	26.890	13.220	3.497	- 93,28
Maravilla	30.040	33.270	38.250	7.440	5.390	4.570	- 84,79
Remolacha	840.350	679.520	450.180	1460.460	963.020	1562.330	85,91

Fuente: ODEPA, hasta la temporada 1981/82 año 1982/83. Estimación Copagro



En el Cuadro Nº 8 que se inserta a continuación, se puede observar la evolución de precios de los principales cultivos durante el último quinquenio.

CUADRO Nº 8: SERIE DE PRECIOS EN COSECHA DE LOS PRINCIPALES CULTIVOS PARA EL PERIODO 1978 - 1982.
(Precios por qq. al por mayor, sin Iva, \$ Abril/83)

PRODUCTO	1978	1979	1980	1981	1982
Trigo	1.390	1.352	1.376	1.295	1.014
Avena	1.037	1.273	884	857	953
Cebada	1.031	1.155	1.225	1.068	971
Poroto	2.204	2.835	6.815	6.695	2.779
Lenteja	6.584	6.148	6.424	4.911	3.077
Garbanzo	5.816	5.939	3.318	2.320	2.564
Papa (por 80 Kg.)	587	1.415	677	641	677
Maíz	1.218	1.101	1.121	966	866
Arroz	1.650	1.400	1.204	1.342	1.106
Raps	2.519	2.549	1.944	1.707	1.224
Maravilla	1.769	1.408	1.693	1.796	1.350
Remolacha (*)	2.372	2.138	3.412	2.708	2.351

(*) \$ por tonelada.

Fuente: Promedios calculados de información ODEPA, según período de cosecha y mayor comercialización por cultivo.

En la mayoría de los productos se observa una baja de precios en los últimos dos años. Dichas bajas estuvieron acompañadas de problemas de comercialización, en especial de ausencia o debilidad de poderes compradores, los cuales se orientaron hacia las importaciones en desmedro de la producción nacional.



Estos problemas se vienen agudizando por otros de tipo colateral, entre los cuales se podría mencionar los pagos diferidos y la incertidumbre de precios y mercados para la producción.

2.1.2. Evolución de la producción hortícola.

Para la temporada 1981/82 la superficie destinada a hortalizas se estima en alrededor de las 110.000 hectáreas, área que se ha mantenido relativamente constante en los últimos años. Los mayores volúmenes de producción se localizan en la Región Metropolitana. Las principales hortalizas en función de la superficie ocupada son: tomates (16.000 hás.); porotos verdes y granados (11.500 Hás.); maíz choclero (11.500 Hás.); cebolla (7.000 Hás.) melones (6.500 Hás.); arvejas (4.600 Hás.); lechugas (3.800 Hás.) y zanahorias (3.500 Hás.).

Este rubro ofrece grandes expectativas de exportación y la demanda interna es creciente. Existe interés por mejorar las condiciones de comercialización del producto fresco y también agregar mayor valor a algunas producciones mediante el procesamiento y transformación de las mismas.

Aunque de menor significación relativa respecto a la producción del subsector, algunos productos son ajos, cebollas, melones y pulpa concentrada de tomates, los que en conjunto representan el 75% de dichas exportaciones.

El Cuadro Nº 9 que se presenta a continuación, muestra las variaciones de producción por especie ocurridas entre las temporadas 1980/81 y 1981/82.



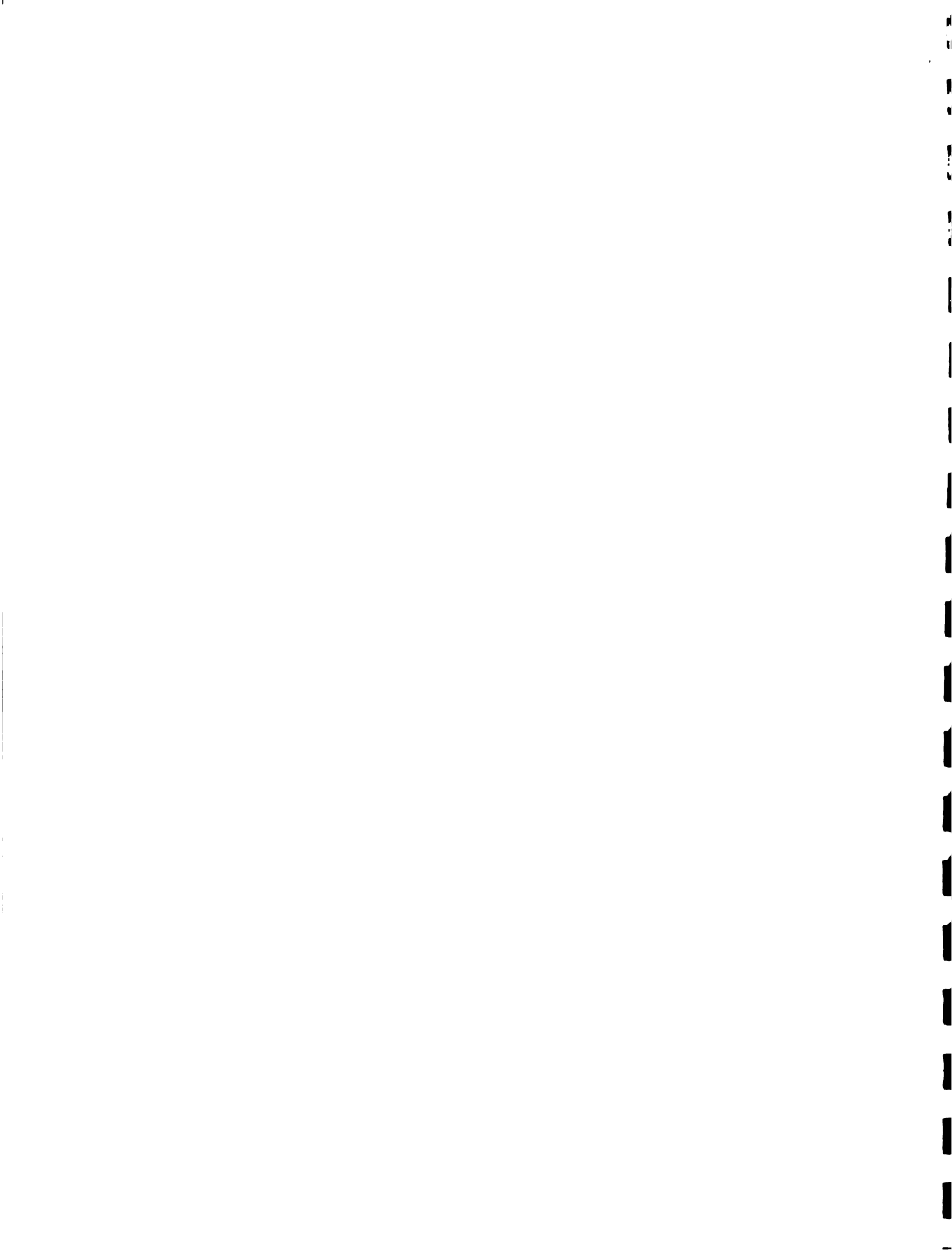
CUADRO Nº 9: CULTIVOS HORTICOLAS: VARIACIONES DE LA PRODUCCION DE LAS PRINCIPALES ESPECIES.
Temporadas 1980/81 y 1981/82

ESPECIES	UNIDADES Miles	1980/81	1981/82	Variación % 80/81-81/82
Ajos	Kg.	8 800	8.800	0.0
Alcachofas	u	150.000	150.000	0.0
Arvejas	Kg.	23.000	27.600	20.0
Acelga	u	20.000	23.000	15.0
Apio	u	17.000	19.500	14.7
Cebollas	Kg.	238.000	252.000	5.9
Choclos	u	390.000	325.000	- 16.6
Coliflor	u	23.000	19.000	- 17.4
Espárrago	Kg.	5.400	6.800	25.9
Habas	Kg.	8.400	10.000	19.0
Lechugas	u	305.000	350.000	14.8
Melones	u	58.000	58.000	- 5.9
Pepino ensal.	u	40.000	46.000	15.0
Porotos verd.	Kg.	60.000	69.000	15.0
Porotos gran.	Kg.	40.200	46.000	15.0
Repollos	u	46.000	37.000	- 19.5
Sandía	u	56.000	52.000	- 7.1
Tomates	Kg.	388.000	400.000	3.0
Zanahorias	u	755.000	920.000	21.8
Zapallo	u	39.500	46.000	16.5

Fuente: ODEPA, basado en transacciones en los mercados mayoristas de Santiago y embarques de exportación.

Durante el año 1982, las exportaciones de hortalizas expresadas en el cuadro siguiente, tuvieron un alza del 30,14% respecto a 1980 y de un 137,5% en relación a 1981.

Los 9,5 millones de dólares que representó la exportación de hortalizas durante el año 1982, corresponden a un 2,5% del valor total exportado por el sector agropecuario en ese año.



CUADRO Nº 10: PRINCIPALES RUBROS HORTICOLAS DE EXPORTACION
AÑOS 1980, 1981 y 1982.

RUBRO	1 9 8 0		1 9 8 1		1 9 8 2	
	Toneladas	Millones US\$ FOB	Toneladas	Millones US\$ FOB	Toneladas	Millones US\$ FOB
Cebollas	27.409	4,6	15.433	2,2	26.698	7,5
Ajos	1.161	1,1	417	0,8	590	1,2
Hortaliz. deshidrat.	531	1,6	357	1,3	378	0,8
TOTALES	--	7,3	--	4,0	--	9,5

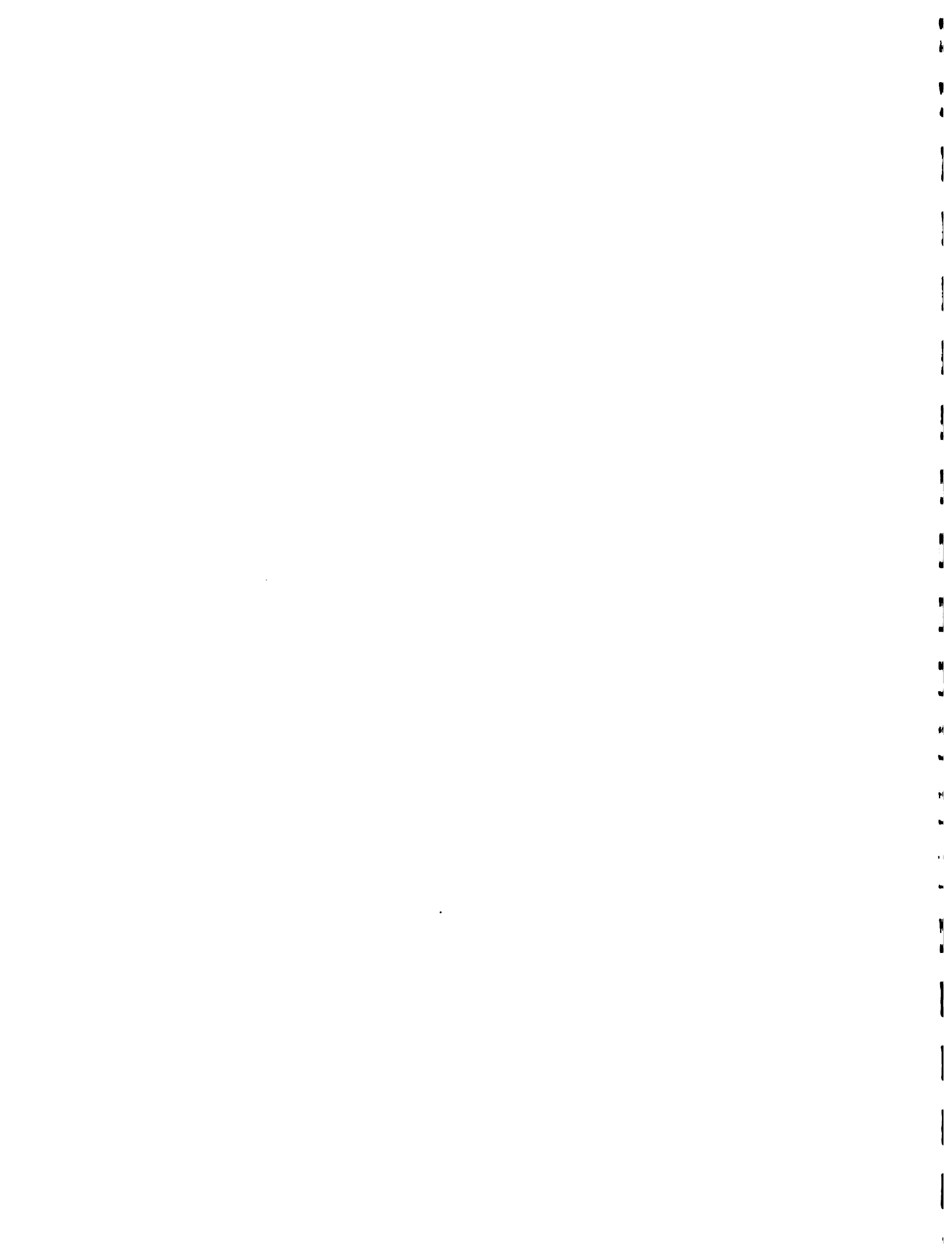
FUENTE: Elaborado por COPAGRO en base a antecedentes del Banco Central de Chile.

2.1.3. Evolución de la producción frutícola.

La política de fomento a las exportaciones ha derivado en un notable incremento de la superficie destinada a plantaciones de frutales.

Chile ha tenido permanente acceso a los mercados de exportación de Norte América, Europa y América Latina y la rentabilidad de las exportaciones ha sido un fuerte incentivo para la inversión en huertos frutícolas. Este hecho justifica en parte la alteración de la estructura productiva del sector acontecida en los últimos años, desplazando, en donde fue posible, a los cultivos anuales tradicionales.

La superficie dedicada a uva de mesa ha tenido en los siete últimos años un crecimiento espectacular al pasar de 4.150 hás. a 16.593. De igual forma, han sido notables los incrementos de superficies dedicadas a manzanas, paltos, nogales y almendros. En



términos globales, el subsector frutícola ha experimentado un incremento acumulativo anual del 4,3% en su superficie entre los años 1974/82, tendencias que se se ha hecho más marcada en los tres últimos años.

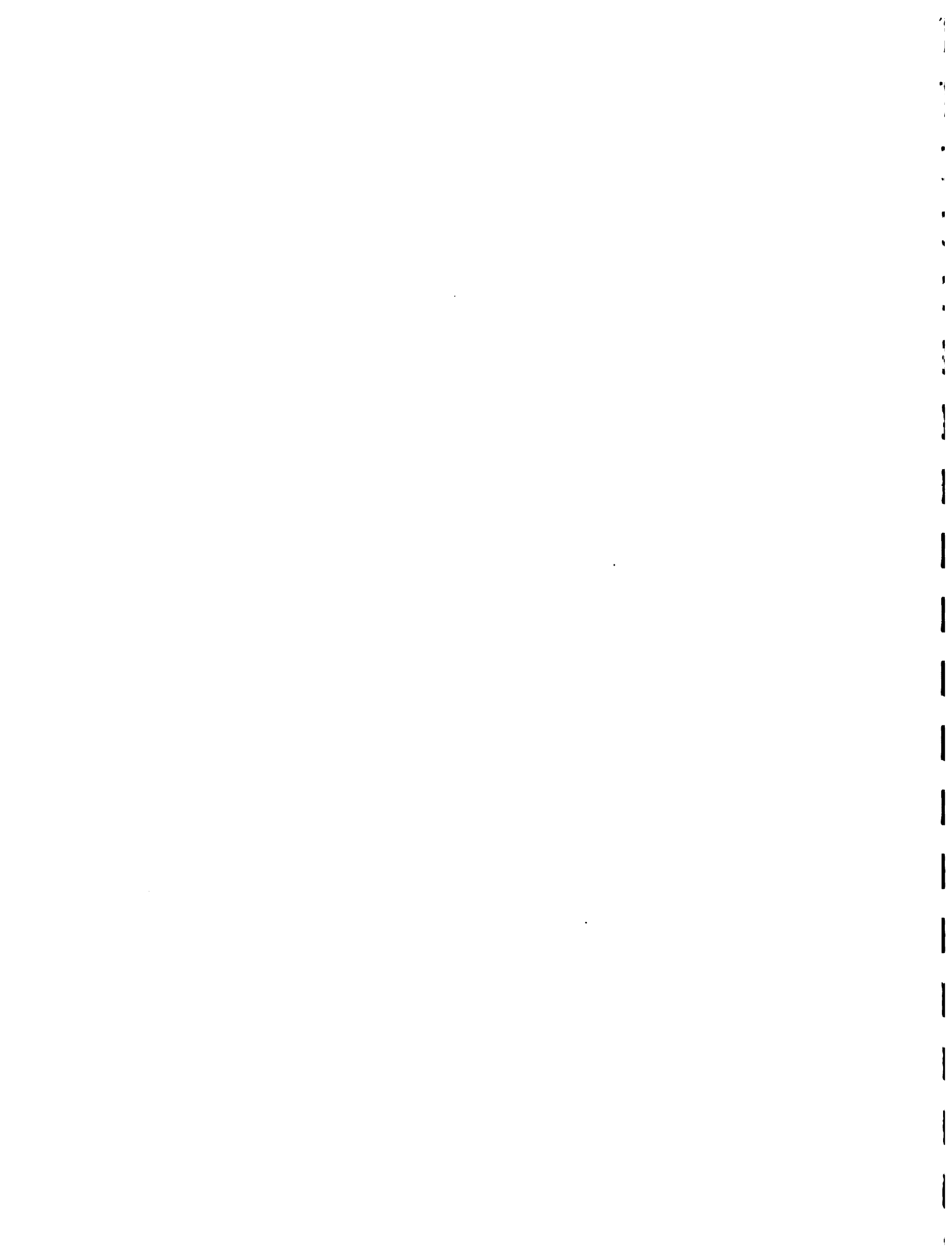
El dinamismo que ha alcanzado la fruticultura nacional se explica por varios factores tales como:

- a) alta rentabilidad por unidad de superficie;
- b) alta utilización de mano de obra;
- c) claras expectativas de expansión por demanda externa e interna, y
- d) ocupar el primer lugar dentro de las exportaciones agrícolas.

CUADRO Nº 11: EVOLUCION DE LA SUPERFICIE PLANTADA SEGUN ESPECIE DE FRUTALES (expresado en hectáreas).

FRUTALES	SUPERFICIE		VARIACION 1974 - 1982
	1974	1982	
Almendros	1.575	2.271	44,2
Cerezos	1.008	2.012	99,6
Ciruelos	1.685	3.898	131,3
Damascos	1.620	1.283	- 20,8
Duraznos	11.050	6.277	- 43,2
Nectarines	3.990	6.478	62,4
Limonos	7.660	5.579	- 27,2
Manzanos	11.290	17.331	53,5
Membrillos	980	490	- 50,0
Naranjos	4.536	5.793	27,7
Nogales	4.100	6.635	61,8
Olivos	3.215	3.145	- 2,2
Paltos	4.490	7.655	70,5
Perales	2.600	3.811	46,6
Uva de mesa	4.150	16.593	299,8
Sub - Total	63.949	89.251	39,6
Frutales menores	1.624	2.761	70,0
TOTAL HUERTOS INDUST.	65.673	92.012	40,1

Fuente: ODEPA.



Del Cuadro Nº 11 se desprende que las mayores superficies plantadas están ocupadas por manzanos y uva de mesa, que cuentan en conjunto con el 73% del total de la superficie frutícola, exceptuando la uva vinífera.

Los principales aumentos de plantaciones han ocurrido porcentualmente en uva de mesa (cuya superficie se ha cuadruplicado) ciruelas y cerezas. Importante es el auge que han tenido los frutos menores en términos porcentuales.

En términos de superficies es significativa la disminución del área plantada con durazneros.

CUADRO Nº 12: VARIACIONES DE LA PRODUCCION DE FRUTAS ENTRE 1973 y 1982 (toneladas).

ESPECIES	1973/74	1980/81	1981/82	Variación 1974-1982
Almendros	473	1.230	1.230	160,0
Cerezas	4.903	5.910	6.350	29,5
Ciruelas	12.619	17.225	18.380	45,7
Damascos	12.023	12.970	14.175	17,9
Duraznos	108.901	71.025	75.575	- 30,6
Nectarines	30.615	39.710	45.760	49,5
Limones	63.025	64.650	69.620	10,5
Manzanas	120.271	298.365	345.000	186,6
Membrillos	5.100	8.380	7.850	53,9
Naranjas	46.191	53.815	55.350	19,8
Nueces	2.518	5.650	5.975	137,3
Aceitunas	2.072	7.150	9.525	359,7
Paltas	14.188	25.000	25.730	81,4
Peras	32.545	41.500	42.550	31,0
Uva de mesa	57.204	121.675	162.350	183,8
Chirimoyas	1.332	2.415	2.580	93,7
Nisperos	375	225	280	- 25,3
Papayas	227	2.540	2.900	1.117,0
Tunas	3.829	4.170	3.910	2,1
Pomelos	175	595	610	248,6
Frambuesas	--	415	550	--
Mandarinas	56	150	180	221,4
Guindas	98	180	210	114,8

Fuente: ODEPA.



Las producciones frutícolas han registrado un importante aumento entre las temporadas 1973/74 y 1981/82, situación que se aprecia en el Cuadro Nº 12.

Este aumento tiene como causas la mayor superficie que hoy existe de cada una de estas especies y el mejoramiento tecnológico en la producción de frutas, que ha permitido aumentar la producción nacional incluso en aquellas especies que disminuyeron su superficie plantada.

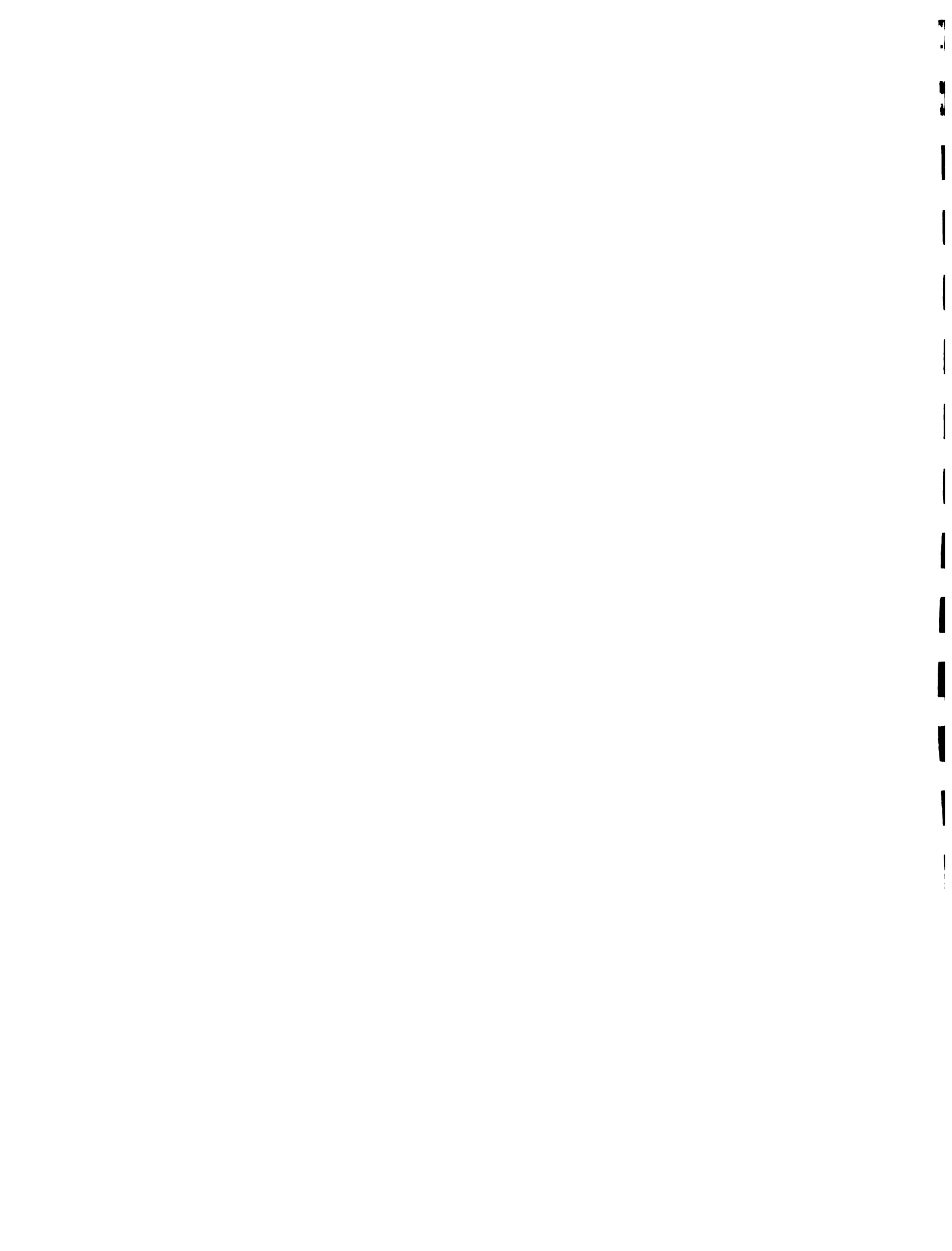
- Exportaciones de fruta fresca.

Las exportaciones de fruta fresca durante el año 1982 alcanzaron a los US\$ 232,8 millones, cifra que fue superior en 17,2% a la de 1981, habiendo aumentado en 9,3% el volumen físico, situación explicable por el fuerte aumento de las plantaciones frutales que pasaron de 65.775 hás. en 1975 a 86.789 hás. en 1981, incrementando paulatinamente los volúmenes de fruta exportada.

CUADRO Nº 13: EMBARQUES DE FRUTA FRESCA DE CHILE
- Cifras en millones de US\$.

ESPECIE	1980	1981	1982
Uva de mesa	51,8	76,0	107,7
Manzanas	74,7	81,5	81,8
Ciruelas	2,7	3,2	3,8
Duraznos	2,5	2,7	2,2
Nectarines	5,7	5,2	7,5
Peras	11,9	13,8	12,7
Limonas	3,1	2,7	1,7
Otras	16,3	13,4	15,9
Total Fruta Fresca	168,7	198,5	232,8

Fuente: Banco Central de Chile



El cuadro Nº 13 destaca el comportamiento mostrado por la uva de mesa que el año 1982 representaba exportaciones por un monto de US\$ 107,7 millones, significando el 46,2% del total generado por exportaciones de fruta fresca. Le sigue en importancia las manzanas que se mantienen en un valor de US\$ 81,8 millones y representando el 35,1%. Ambas especies alcanzan al 81,4% del monto generado por estos embarques.

Otras especies que se destacan son el peral que durante el año 1982 contabilizó embarques por US\$ 12,7 millones y los nectarines con US\$ 7,5 millones.

El aumento mostrado por el valor de los embarques de fruta encuentra aplicación fundamentalmente en los incrementos de volúmenes de fruta exportados, lo que contrarrestó las bajas en los precios de algunas especies (peras y limones principalmente) existiendo aumentos pequeños en los precios de otras frutas.

CUADRO Nº 14: EVOLUCION DE LOS EMBARQUES FISICOS DE FRUTA FRESCA. Toneladas netas.

ESPECIES	1980	1981	1982	Variación % 81/82
Uvas	49.848	79.802	109.231	36,8
Manzanas	163.013	187.171	181.626	- 2,9
Ciruelas	3.383	3.077	3.047	- 0,9
Duraznos	3.206	3.171	2.696	- 14,9
Nectarines	6.614	6.023	8.556	42,0
Peras	22.368	21.667	25.647	18,3
Limones	6.207	4.428	2.861	- 35,3
TOTAL	254.639	305.339	333.664	9,3
Indice (Base 1980=100)	100	120	131	

Fuente: Banco Central de Chile

Del cuadro anterior se destaca el crecimiento de las cantidades exportadas en uva de mesa, nectarines y peras. El volumen exportado en manzanas fue levemente inferior al de la temporada 1981.

2.1.4. Evolución de la producción vitícola.

Al analizar este rubro sólo se considera la superficie plantada de viñas destinadas a producción de vinos, no incluyéndose las viñas para uva de mesa.

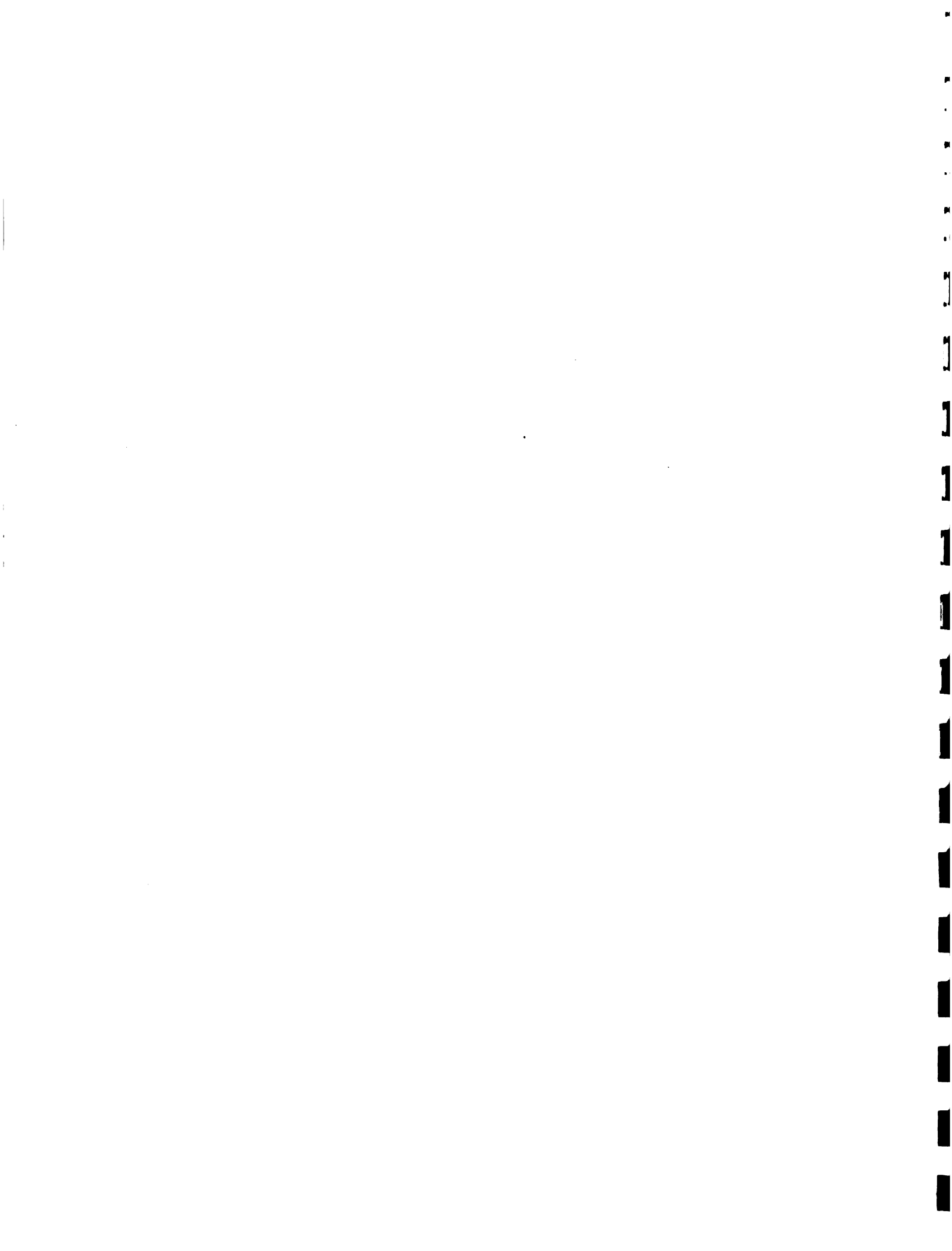
CUADRO Nº 15: SUPERFICIE PLANTADA Y PRODUCCION DE VINOS ENTRE LOS AÑOS 1978 y 1982.

AÑOS	Superficie Plantada (Hás.)	Producción de vino (miles de lts.)
1978	100.543	561.175
1979	103.750	540.021
1980	103.000	586.000
1981	105.000	594.000
1982	105.000	610.000

Fuente: Banco Central de Chile

El aumento de producción que muestra el Cuadro Nº 15 ha encontrado una fuerte disminución en el consumo nacional de vino y pisco, generándose "stocks" en bodega superiores a las existencias normales de enlace de estos productos.

A continuación, el Cuadro Nº 16 resume la composición del destino de la producción de vino del año 1982.



CUADRO Nº 16: COMPOSICION DEL DESTINO DE LA PRODUCCION DE VINO DEL AÑO 1982.

DESTINO	MILLONES DE LTS.
Consumo como vino	480
Elaboración pisco	20
Exportación de vino	11
Elaboración alcohol vínico	3
Consumo total 1982	514
Producción temporada 81/82	610
Stock gravitante sobre Producción 1982/83	96

Fuente: Banco Central de Chile.

El "sobre-stock", cercano a los 100 millones de litros de vino que soporta la cosecha de la temporada 1982/83, ha producido un grave deterioro en el precio del vino, especialmente hacia fines de 1982, lo que se puede apreciar en el Cuadro Nº 17.

CUADRO Nº 17: INDICE DE EVOLUCION DE LOS PRECIOS PROMEDIO REALES DE VINO AL PRODUCTOR DESDE 1977 a 1982.

VARIEDAD	1977	1978	1979	1980	1981	1982	Dic. 1982
	BASE 1977 = 100						
Cabernet	100	119	175	227	198	125	98
Semillón	100	100	149	161	123	57	33
Promedio	100	110	162	194	161	91	66

Fuente: INE-S.N.A.

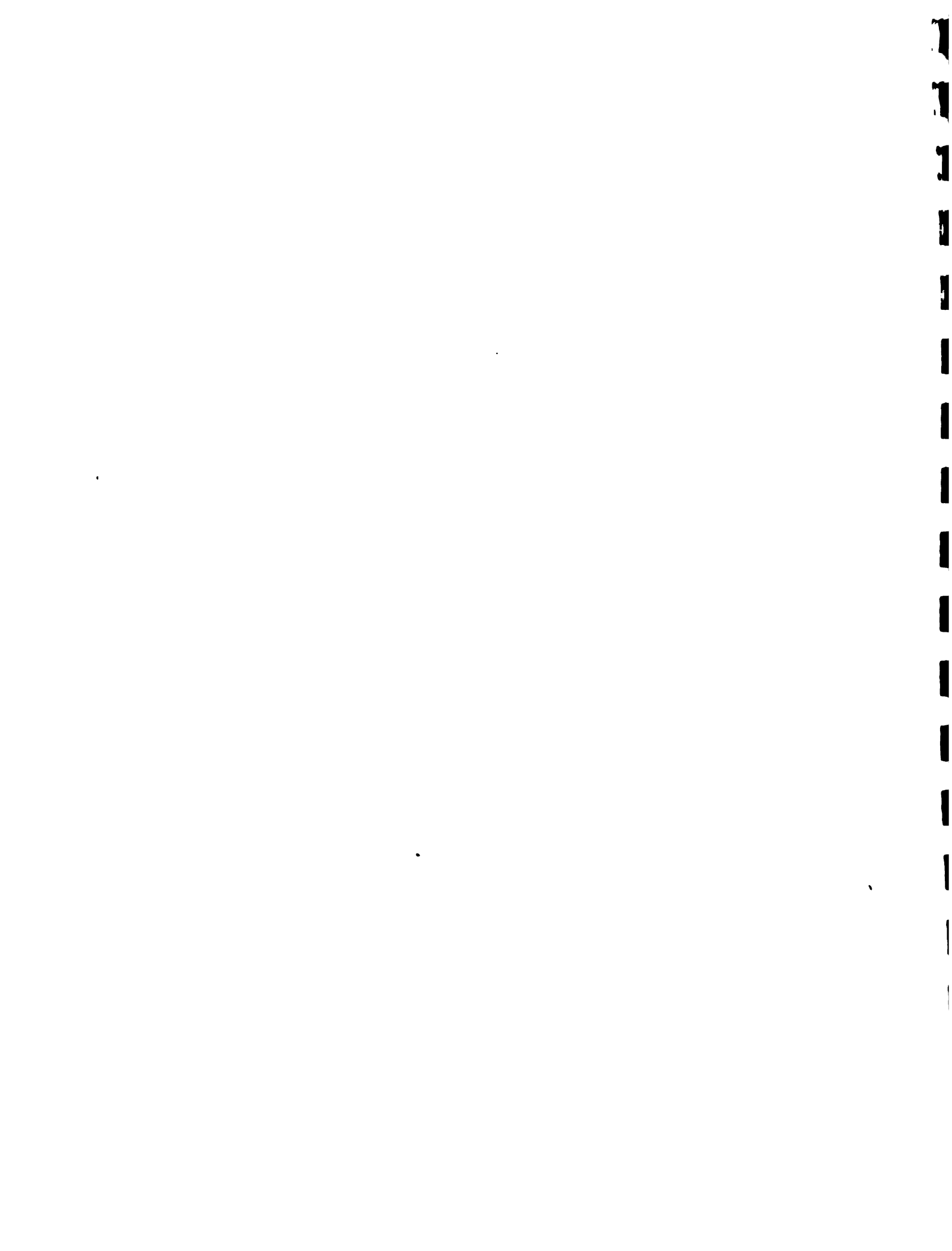
El cuadro anterior muestra que, si bien existe una tendencia al alza en ambos tipos de vino hasta el año 1980, a partir de esa fecha se inicia una caída en los precios, que como promedio anual, alcanza entre los años 1980 a 1982 a un 45% en vinos Cabernet. La caída de precio del vino Semillón en se mismo período es de un 65%, llegando casi al 80% si se compara el promedio del año 1980 con diciembre de 1982.

Durante el año 1979 se produce la mayor exportación de vino tanto en volumen como en valor; posteriormente se aprecia una baja sostenida hasta llegar en 1982 a una cifra de sólo 7,8 millones de litros exportados. Esta situación se puede observar en el cuadro siguiente.

CUADRO Nº 18: EXPORTACIONES DE VINO CHILENO ENTRE LOS AÑOS 1978 y 1982. (en millones de lts. y millones de US\$ FOB)

AÑO	VINO EMBOTELLADO		VINO A GRANEL		TOTAL	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
1978	10.06	9.1	2.00	0.4	12.06	11.1
1979	15.03	17.3	13.89	3.2	28.92	20.5
1980	14.22	18.5	1.81	1.1	16.03	19.6
1981	8.13	13.8	1.60	1.2	9.73	15.0
1982	5.77	9.3	2.02	1.5	7.79	10.8

Fuente: Elaborado en base a antecedentes del Banco Central de Chile.



2.1.5. Evolución de la producción pecuaria.

La situación de la producción pecuaria se puede apreciar en los cuadros N^{os}. 19, 20 y 21 que muestran las producciones, precios e importaciones de los principales rubros de este subsector entre los años 1978 y 1982.

CUADRO N^o 19: VOLUMENES DE PRODUCCION PECUARIA ENTRE LOS AÑOS 1978 y 1982.

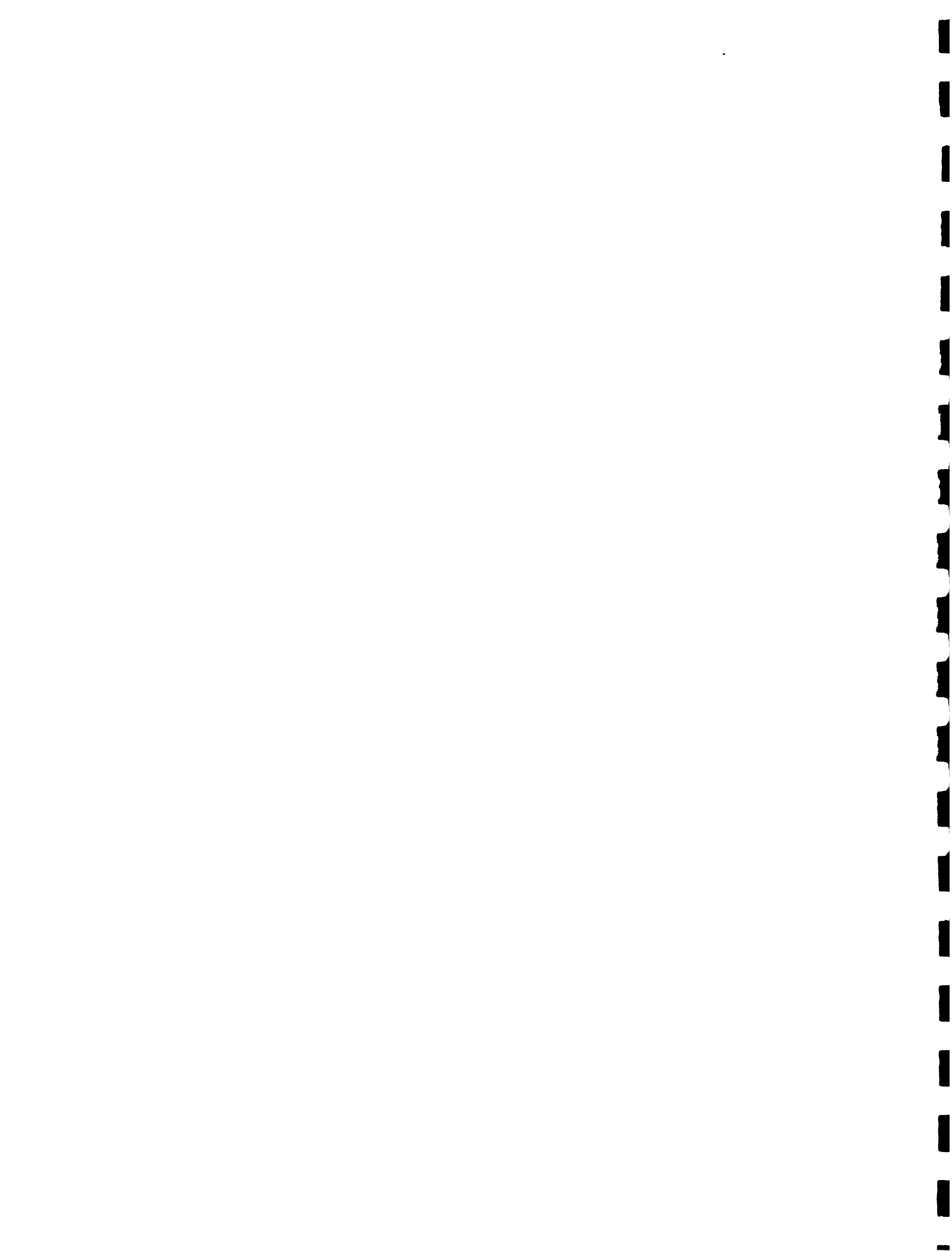
RUBRO	1978	1979	1980	1981	1982	Variac. % 1978/82
<u>Carnes</u>						
Bovina (Tons.)	164.858	167.468	162.267	184.624	199.566	21,05
Ovina (Tons.)	15.307	17.677	15.458	15.600	14.876	2,82
Porcina (Tons.)	33.875	42.540	49.743	55.839	57.703	70,34
Aves (Tons.)	58.572	78.854	101.963	125.717	111.357	90,46
Leche (miles lts.)	977.298	953.500	1.080.000	1.200.000	1.058.000	8,35
Huevos (miles un.)	1.101	1.126	1.297	1.170	1.100	- 0,09
Lana (miles kgs.)				21,6	21,6	

Fuente: ODEPA, Agroinformativo Sectorial N^o34, Marzo 1983.

En el cuadro N^o 19 es posible observar un fuerte aumento de la producción del subsector pecuario, destacando la producción de aves con un 90% y de cerdos con un 70%.

La carne bovina, con un aumento del 21% en su producción, está llegando a niveles muy cercanos al de autoabastecimiento nacional.

La producción ovina y de huevos prácticamente mantienen su nivel de oferta en el período señalado.



CUADRO Nº 20: VARIACIONES DE PRECIOS PECUARIOS AL PRODUCTOR
Período 1978 - 1982 (\$ Enero de 1983).

RUBRO	1978	1979	1980	1981	1982
Bovinos (Kg.vivo)	63,6	76,7	73,6	59,1	47,9
Ovinos (Kg. vivo)	61,4	64,6	67,4	54,9	42,6
Porcinos (Kg.vivo)	84,5	79,8	75,0	66,2	52,4
Aves (Kg. vivo)	73,8	75,2	58,6	50,6	43,1
Leche (lt.)	8,9	9,2	8,6	6,5	6,5
Huevos (unid.)	3,2	3,2	3,0	2,2	2,6
Lana (Kg.)	118,0	108,7	72,3	77,6	73,7

Fuente: ODEPA. Agroinformativo Sectorial Nº 34, Marzo de 1983.

Del análisis del Cuadro Nº 20 se puede observar un fuerte deterioro en los precios de los productos pecuarios allí presentados, lo que podría repercutir en los futuros niveles de producción de estos bienes de consumo.

CUADRO Nº 21: VOLUMENES Y VALOR DE IMPORTACIONES DE CIERTOS
PRODUCTOS PECUARIOS. Período 1978 - 1982.
(Tons. y millones de US\$ CIF).

PRODUCTO	1978		1979		1980		1981		1982	
	Ton.	Mill. US\$	Ton.	Mill. US\$	Ton.	Mill. US\$	Ton.	Mill. US\$	Ton.	Mill. US\$
Carne bov.	12.908	17,0	4.257	8,2	5.099	12,1	7.182	16,1	5.055	10,4
Leche polv.	13.579	11,9	17.960	17,8	16.318	21,5	14.208	21,1	11.365	16,1
Mantequilla	5.043	6,7	10.174	15,5	6.546	13,2	5.781	15,0	4.562	11,2
TOTALES		35,6		41,5		46,8		52,2		37,7

Fuente: ODEPA - Banco Central de Chile.



El cuadro Nº 21 muestra una disminución en los volúmenes de importación de la carne bovina, la leche en polvo y de la mantequilla al disminuir entre los años 1978 y 1982 en un 61%, 16% y un 10% respectivamente.

2.2. Evolución de la Comercialización Agropecuaria.

2.2.1. El marco de la Estrategia de Desarrollo Nacional.

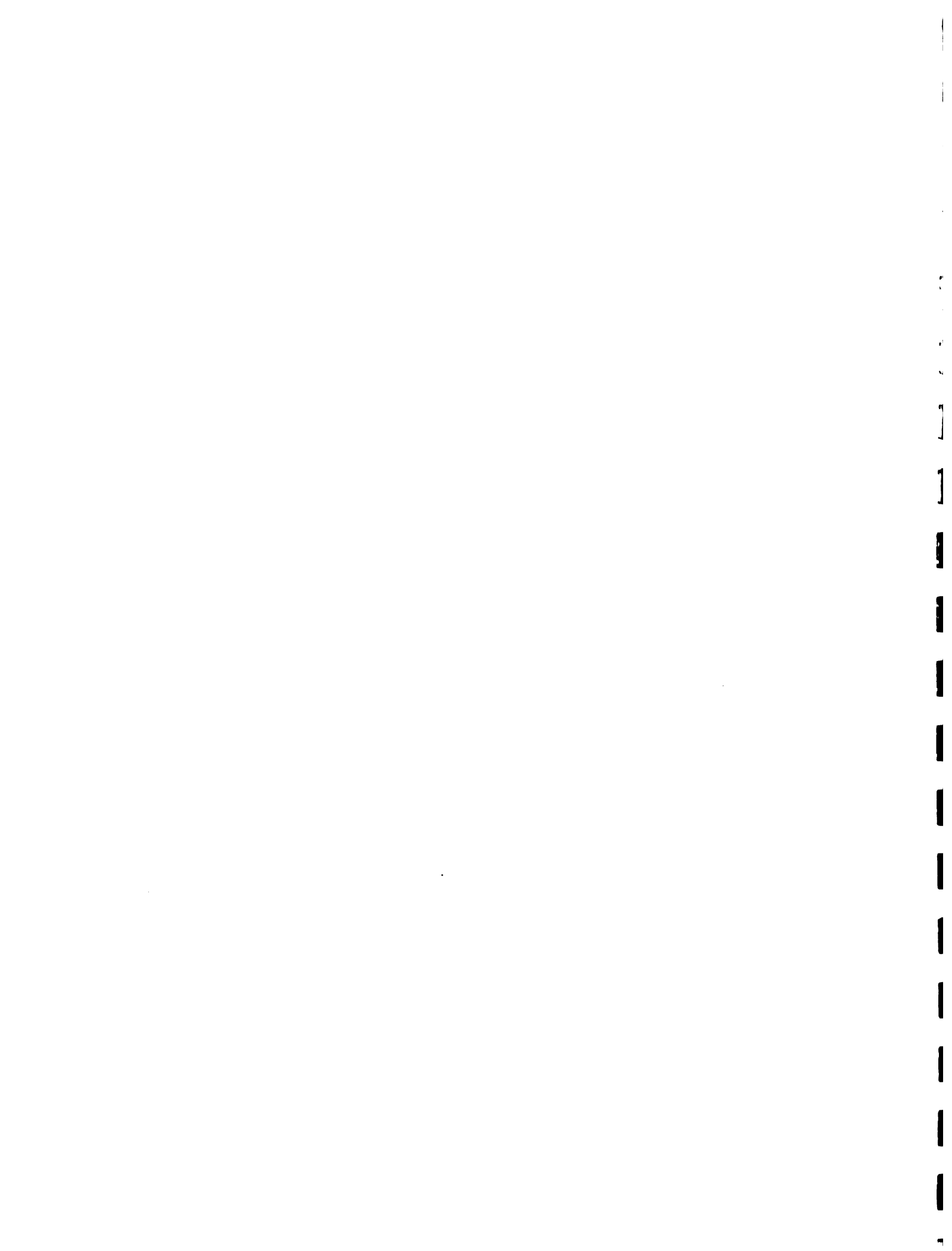
La Estrategia Nacional de Desarrollo Económico Social está dirigida al logro de cuatro objetivos fundamentales, dentro de los cuatro se encuentra el "Alcanzar un desarrollo económico alto y sostenido". Esta misma estrategia define que el logro de este objetivo depende de los siguientes factores:

- a) la asignación eficiente de los recursos productivos.
- b) el incremento del ahorro y la inversión.
- c) el mejoramiento del capital humano
- d) la utilización de tecnología más apropiada.

Todo ello sin considerar a ningún sector de la vida nacional en carácter de estratégico o privilegiado. Esto quiere decir que no existen políticas sectoriales diferentes para cada sector, sino tan solo adaptaciones de las políticas globales.

El Gobierno de Chile ha aplicado en el período 1978-1982 las siguientes políticas para el sector agrícola tendientes al incremento de la producción agropecuaria:

- a) Políticas de importaciones. Autorización para importar aquellos rubros que no resulten rentables de producir en el país. Para ello se estableció:



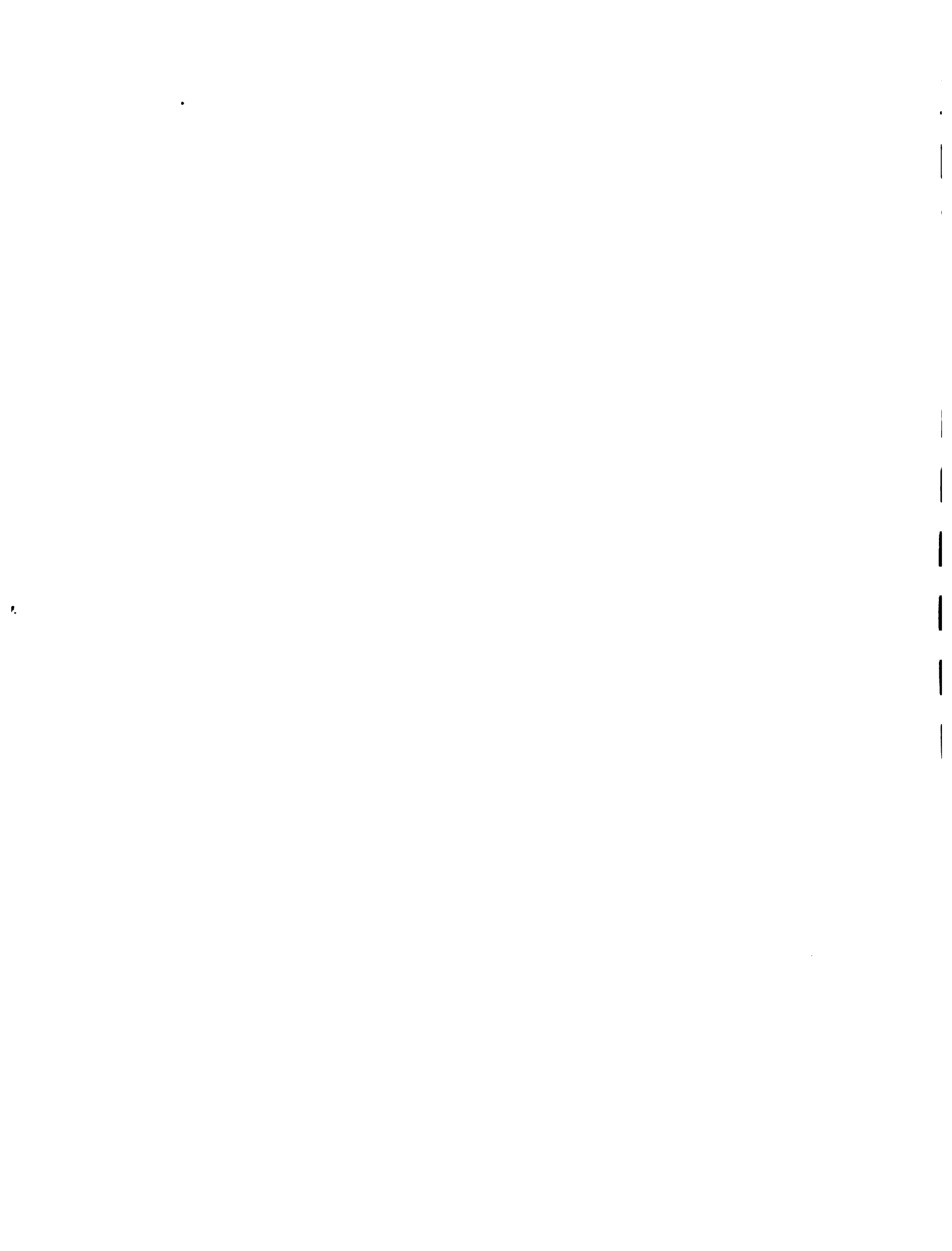
- Un ajuste paulatino de los precios internos al nivel internacional por medio del uso de bandas de precio para trigo, raps y remolacha.
- Rebajas arancelarias que permitieran la importación de todo tipo de insumos necesarios para el proceso productivo.
- Racionalización de las normas de protección sanitaria, de modo que no entrabacen los procesos de importación y exportación.
- Difusión de información del proceso de importación.

b) política de exportación: además de los aspectos atinentes ya expuestos en la política anterior, se ha buscado la forma de hacer más transparente los mercados actuales y potenciales para los productos agropecuarios y forestales del país, mediante el refuerzo de los sistemas de información y elaboración de estudios específicos, así como también se han eliminado las fijaciones de requisitos previos.

c) política de investigación y transferencia de tecnología.

- una bonificación estatal directa a la labor de asistencia técnica otorgada por el sector privado a pequeños productores (Programa de Asistencia Técnica Empresarial).
- creación de un Fondo Nacional para el desarrollo de la investigación y administrado por el Consejo Nacional de Investigación.

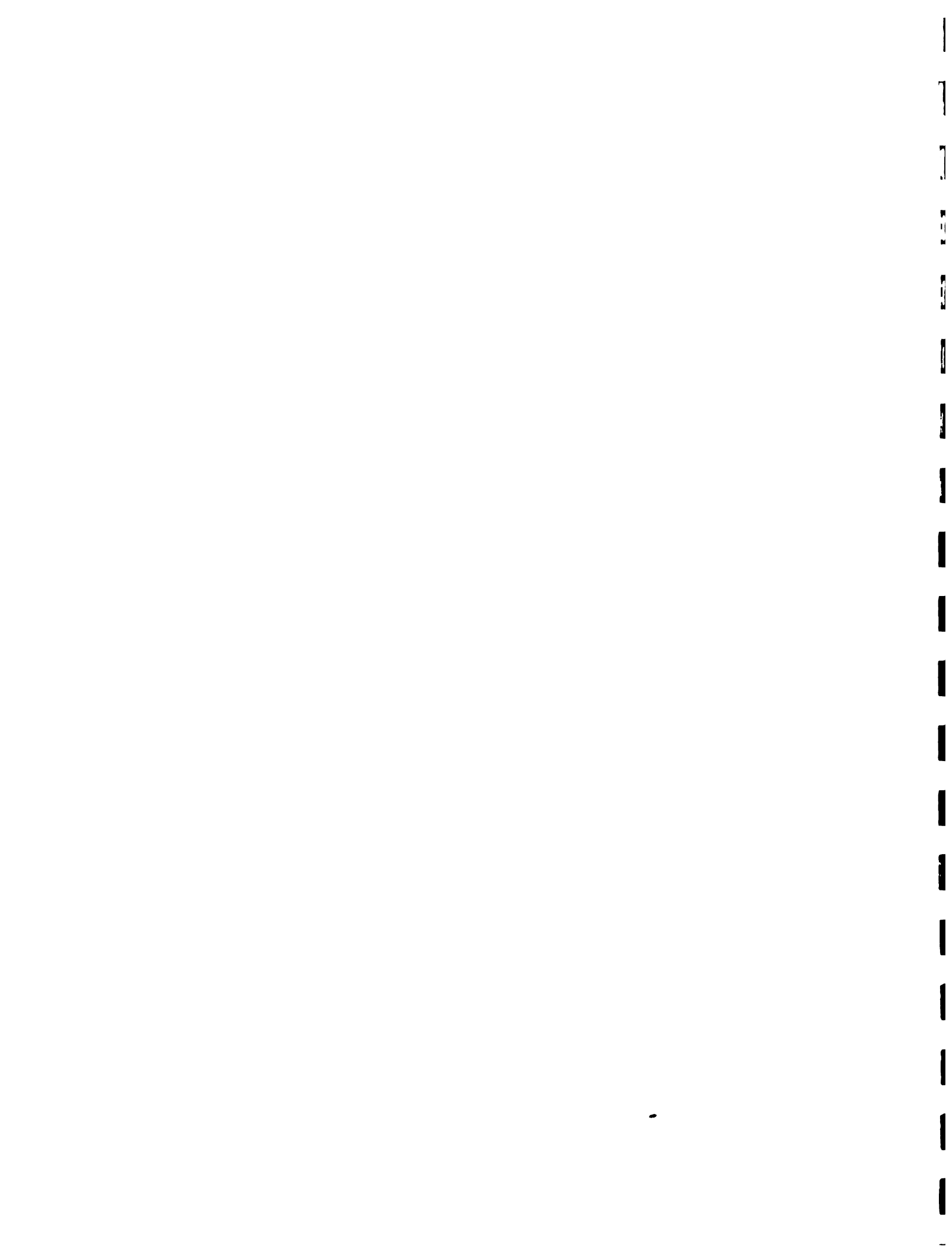
d) política crediticia. Aún cuando el principio general ha sido el de tratar de establecer reglas para todos iguales, se ha mantenido un sistema preferencial para pequeños productores a través de INDAP. Además se ha creado un Fondo Nacional de Garantía para pequeños empresarios de cualquier sector productivo.



- e) Política de fomento específico. Se ha establecido una bonificación a las plantaciones forestales, establecida en Decreto Ley Nº 701.
- f) Política de mercado en la tierra: se han implementado una serie de medidas que han tendido a agilizar el mercado de la tierra, entre ellas se han destacado:
- la asignación individual de las tierras expropiadas por el proceso de Reforma Agraria.
 - la autorización para enajenar la tierra de los asignados.
 - la libertad de división de la tierra hasta una superficie no inferior a las 5.000 m².

La estrategia de desarrollo nacional se basa en la operación libre del mercado, al que se le asigna el rol fundamental de servir de guía en la asignación de los recursos. Los precios pasan a determinarse libremente por la interrelación entre oferta y demanda y no son fijados por el Estado, de tal manera que ellos orientan las decisiones de miles de productores y consumidores en la determinación de los volúmenes y calidades de bienes producidos y consumidos.

El mercado se postula competitivo y abierto al exterior para lograr una mayor eficiencia en su operatoria. Competitivo porque con ello se alcanza un mayor beneficio social, al evitar que algún participante en el mercado tenga fuerza suficiente para beneficiarse a costa del resto, y abierto, porque se logra el beneficio de producir aquellos rubros en los cuales el país tiene ventajas comparativas y, a la vez, se obtiene mejores condiciones para el consumidor en aquellos bienes que otros países producen en forma más eficiente.

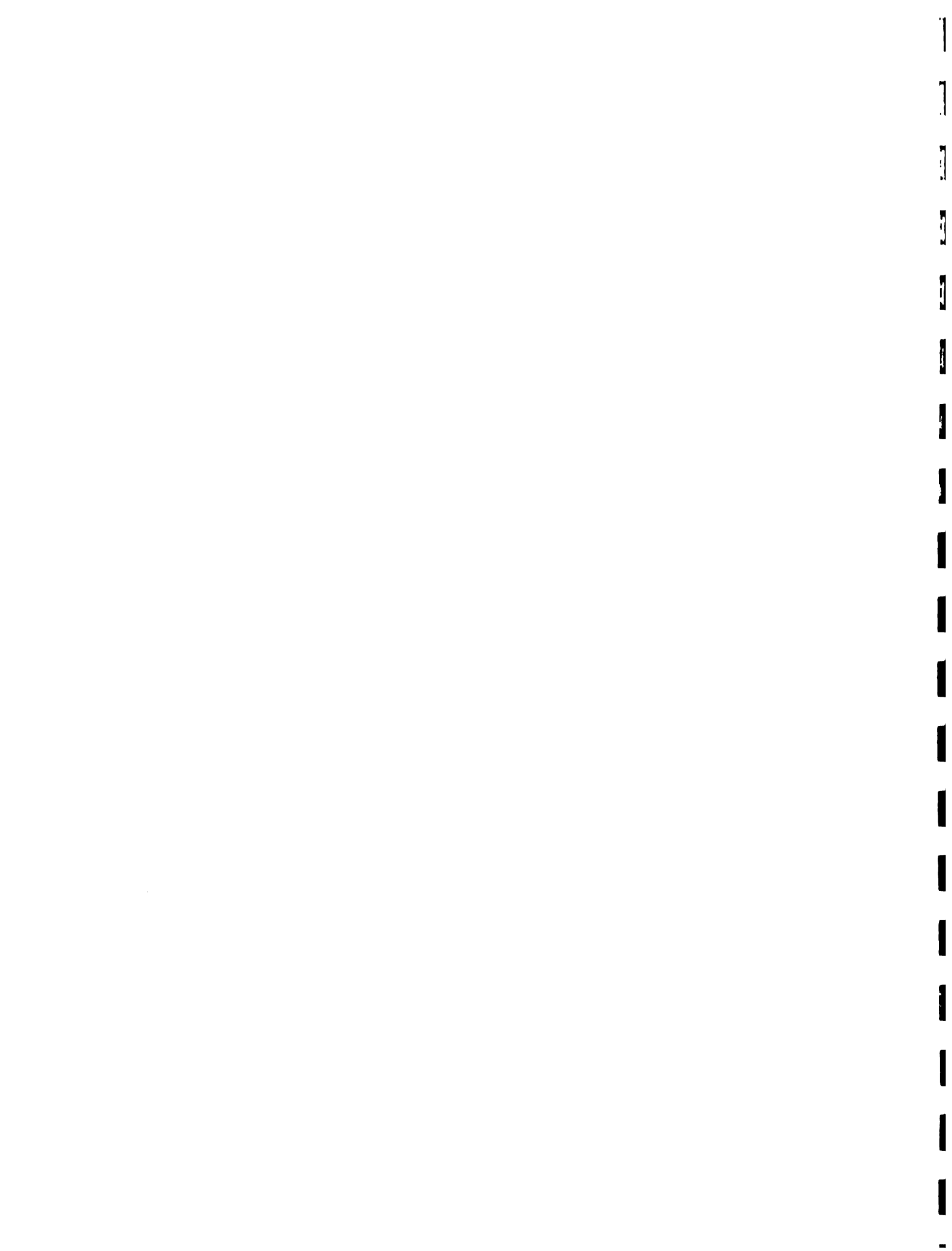


Esta libertad de mercados y competencia implica, entre otros requisitos, aranceles bajos y uniformes; libertad y expedición para importar y exportar; acceso al mercado de un mayor número de oferentes y demandantes; identificación clara de la calidad y características del producto; tasas de interés libres para incentivar el ahorro; una acción del Estado restringida a velar por el correcto funcionamiento del mercado, fundamentalmente mediante el establecimiento de reglas impersonales y no discriminatorias y una participación directa de carácter subsidiario ante una falta de acción del sector privado; en la propiedad privada de los bienes de producción y; el acceso de la iniciativa privada a todos los sectores de la economía.

En lo social, el modelo de desarrollo asigna al Estado la función de redistribuir el ingreso con el objeto de garantizar la igualdad de oportunidad y erradicar la extrema pobreza. Por esta razón se ha incrementado el gasto social en forma importante obteniéndose notables resultados en materia de nutrición, salud y educación en los últimos años.

Ahora bien, la forma como se han cumplido estos roles ha ido variando con el tiempo; es así como en una primera etapa de implementación del modelo político-económico, el Estado cumplió su rol en forma pasiva dejando la iniciativa al sector privado, pero a partir de 1982 comienza a cambiar esta pasividad por una acción más activa tomando en algunos casos la iniciativa (Estado un poco más actor que espectador), tal como se refleja en las medidas tomadas para reactivar la economía.

En su papel de agente estimulador, el Estado impulsa la producción agropecuaria por medio de normas y asignación de recursos.



La mayor cantidad de normas establecidas por el Estado y que tienen por objetivo el incremento de la producción, han tenido como propósito la estimulación del mercado para que a su vez éste incentive la producción. Entre éstas se destacan las relacionadas con:

- a) Mercado de la tierra.
- b) Comercio exterior.
- c) Mercado de capitales.
- d) Información de mercados de productos e insumos.
- e) Normalización de productos.

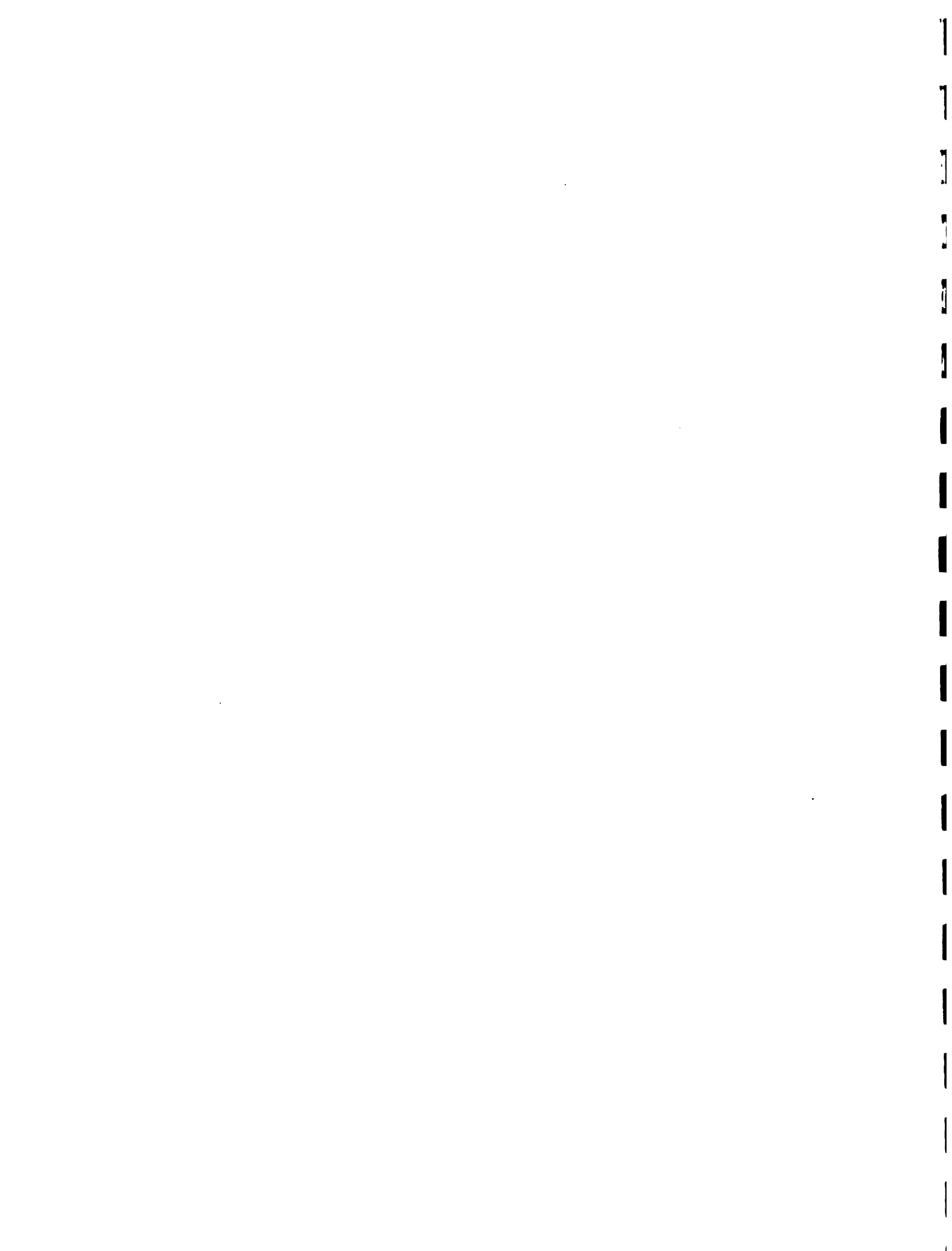
En aquellos casos en que el Gobierno estimó que el mercado no lo graba generar el beneficio social deseado, ha aplicado recursos en calidad de subsidios para suplir las diferencias generadas o estimadas que se podrían generar. Los subsidios otorgados por el Estado que tienen por fin estimular la producción se encuentran:

- a) Subsidios a la investigación agrícola;
- b) Subsidio a la transferencia de tecnología para pequeños productores;
- c) Subsidio a la forestación (Decreto 701)

2.2.2. Aspectos institucionales en la comercialización.

En materia de comercialización agrícola, la Empresa de Comercio Agrícola, ECA, tuvo las funciones de operar las medidas de política de regulación del abastecimiento y los precios.

Con el nuevo esquema, la ECA deja de cumplir ese rol y se reduce a ejercer algunas tareas de abastecimiento de alimentos en sectores geográficos alejados, en donde no es rentable para el sector privado cumplir esa tarea.

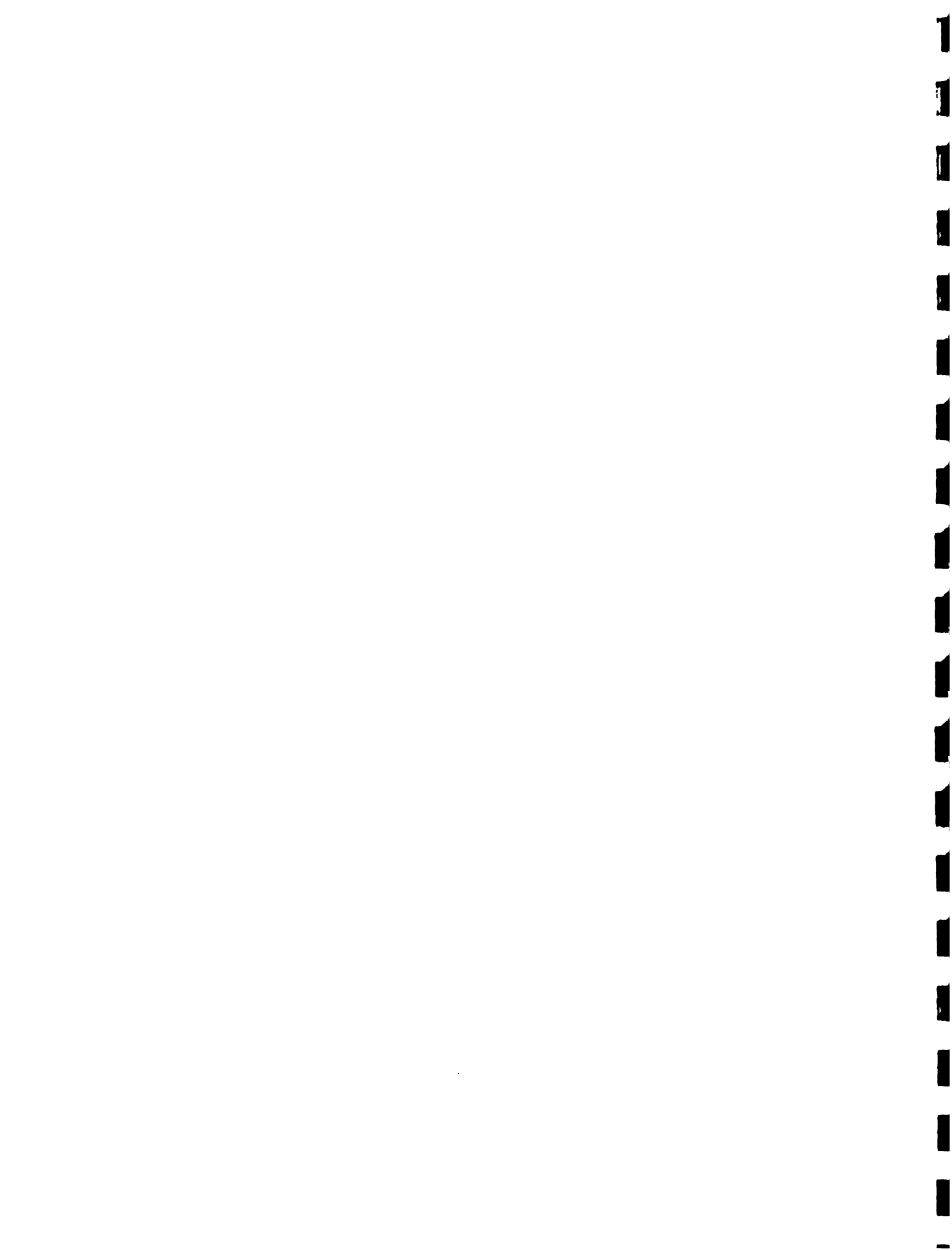


Una parte de las instalaciones de comercialización de la ECA fue transferida al sector privado mediante licitación y otras que no fueron vendidas se encuentran en poder de CORFO. En la reciente cosecha fueron arrendadas a COPAGRO para llevar a cabo la operatoria de poderes compradores de trigo, arroz y maíz. Las funciones que competen al Estado en materia de comercialización agrícola son ejercidas por el Ministerio de Agricultura en coordinación con los Ministerios de Hacienda y Economía. Dentro del Ministerio de Agricultura, la Oficina de Planificación Agrícola, ODEPA, es responsable de la operación de un servicio de información de precios y asimismo de realizar los estudios y reunir los antecedentes para las medidas de política de comercialización.

En el proceso de evolución institucional, hasta mediados de 1982, dichas medidas se limitaban a los estudios en áreas críticas en donde se detectaban fallas en la operatoria de los mercados, para sustentar las acciones correctivas a los mismos. Sin embargo, a partir de esa fecha, los estudios también se orientan a la adopción de medidas que regulan la comercialización en casos de distorsiones persistentes en el mercado y, asimismo, para la toma de decisiones en materia de sustitución de importaciones en productos con potencial nacional, así como también para apoyar los esfuerzos de promoción de exportaciones.

El sector privado cumple todas las funciones de comercialización tanto interna como externa, dentro del marco que facilita la Estrategia de Desarrollo antes expuesta.

En la comercialización interna intervienen empresas y comerciantes individuales. Existen asimismo sociedades establecidas que cumplen la función de corretaje, y cuentan para ello con instalaciones, equipos y organización. Algunas empresas de corretaje



realizan subastas en la mayoría de los productos que manejan, tanto agrícolas como pecuarios (ganado bovino, ovino y caprino, lanas, cuero, quesos y otros).

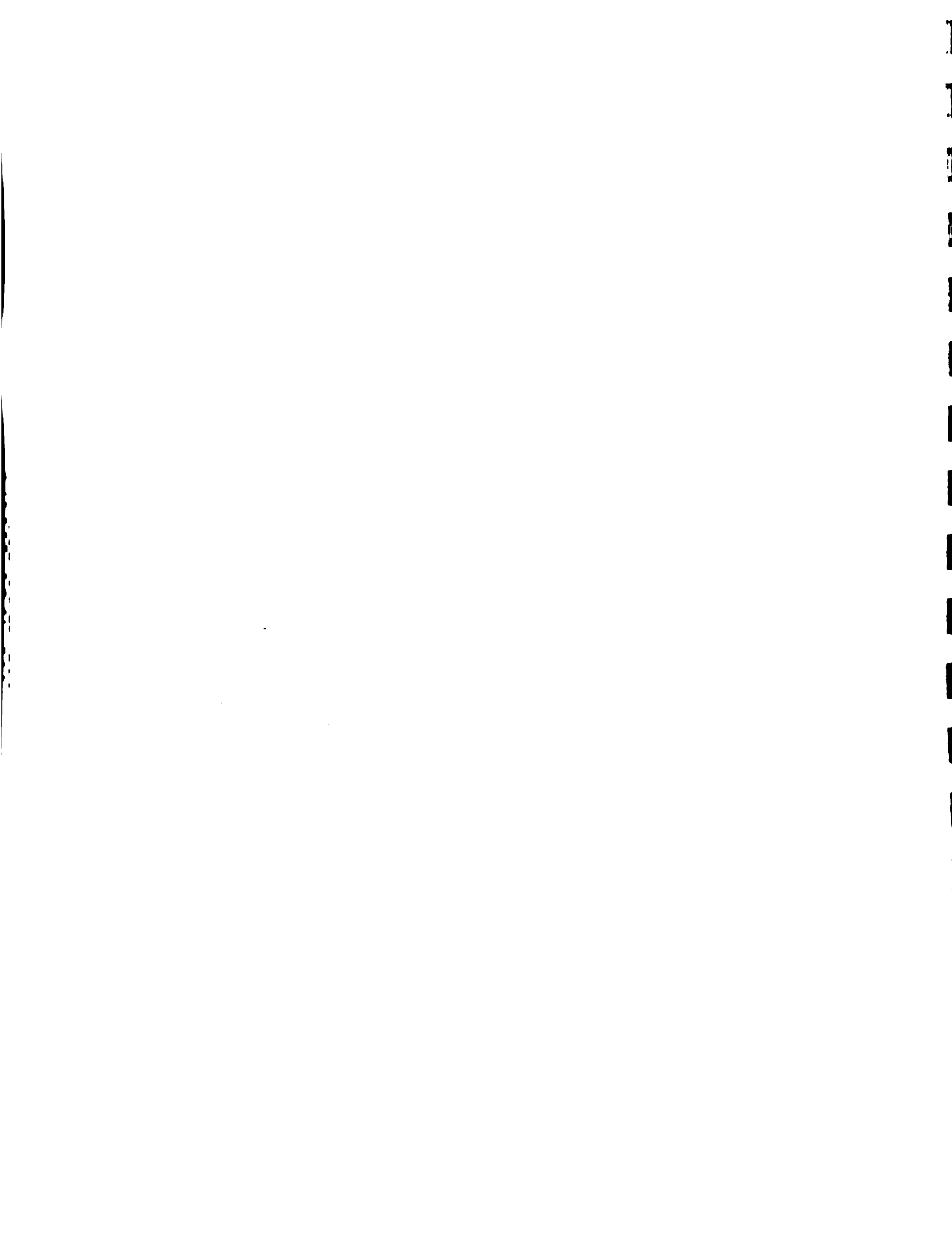
En el acopio rural son importantes también las empresas cooperativas que cuentan con instalaciones y equipos. Su función básica es de acopio, actuando como corredores de agroindustrias y de exportadores.

En la comercialización externa conviene hacer una separación entre frutas de exportación y otros productos (leguminosas, cereales y otros).

Las empresas de comercialización de frutas están constituidas con alta capacidad técnica, de capital e infraestructura. Actúan mediante contratación de la cosecha a un precio referencial mínimo y con anticipo de dinero al fruticultor desde el inicio del año agrícola. Prestan asesoría al productor en el manejo del huerto y en la recolección y entrega en los centros de empaque. Manejan la fruta a nombre del productor hasta colocarla en el mercado externo, actuando en acuerdo con compañías internacionales reconocidas.

En los últimos años ha habido cambios institucionales en las empresas de comercialización de frutas (así como de leguminosas y otros) por desaparición de algunas y surgimiento de otras, debido a los riesgos propios del mercado.

Las empresas de exportación de leguminosas secas y otros productos son también de larga tradición. Hacen el acopio rural usualmente a través de corredores y comerciantes locales. Cuentan también con centros de acopio y recibo en las zonas de producción para la compra directa a productores. Hay sectores en donde delegan en comerciantes y en cooperativas tanto el acopio,

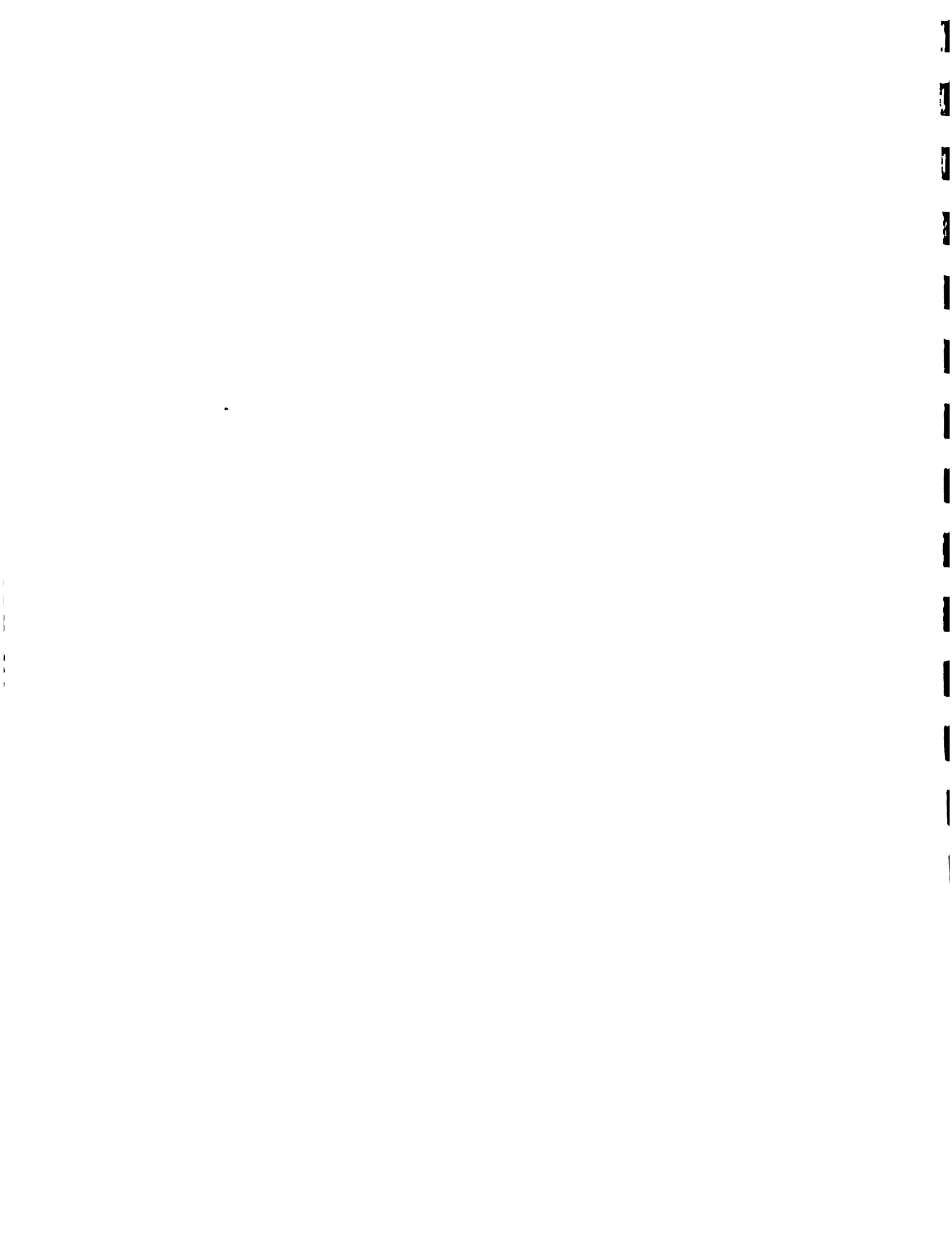


como la selección y envasado de los productos para exportación los cuales son recibidos en puerto de embarque, a partir del cual siguen en manos del exportador hasta el mercado de destino.

En el aspecto institucional de la comercialización, puede decirse en general, que hay suficientes empresas, en la mayoría de los casos con instalaciones, equipos, capacidad empresarial y demás recursos.

La debilidad del sistema se percibe en la carencia de entidades que ligen a los productores y representen sus intereses, tanto en el acopio rural como en la gestión exportadora. La empresa tradicional descarga en el productor todos los riesgos del mercado, como lo veremos en el próximo capítulo. Las entidades cooperativas que propenden por la defensa de los precios y por mantener poderes de compra que sean efectivos para los productores, se han debilitado y una gran cantidad de ellas ha sucumbido en los últimos años. Los productores, en especial los pequeños y medianos, enfrentan con incertidumbre la selección de rubros a explotar.

Por razones de estructura y de mantención de la reserva propia del negocio, muchas compañías de comercialización no transmiten a los productores las señales que ellas captan en el mercado, a fin de dar elementos a los productores para orientar sus decisiones de cultivo y de comercialización. Si a ello se suma el reducido ámbito de acción de los servicios de noticias de precios y mercados, se tendría una panorama en donde con frecuencia aparecen situaciones de confusión y desconocimiento de alternativas, todo lo cual contribuye a entorpecer el proceso de desarrollo agropecuario desestimulando seriamente la producción del sector.



Las cooperativas, por lo general, cumplen funciones locales en el acopio, con escasa vinculación al mercado regional o nacional. Su capacidad de negociación es reducida, limitándose, por lo general, a cumplir funciones de corredores locales de agroindustrias y comerciantes. Hay excepciones de cooperativas agroindustriales integradas con éxito sobresaliente al esquema de comercialización nacional, especialmente en productos lácteos, frutas de exportación y pisco, entre otros.

En esta parte conviene destacar el proceso de desarrollo que se viene cumpliendo con la Confederación Nacional de Cooperativas del Agro Ltda., COPAGRO, entidad de tercer grado que asocia aproximadamente a 50 cooperativas de productores distribuidas a lo largo del país.

Tal como se señala más adelante en el presente documento, COPAGRO participó en la reciente temporada como poder regulador en la comercialización del trigo, maíz y arroz, a nivel nacional, con el auspicio del Ministerio de Agricultura, alcanzando éxito relevante en sus objetivos.

La meta de COPAGRO es constituir un ente de comercialización que permita canalizar la producción de amplios sectores de productores, integrando ofertas en la búsqueda de mercados internos y externos, y con el propósito de dar capacidad de negociación al productor e incrementar su valor agregado en la comercialización.

2.2.3. Problemas de la comercialización.

2.2.3.i. Visión global del problema.

En una percepción global, puede sintetizarse el problema de la comercialización en los últimos años, como una situación de crisis

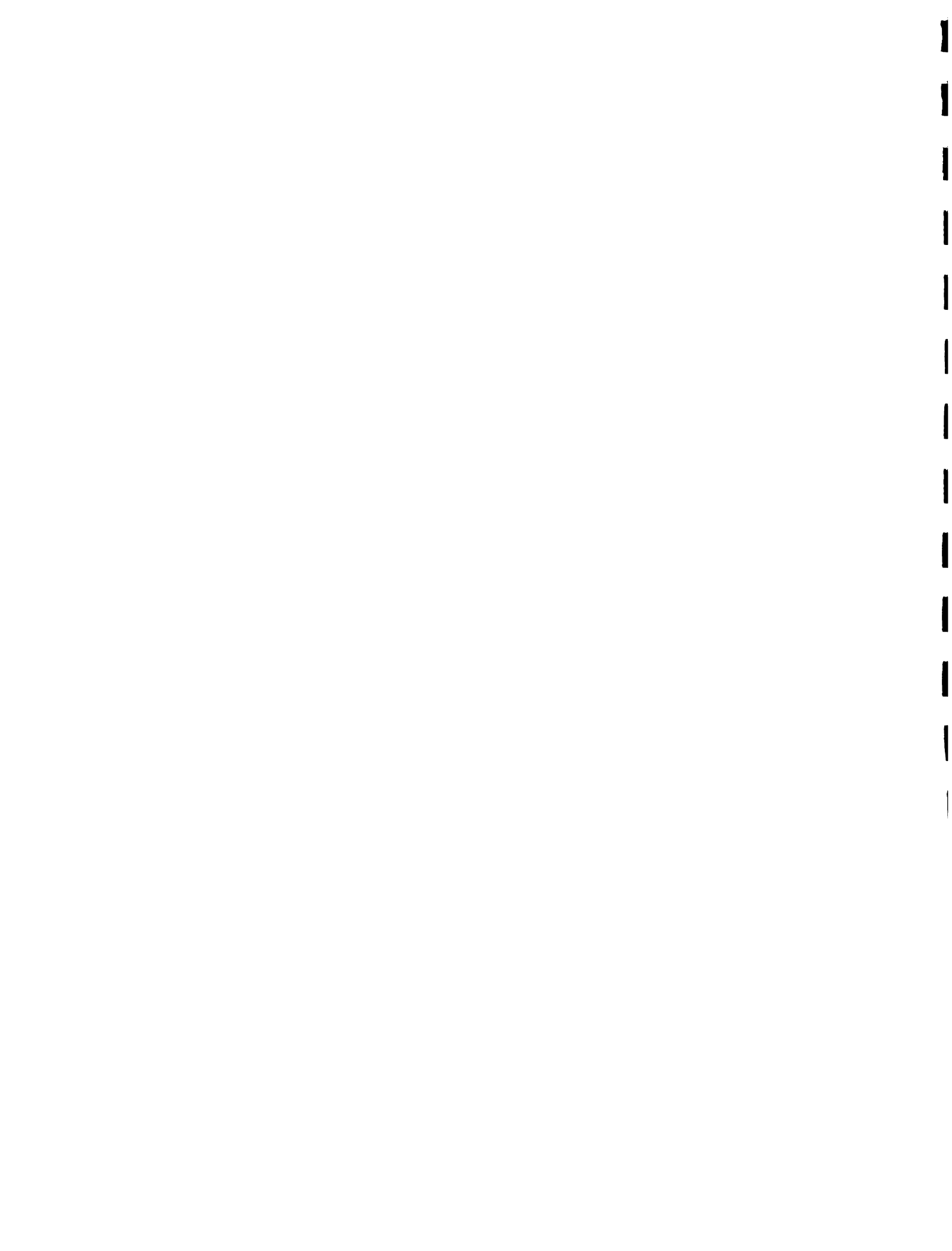


que condujo a la baja en los precios reales, a la pérdida de oportunidades de venta y al aumento en la incertidumbre en los mercados. Sectores importantes de productores y volúmenes considerables de producción tuvieron dificultad para encontrar mercado dentro y fuera del país. Los más afectados resultaron los productores por acumulación de compromisos financieros y por caída sustancial de ingresos. En algunos rubros en particular hubo acumulación de más de un "stocks" de cosechas.

La producción nacional se encontró asimismo en desventaja para competir con las importaciones, dadas las medidas cambiarias y financieras que favorecían las importaciones.

El subsector de los consumidores resultó ampliamente favorecido; asimismo fueron beneficiados algunos grupos de comerciantes e industriales de los productos nacionales, que pudieron ampliar sus márgenes de comercialización. Ocurrió en aquellos casos de rubros que tienen características de contar con un mercado atomizado por la oferta del productor y concentrada por el lado de la demanda del intermediario o la agroindustria. Hay casos de imperfecciones del mercado por el lado de la demanda que presuponían la existencia de acciones ajenas a la libre competencia. Como consecuencia de ello, se produjo una baja en la producción una incertidumbre para las decisiones del productor y una pérdida de confianza en la eficiencia de los mecanismos reguladores del mercado y de las indicaciones del precio en libre competencia.

Este panorama tuvo excepciones en algunos rubros en particular, como se expondrá en el próximo punto por grupos de productos.



2.2.3.2. La comercialización por sectores productivos.

a) Cultivos anuales.

Según se señaló en el capítulo anterior, este grupo de 14 productos contribuyó en 1981/82 con cerca del 20% del Producto Geográfico Bruto del Sector agropecuario (anteriormente llegó al 27%). Se destacan en el presente análisis:

- Trigo, arroz, maíz, leguminosas de grano seco (frijoles, lentejas, garbanzos, arvejas).
- Cebada, centeno, avena
- Oleaginosas (raps, maravilla)
- Papas y remolacha.

En una visión introductoria, conviene separar los productos cuya comercialización cuenta con algún grado de coordinación, entre las decisiones de siembra y las de mercado.

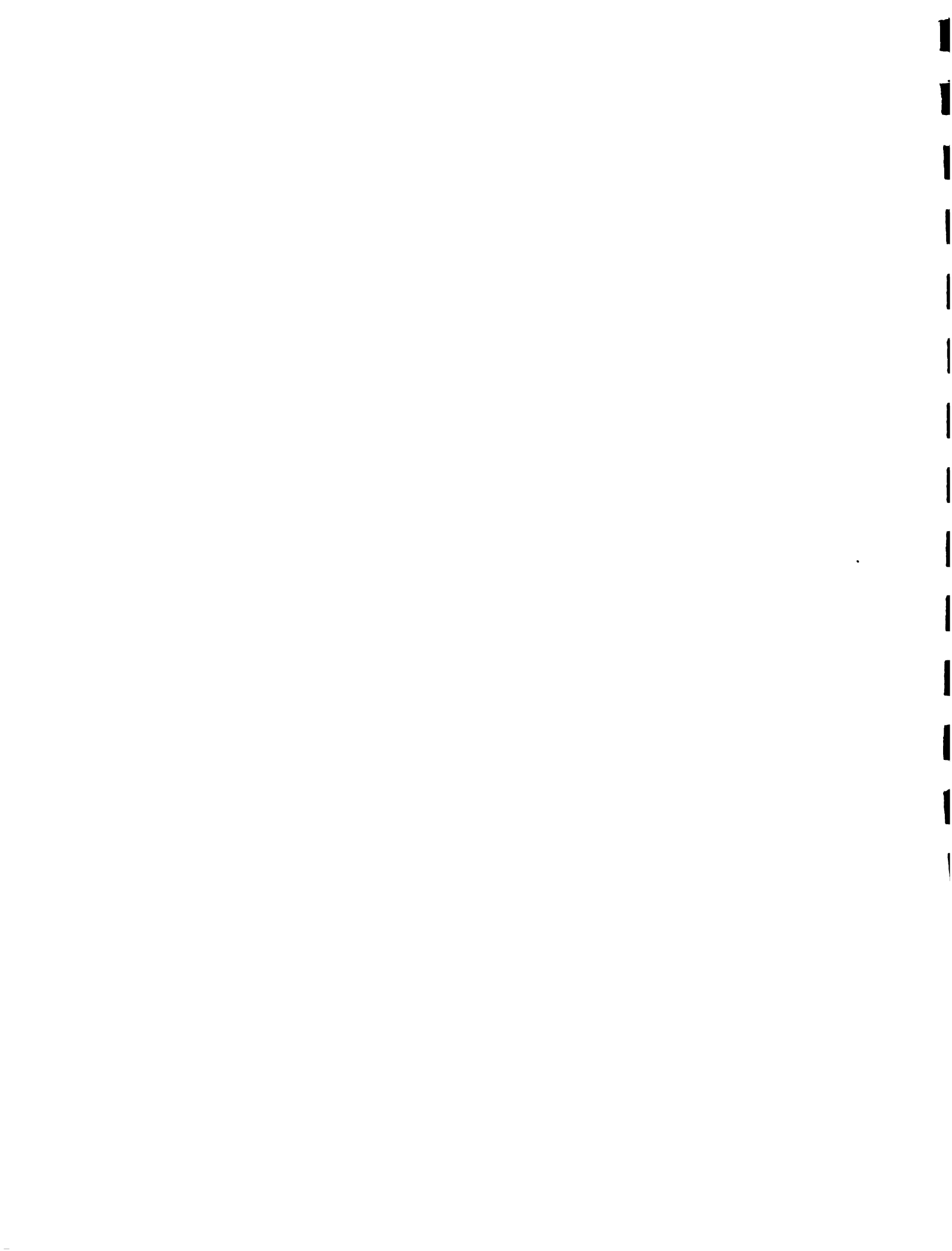
Son los productos vinculados a la agroindustria, tales como las oleaginosas, el azúcar, la cebada y en parte la avena. Usualmente el productor realiza los cultivos previa contratación con el industrial, en cuya concertación se acuerdan volúmenes, precios (generalmente pauta de precios) épocas y otras condiciones de venta. De esta manera, la mayor parte de los cultivos se llevan a cabo mediante contratos que dan derecho al productor a recibir algún anticipo en dinero o en especie y le proporcionan además alguna indicación del precio, o al menos del mercado. En estas condiciones, en dichos cultivos se reducen los riesgos e incertidumbres del mercado y se logra evitar en parte cambios inesperados por falta de poder comprador. El rubro cubierto en menor proporción por los contratos es la avena. En la última temporada una parte de la cosecha presentaba problemas por carencia de mercado.



En las oleaginosas las oportunidades de mercado interno para los productores han sido mínimas en los últimos dos años, debido a la imposibilidad de competir en precio con los productos foráneos. Sin embargo, por efecto mismo de las contrataciones antes descritas, las siembras se reducen casi automáticamente y el productor se coloca al amparo de los problemas de excedentes sin mercado, situación que por el contrario ha sido más frecuente en otros productos sin coordinación y en donde son casi nulas o llegan con retardo las señales del mercado (caso de las leguminosas de grano seco).

La remolacha azucarera ha tenido una rápida evolución a la par que las políticas de abastecimiento trazadas para ese rubro. Hasta el año 1981 dicho rubro estuvo bajo el régimen de libre importación, sin subsidio a la producción nacional, y dado que la producción local no podía competir en precio con la importación, se presentó una baja de la producción interna desde 2,3 millones de tons. de remolacha hasta menos de un millón en 1981/82. A partir del último año se toman medidas de fomento y subsidio a la producción nacional de azúcar y de sustitución de importaciones debido, entre otras razones, a que las tierras desplazadas por la competencia de la importación tienen muy pocas alternativas productivas; y, además, a los efectos multiplicadores favorables que posee el cultivo de remolacha (generación de empleo, reactivación de la economía local, producción de subproductos útiles en la ganadería, etc.).

Las medidas de fomento remolachero se resumen en reapertura de las plantas de la Industria Azucarera Nacional, IANSA, contratos de cultivo con los productores con inclusión de compromisos de mercado, de precio equivalente en dólares y por encima del nivel internacional, de tal manera que haga rentable la producción interna, créditos, insumos y otros beneficios.



Como respuesta a estas medidas, la producción interna llegó a 1,7 millones de toneladas de remolacha en la temporada 1982/83, lo que equivale a aproximadamente 290.000 tons. de azúcar y significa un autoabastecimiento del 65%, con meta de abastecimiento total en la próxima temporada.

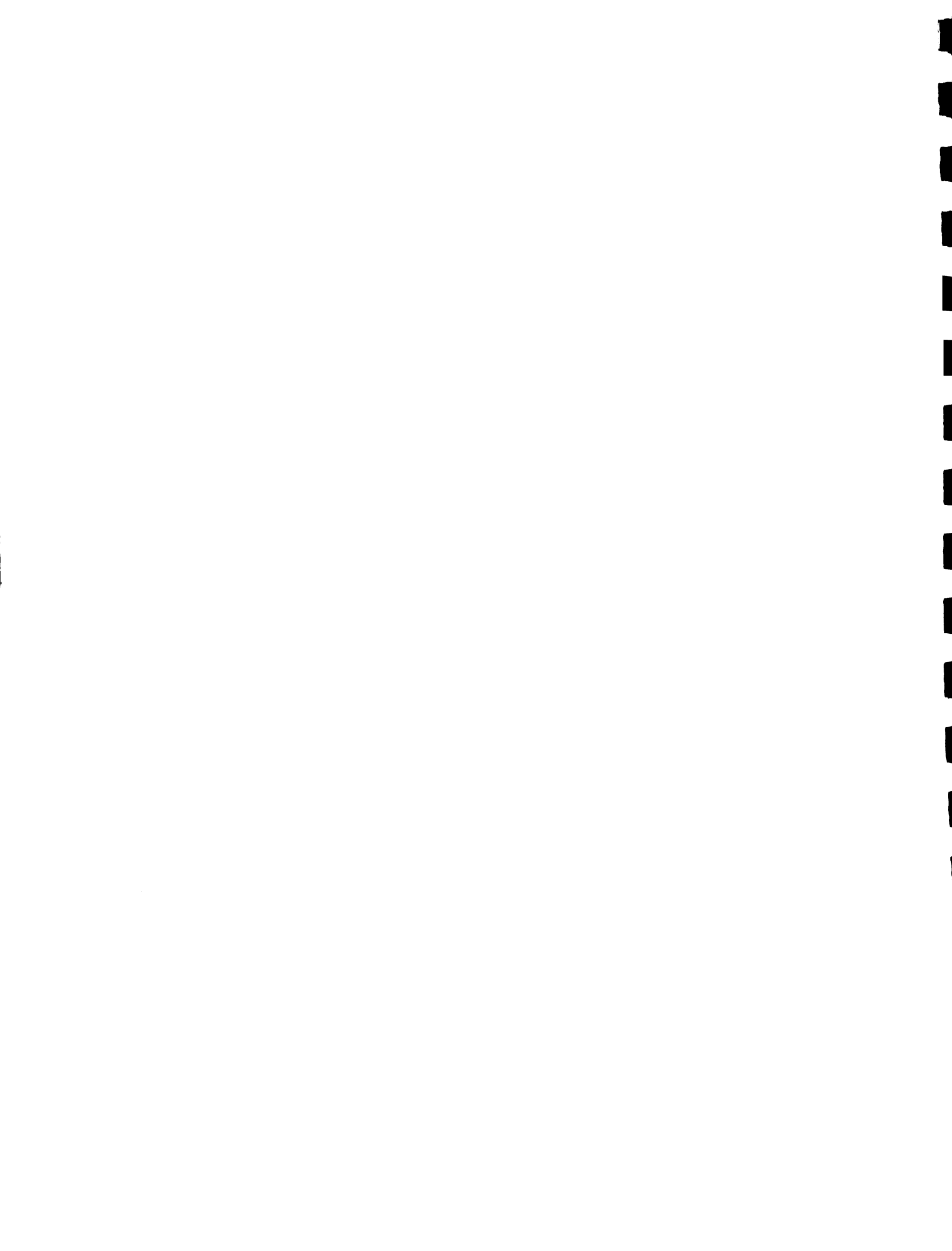
Leguminosas de grano seco.

Las arvejas, frijoles, garbanzos y lentejas secas, tienen alta importancia para el país, tanto por el aporte de la dieta nacional como por la generación de divisas.

Alrededor del 50% de los frijoles producidos se exportan y hay 2 ó 3 variedades que se cultivan con destino exclusiva al mercado externo. Los garbanzos y lentejas se cultivan básicamente para ser exportados. La generación de divisas de estos rubros llegó en 1981 a cerca de 70 millones de dólares.

Las leguminosas secas vienen soportando oscilaciones en los precios y mercados desde hace 4 años, que las están colocando en una situación de alta inestabilidad y desestímulo que amenaza su cultivo a futuro, en especial en algunas variedades y sectores de productores.

En los frijoles, la demanda interna y externa ha sido insuficiente para adquirir la mayor parte de la producción. Las variedades de destino exclusivo a la exportación (Black mexican, Arroz y Hallado) han visto notoriamente reducidas las demandas y los precios externos. La más afectada es la variedad Black Mexican, que representa el 76% de las exportaciones totales de frijoles. La competencia de otros países y el deterioro en la tecnología de producción nacional han colocado en desventaja a las exportaciones chilenas.

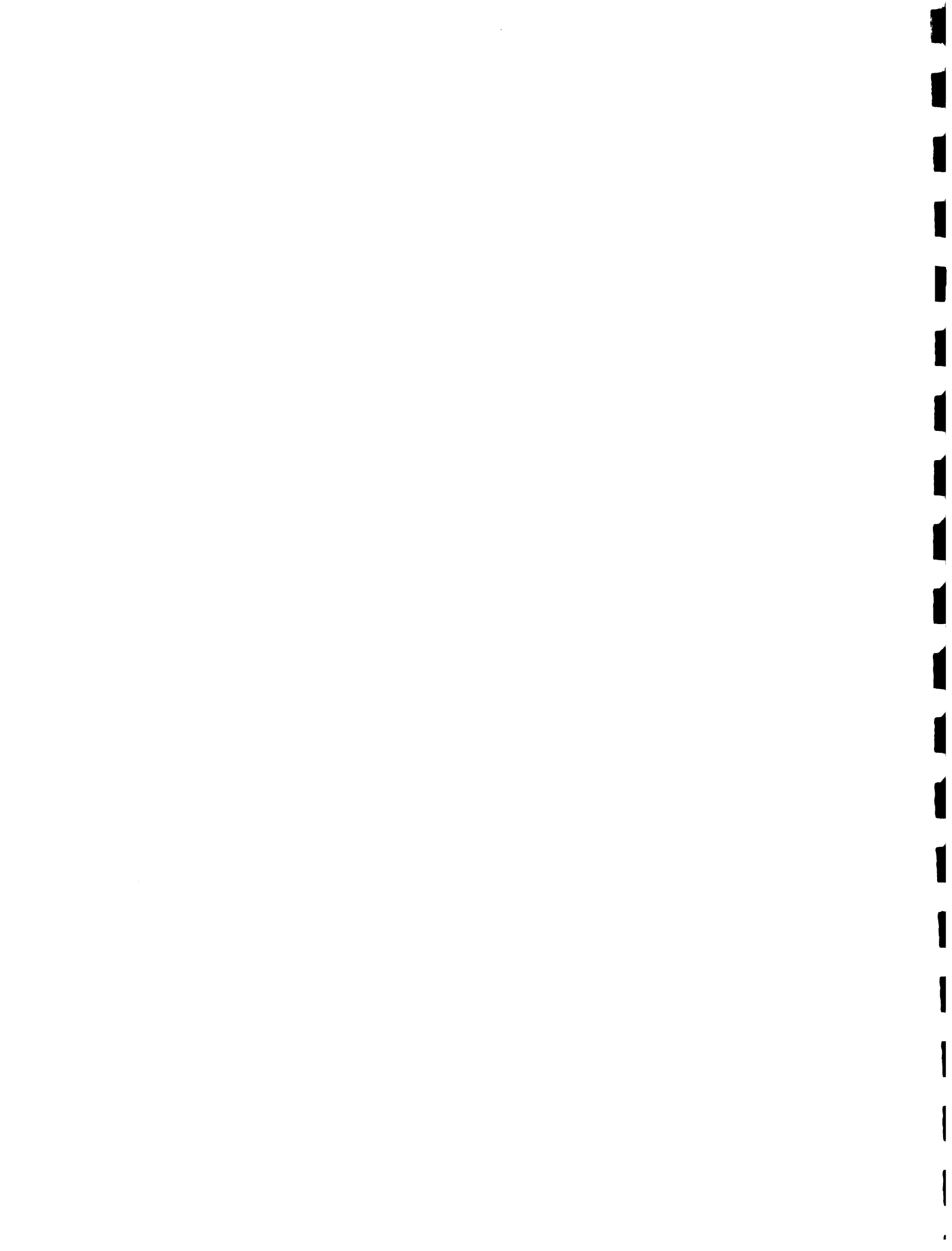


Los productores han sufrido serios quebrantos en sus ingresos. En la temporada 80/81 el Kg. del frijol negro se pagó entre \$ 18 y \$ 25 (valores nominales) en el cultivo, para caer en el período 81/82 a \$ 4 y \$ 8 el kg. y amplios sectores sin demanda, con excedentes que debieron venderse para uso animal. En la temporada 82/83 continúa la inestabilidad en la demanda y precios alrededor de \$ 10 kg., cuando ocasionalmente hay poder de compra. Algunas existencias de la anterior temporada se han juntado con la nueva cosecha.

El mayor problema para los productores es la inseguridad del mercado, para la toma de decisiones de siembra para la nueva temporada. La información a su disposición es escasa o nula y dado que igual situación ocurre para las demás leguminosas, las alternativas que están a su alcance se estrechan, excepto para los que tienen tierras aptas para cultivar trigo, arroz o maíz, como se verá más adelante.

En lentejas y garbanzos cuyo consumo interno es muy reducido, la baja en los precios y la pérdida de mercados externos ha motivado la reducción de las siembras en cerca del 50% en los últimos 3 años. El mayor problema lo afrontan pequeños cultivadores de zonas de secano, en donde prácticamente no hay otra alternativa de cultivo.

Ha sido factor relevante en la pérdida de mercados externos de estos productos, la degeneración varietal de las variedades nacionales que no han sido renovadas, y el hecho de que en el mercado internacional han aparecido variedades con mejores cualidades y atractivo para el consumidor. Por otra parte, debido a deficiencias en el control de plagas y estancamiento en la tecnología, la producción nacional se ha visto abocada a mayores costos y bajos rendimientos.



En resumen, en las leguminosas de grano seco se requiere de acciones a dos niveles: a) de investigación y gestiones para la conservación, y b) mejoramiento tecnológico y adaptación de la oferta nacional a los requerimientos de los mercados externos. Recientemente el Ministerio de Agricultura, Prochile e INIA han iniciado una campaña tendiente a la sustitución gradual de variedades desmejoradas por otras de alta selección y reconocimiento en el mercado internacional.

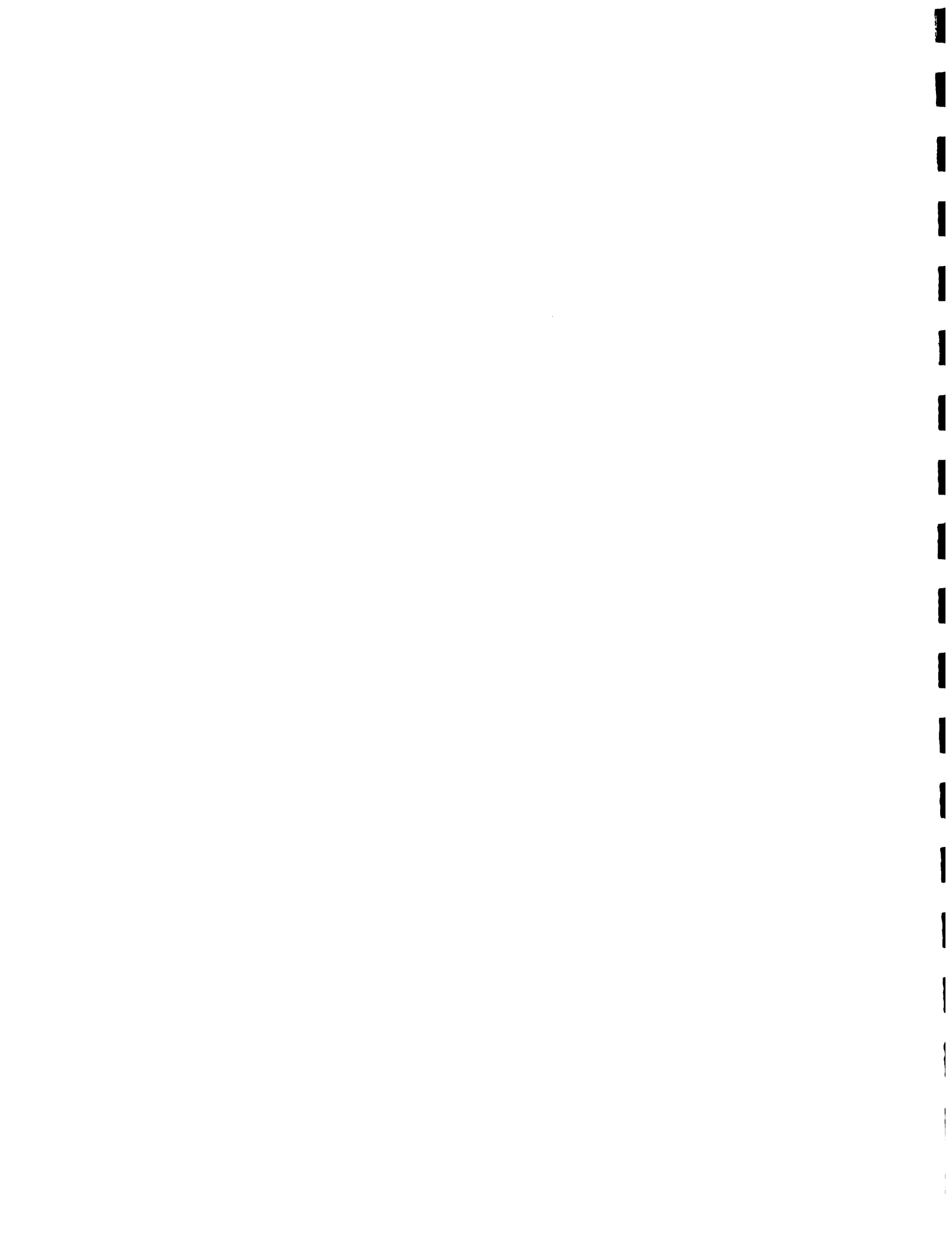
Papas.

La papa es un cultivo muy importante para la dieta nacional y enteramente destinada al mercado doméstico. Es uno de los cultivos con comercialización más imperfecta; la oferta con frecuencia sobrepasa los requerimientos de la demanda, lo cual ocasiona altibajos en los precios sin que se haya podido establecer un sistema que contribuya a regularizar la situación. Las perspectivas de exportación de semilla de papa son halagadoras y se adelantan los contactos y proyectos.

Cereales básicos: trigo, arroz y maíz.

Los tres productos demandan divisas importantes para suplir los faltantes con importaciones. En 1982 se requirió de cerca de US\$ 240.000.000 para proveer las importaciones de los faltantes de estos tres productos. Son asimismo rubros susceptibles de incrementar su producción local y sustituir a corto plazo parte importante de las importaciones.

La producción nacional de trigo se redujo notablemente en los últimos años. De una producción de casi un millón de toneladas en 1980/81 se llegó en la reciente temporada a aproximadamente 600.000 y la demanda nacional se acerca a 1,7 millones de tons.

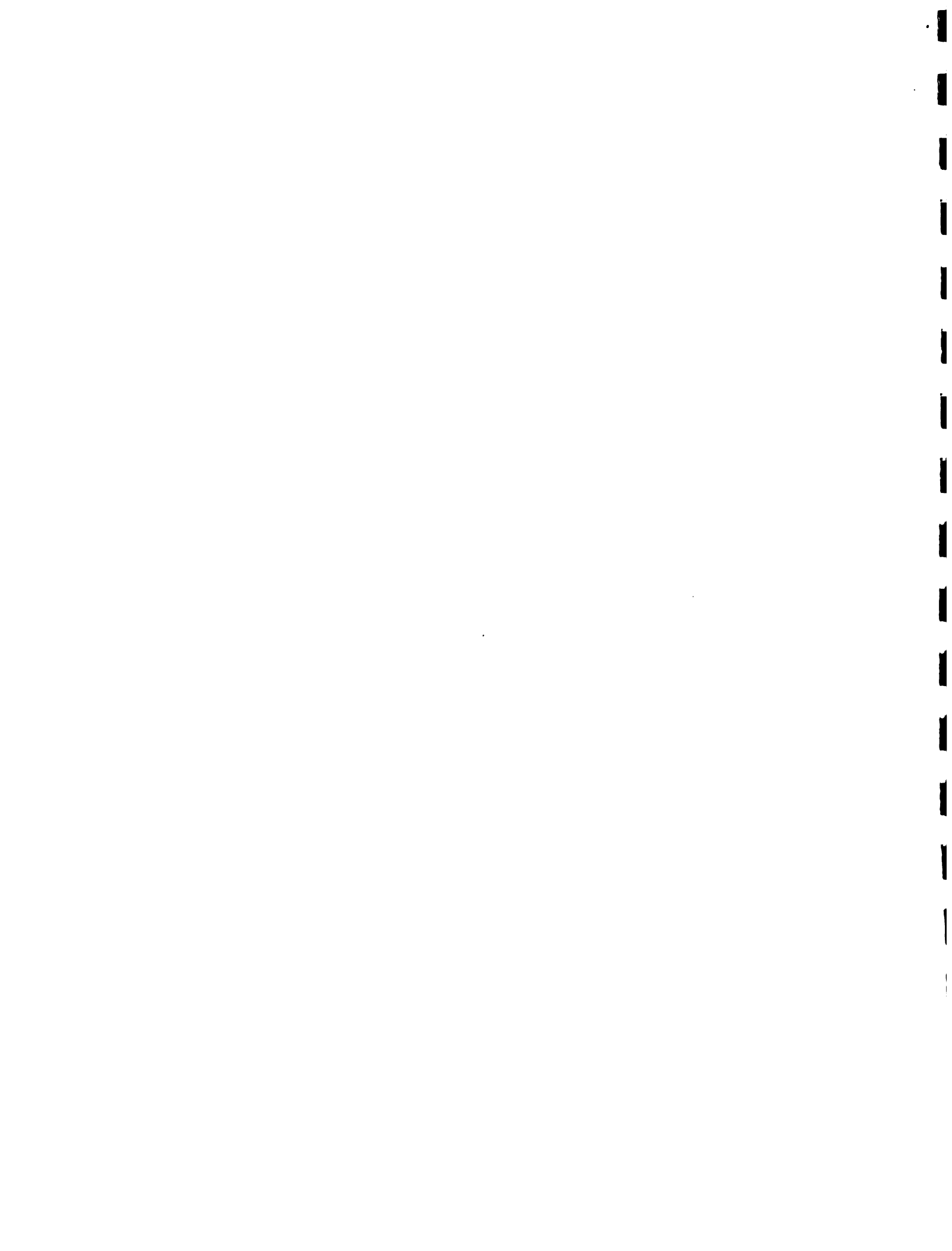


La causa primordial la constituyó la competencia del trigo importado y los menores precios pagados por el trigo nacional. Los precios reales del trigo al productor base Santiago en plena cosecha fueron en 1979 de \$ 1.360 el quintal y bajaron alrededor de \$ 1.000 en 1982.

En zonas de producción en plena cosecha durante la temporada 81/82 se cotizaron los precios alrededor de \$ 600 - \$ 700.- nominales el quintal, y hubo casos de pequeños productores que recibieron menos de \$ 500 y pagos diferidos con letras de cambio, en condiciones en que el equivalente con el trigo importado estaba por encima de \$ 1.000 qq. En esa temporada fue más evidente que por problemas de imperfección del mercado (oferta atomizada y demanda concentrada en pocos poderes de compra en los molinos), los precios internos no reflejaron la equiparidad con el trigo importado de similar calidad. A los industriales de la molinería les resultaba más rentable el trigo importado, no sólo por el factor precio sino por la financiación a bajo costo que traía el producto extranjero.

La caída vertical del precio y la escasa demanda por el trigo nacional de la cosecha 81/82, desestimuló las siembras con la consecuencia de menor abastecimiento local y mayor importación para la presente temporada.

Para la cosecha de la temporada reciente, los productores representados por la Confederación Nacional de Cooperativas del Agro, COPAGRO y el Ministerio de Agricultura trazaron un plan de regulación de comercialización y de los precios, mediante la apertura de un Poder Comprador por parte de COPAGRO y el establecimiento de un precio mínimo de compra que reflejaba automáticamente el precio del trigo de similar calidad que se importa al país. El poder de compra operó en la mayor parte de las zonas productoras, entre Febrero y Abril/83, adquirió cerca del 5% de la cose-



cha nacional y sus precios impusieron un mínimo que rigió en el mercado nacional, con cubrimiento no inferior al 80% de las regiones y de las transacciones.

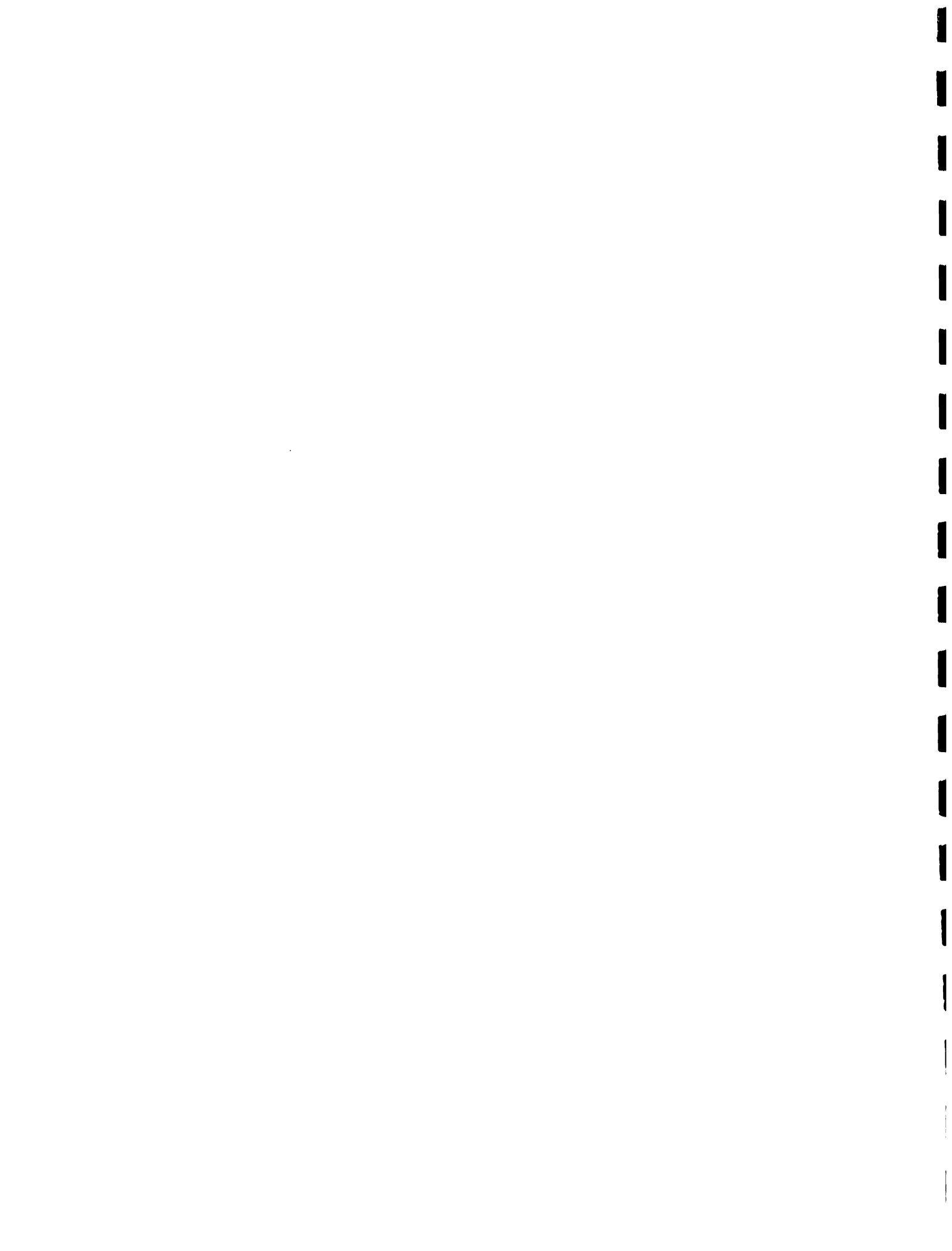
Con este poder comprador se demostró que podía operar un poder regulador con el auspicio y el apoyo del Estado, pero no necesariamente en manos de una Agencia Gubernamental. COPAGRO, en su calidad de Confederación Nacional de Cooperativas pudo ejercer tal responsabilidad en la búsqueda del objetivo principal de hacer que rigiera un precio en el mercado nacional.

Los resultados satisfactorios del primer poder regulador animaron a la apertura de nuevos poderes compradores en maíz y arroz. En maíz la producción nacional ha venido en aumento, en los últimos años, con la excepción de 1982. Por su parte, la tendencia general de las importaciones es también de incremento. Los precios, por el contrario, han registrado una baja constante, siendo la más pronunciada la de 1982.

El maíz ha sido un cultivo hacia el cual se han volcado los productores desplazados de otros cultivos en donde los precios y las condiciones del mercado han registrado mayor deterioro (trigo, oleaginosas, frijoles y otros). Ha demostrado mayor adaptación a los cambios tecnológicos y en un corto período de tiempo se han registrado incrementos importantes en los rendimientos y bajas en los costos de producción.

El maíz, también ha presentado problemas de comercialización, derivados de la existencia de una oferta atomizada de muchos productores y una demanda localizada en un grupo muy reducido de compradores, que son los industriales de los alimentos para animales y de los productores avícolas que se hallan integrados verticalmente.

Similar a la situación del trigo, para los industriales resultaba hasta antes de 1983 más conveniente importar el maíz y por



ello dejaron en segundo plano la cosecha nacional, cuyo precio al productor en centros de producción llegó a bajar a \$ 600.- nominales por qq. y aún a menor precio en plena cosecha, nivel que estaba muy por debajo del maíz importado. Los pagos eran diferidos y el poder de compra muy restringido e incierto.

El maíz tiene sin embargo, la virtud de ser un producto con cualidades de ser manejado post-cosecha por el productor en la chacra, sin mayor peligro de daño. El agricultor, en especial el pequeño y mediano, puede secar el maíz ya sea desgranado o en coronta y almacenarlo por varios meses, empleando bodegas rústicas pero aceptables para conservar la calidad del producto por varios meses. De esta manera, un sector importante de productores reduce la presión de la oferta en plena cosecha y trata de regular la salida al mercado en función de los precios.

Por las anteriores razones el maíz llegó a mantenerse en los últimos años como un cultivo líder, además de tener un consumo nacional creciente, en razón principal del fuerte crecimiento de la producción avícola.

En la cosecha de 1983 aparece COPAGRO en el mes de Marzo como poder comprador sustentando un precio mínimo de \$ 1.000.- qq., base Santiago, más reajuste de precio según la venta que haga COPAGRO en el momento más oportuno, regulando la oferta a través del año.

Esta fórmula de precio rindió efectos inmediatos y activó la demanda. Los industriales, salieron a competir con un precio de \$ 1.100.-, puesto en sus plantas. Estos precios significaron un incremento cercano al 100% en valores nominales, frente a los pagados en plena cosecha en la temporada anterior.

El precio mínimo de COPAGRO ha regido en la casi totalidad de las zonas de producción, con la ventaja para el productor de contar con mercado transparente y seguro. Ha reducido su exig



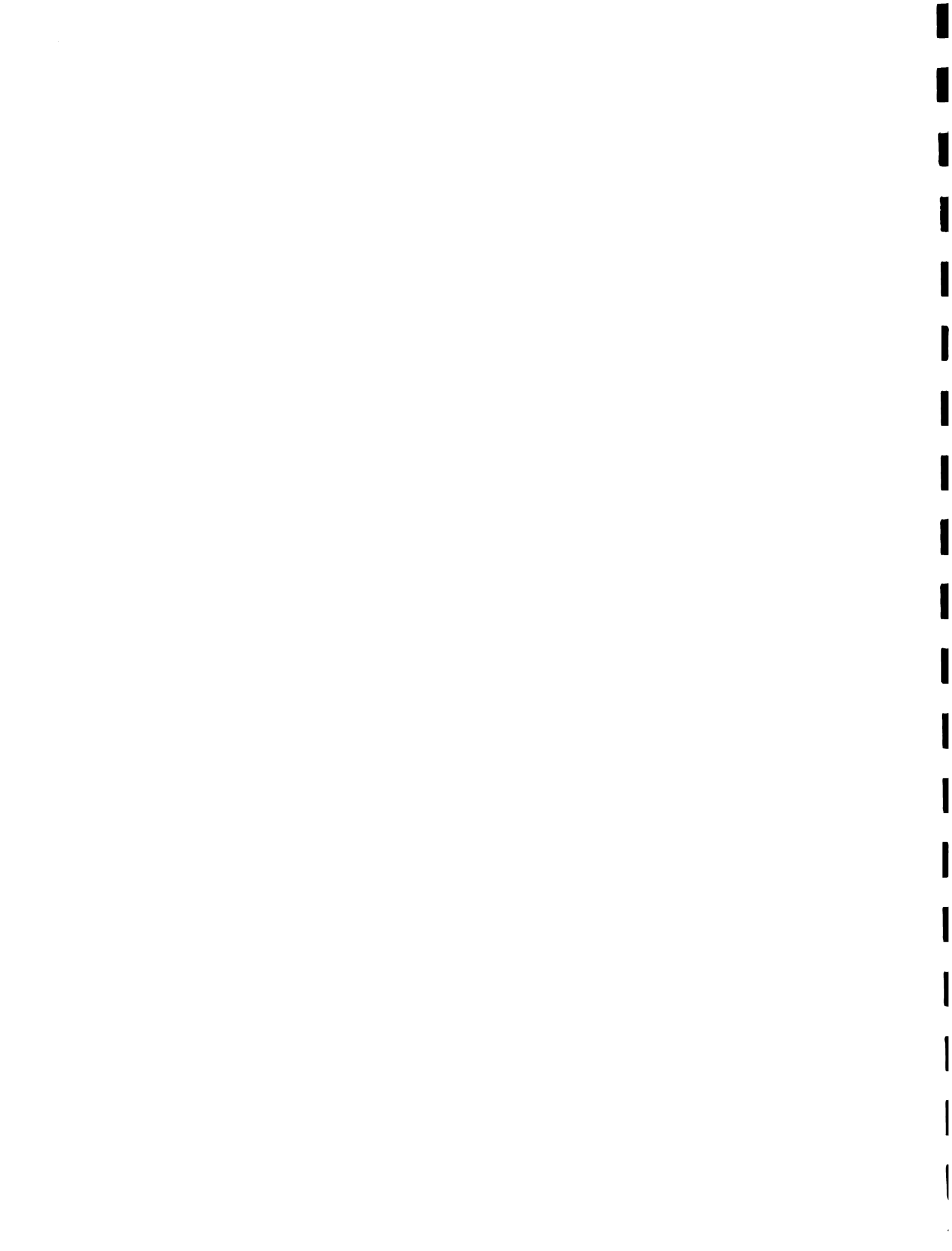
cia por almacenar excedentes en la chacra, ya que al entregar la cosecha a COPAGRO, esta queda depositada y financiada por el sistema "Warrants", para salir al mercado en el momento mas oportuno. En arroz, la producción nacional, ha tenido altibajos, debido tanto a problemas climáticos como al desestímulo ocasionado por la baja de precios.

El país ha tenido años de autoabastecimiento e incluso de exportaciones de arroz, y asimismo ha registrado cifras muy altas de importaciones como las de 1980 (alrededor de 26 millones de dólares).

La producción nacional es de tipo grano corto y en cambio las importaciones han sido básicamente de grano largo delgado de superiores calidades culinarias. Ello ha constituido un atractivo especial para los consumidores de medianos y altos ingresos, y se puede decir que ello está contribuyendo en parte a orientar los hábitos de consumo hacia calidades que no se producen en el país. Tampoco hay certeza de cultivarlas en el corto plazo por adaptación de variedades.

La cosecha 1980/81 contó con precios relativamente altos, pero en la del 81/82 hubo bajas sustanciales y carencia de interés por la cosecha nacional. Los precios nominales puesto molino en plena cosecha estuvieron alrededor de \$ 600 a \$ 700.- el qq. y pagos diferidos sin ajuste monetario. Ello ocasionó un desestímulo para la presente cosecha 82/83 que, además de presentar reducción en el área sembrada, registró bajas en los rendimientos tanto por problemas climáticos como por el empleo de menor tecnología de cultivo.

En Marzo del presente año COPAGRO abrió poderes compradores de arroz en las zonas productoras, para sustentar un precio básico de \$ 1.000 puesto en planta de recibo, más reajuste por venta posterior. Similar al maíz, COPAGRO recibe el arroz y anticipa



al productor el precio básico, deduciendo las comisiones y descuentos por manejo y acondicionamiento del producto. Se almacena y financia por el sistema "Warrants" y se regula la oferta en busca del momento más oportuno para la venta.

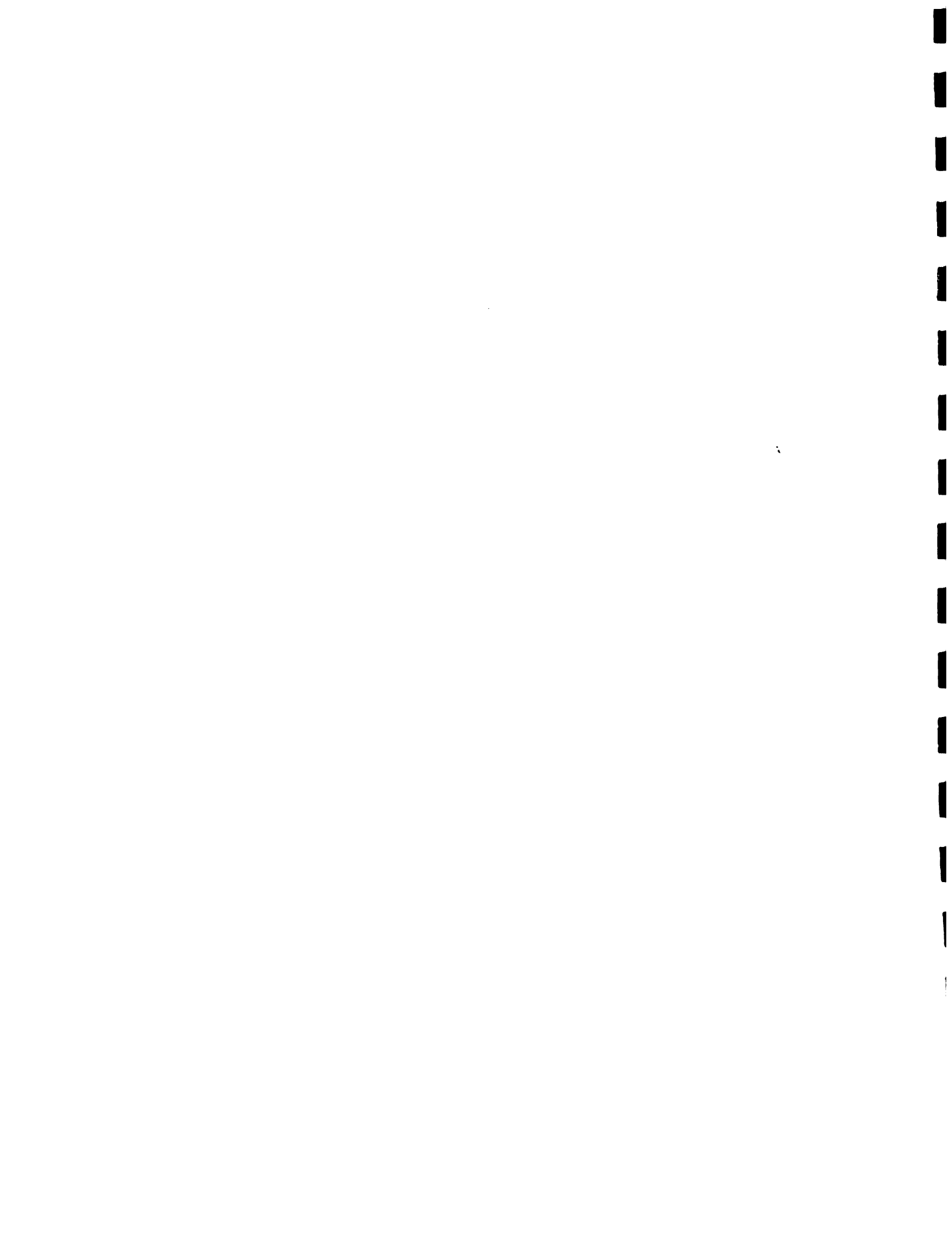
El precio básico de COPAGRO ha logrado imponerse en la mayor parte de los mercados, a pesar de que sus compras no son voluminosas en relación con la cosecha.

La acción de los tres poderes compradores de COPAGRO ha sido alentadora para los productores, quienes consideran que de haber poderes reguladores del mercado para los próximos años, se incrementarán los cultivos considerablemente.

Coincidente con ello, y ante la meta trazada por el Gobierno de buscar la sustitución de importaciones en aquellos rubros en donde el país tiene condiciones para ello, el Ministerio de Agricultura comenzó a fijar las medidas de política en Comercialización y a crear instrumentos de fomento a la producción. A Mayo/83, ya se cuenta con las políticas de comercialización del trigo, que anuncian un precio mínimo garantizado para la temporada 83/84. Se estableció también un crédito cerealero con amplios recursos y cuya garantía es la propia cosecha, a fin de no limitar la participación de usuarios que tuvieran dificultad de presentar garantías de otro orden.

b) Hortalizas.

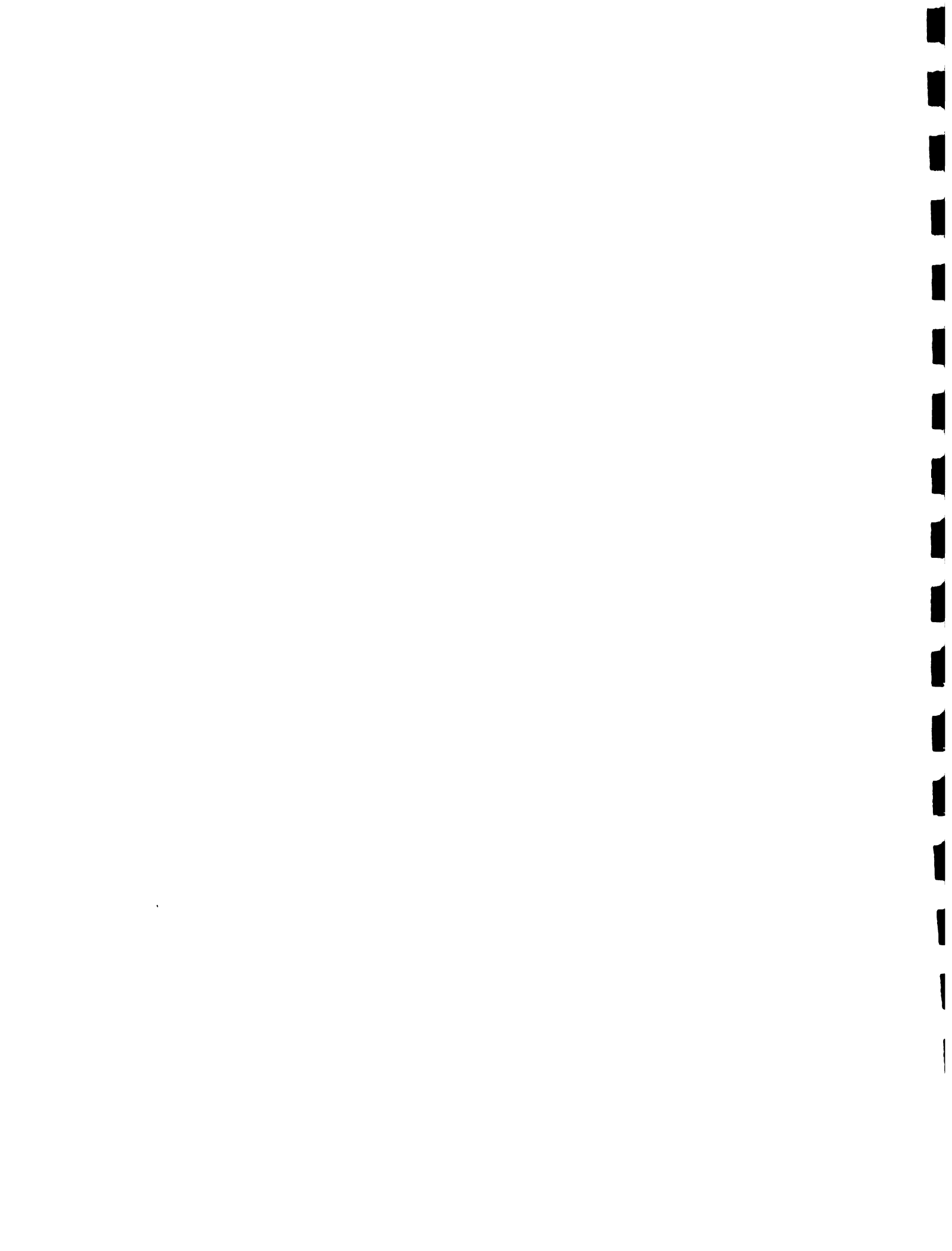
La producción hortícola, si bien tiene muy poca vinculación con el mercado externo, es muy importante tanto por el gran número de pequeños productores que involucra, como por la ocupación que genera. Este rubro contribuye entre el 20 y 23% del valor de la producción agropecuaria, siendo superior al frutícola, a pesar de que genera menos divisas.



El crecimiento de las áreas sembradas de hortalizas ha sido acelerado debido, por una parte, al sucesivo fraccionamiento de la tierra de riego que ha orientado a los pequeños productores a realizar cultivos intensivos y además a la acción de los consumidores que han incrementado sus demandas por hortalizas variadas.

En la comercialización de hortalizas los problemas se sintetizan en la estrechez de los mercados y en el anticuado sistema de venta, con extensos canales de mercadeo, los que ocasionan mermas y costos excesivos encareciendo los precios al consumidor. Se agrega también la alta incertidumbre de precios y mercados. El sistema de comercialización de las hortalizas es el menos coordinado en los procesos de producción y venta. Los productores plantan como un juego al azar. A veces, la cosecha acierta con buenos precios pero en la mayoría de las veces no ocurre así. En ese proceso, el productor espera algún día acertar con precios altos para compensar los precios negativos. La ventaja del ciclo corto de los cultivos permite reducir en parte los riesgos y acomodarse a las circunstancias.

El sistema mayorista de comercialización de hortalizas (así como el de frutas para mercado interno) es altamente dependiente del mercado mayorista de Santiago, lo cual crea una centralización excesiva con costos innecesarios, que podrían reducirse si hubiera mercados regionales de acopio y distribución en las zonas de producción. El mercado mayorista de Santiago es además anticuado, imperfecto en la demanda, insuficiente en área física y mal localizado. Esta situación genera altas deseconomías en el sistema nacional de comercialización de hortalizas y frutas para mercado interno.



En hortalizas de exportación el país ha hecho un buen desarrollo tecnológico y experiencias valiosas de venta. Las mayores limitantes están en la lejanía de los mercados y en los altos costos de los fletes, ya que en la mayoría de los casos el flete aéreo es la única alternativa en exportación de hortalizas.

c) Frutas.

La comercialización de frutas tiene características especiales por el alto avance del país en tecnología de producción y de exportación.

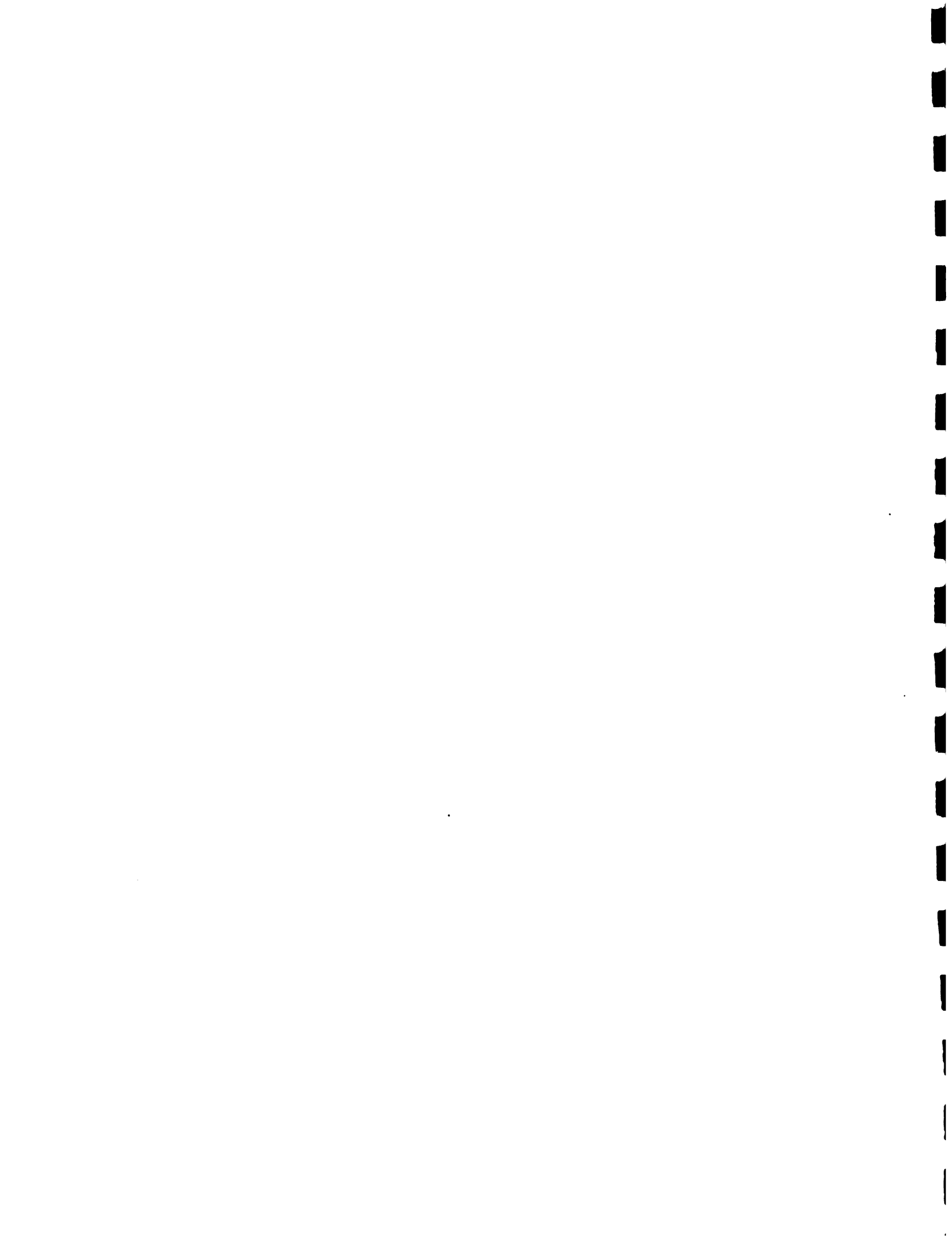
En la comercialización externa, se cuenta con un sistema institucional conformado por compañías especializadas, de diverso tamaño, capital e instalaciones, establecidas para hacer una eficiente comercialización, tanto en la fase de preparación del producto en el país, como en la exportación.

Existen alrededor de 30 compañías especializadas en la comercialización de fruta para exportación, de las cuales un 80% son de capital nacional y el resto extranjeros o de capital mixto.

Usualmente las compañías de exportación se encargan de las siguientes fases en el proceso:

- acopio de la fruta en los "packing" de la empresa.
- selección y preparación de la fruta para la exportación.
- almacenaje refrigerado y planeamiento de los embarques.
- embarque de la fruta y entrega en términos FOB o CIF a una compañía extranjera que se encarga de la venta en los mercados externos.

Las compañías exportadoras concertan con los productores el recibo de la fruta, desde el inicio del año frutícola. En este sentido se señala que hay buena coordinación entre los procesos de producción y de comercialización para cualquier tipo de fruticultor, ya sea grande, mediano e incluso para pequeños.

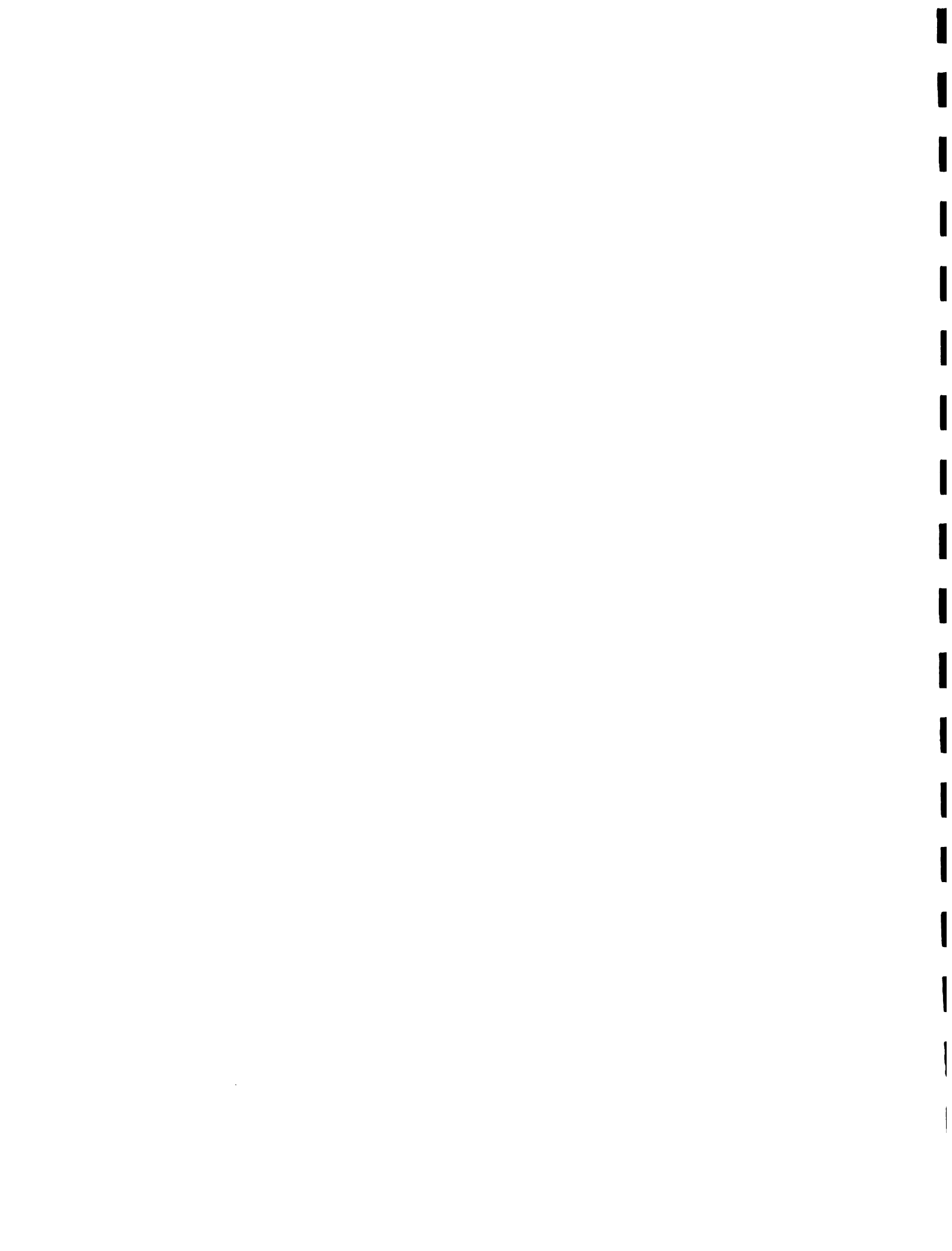


Hasta el año 1980 hubo alta incidencia de contratos en los cuales el productor recibía un precio fijo por la fruta en el momento de la entrega al exportador. Es decir, eran contratos de compra-venta directa. Sin embargo, en dicho año comenzaron a presentarse quiebras de compañías frutícolas que no pudieron controlar los riesgos de los precios y de la colocación de toda la fruta en los mercados externos.

A partir de 1981 las compañías exportadoras adoptaron la estrategia de recibir la fruta en consignación y trasladar al productor todos los riesgos de la comercialización y de los precios. Al inicio del año frutícola, se firman contratos de compra-venta en consignación, que abren al productor la perspectiva de contar con un canal de comercialización seguro y le dan derecho a recibir de parte de la empresa exportadora varios beneficios, tales como anticipos en dinero y especie hasta el equivalente a un valor mínimo garantizado por la fruta, asistencia técnica, información, envases y otros.

Por su parte, la empresa exportadora se asegura un suministro de fruta y puede programar sus gestiones de búsqueda de mercados externos.

En general puede decirse que el sistema opera con relativa eficiencia y ello ha contribuido al desarrollo frutícola que ha elevado sus exportaciones desde 116 millones de dólares en 1978 hasta 249 millones en 1982. Se han abierto mercados en países que antes no eran clientes de Chile y se ha producido un cambio tecnológico en la producción y en la comercialización, lo cual ha sido beneficioso no sólo para la propia fruticultura de exportación, sino también para el mercado interno y para otros cultivos.



Las áreas plantadas con frutales de exportación pasaron de 65.673 Hás., en 1974, hasta 92.012 Hás. en 1982. Es justamente dicho crecimiento el primer causante de uno de los problemas relevantes de la fruticultura.

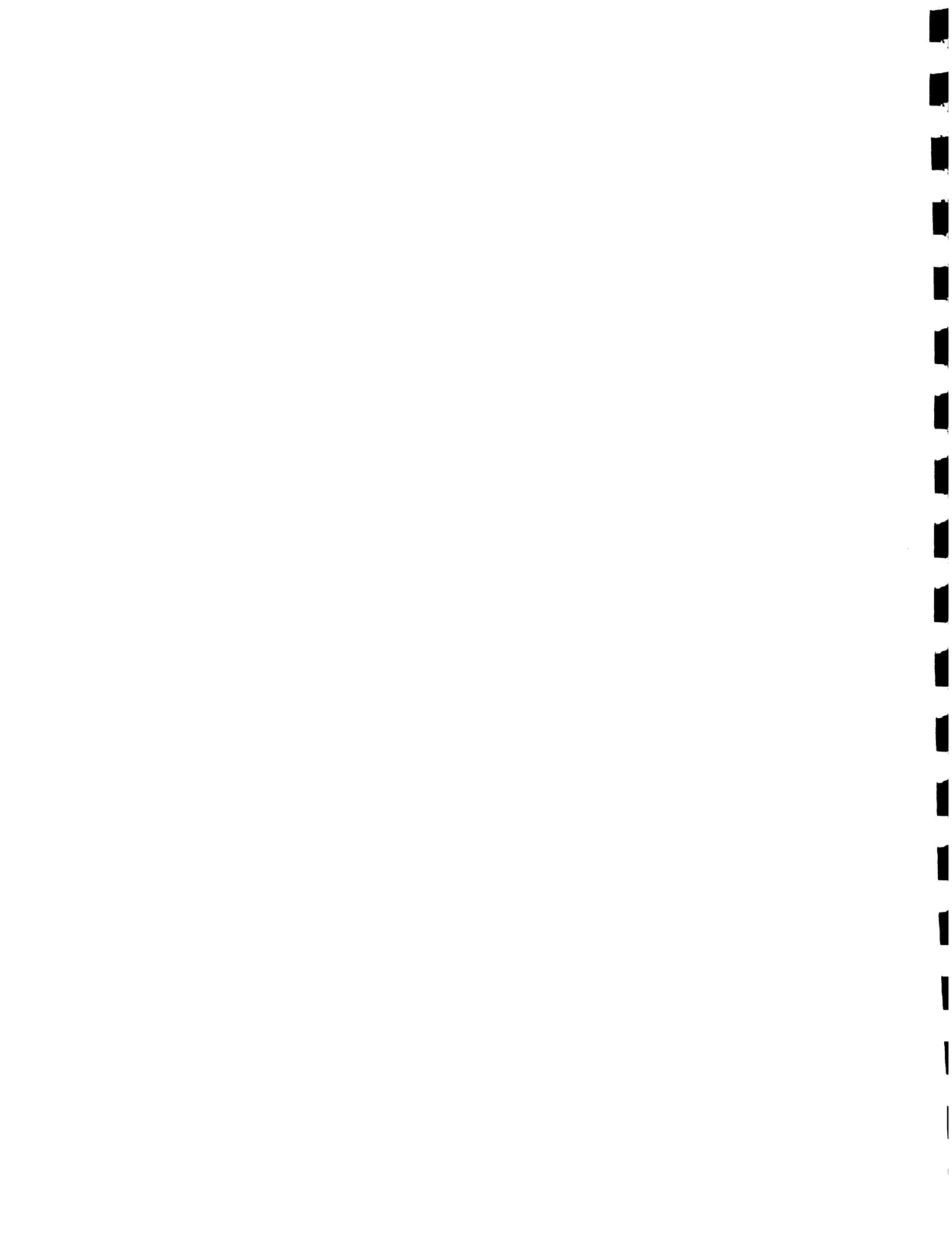
Los problemas actuales de la fruta de exportación se sintetizan en los siguientes factores:

a) En varios rubros frutícolas, la oferta exportable en ocasiones supera la demanda por la fruta chilena, quedando partidas sin mercado.

b) Se trasladan a los productores todos los riesgos de la comercialización, de costos, de los precios y de los mercados.

Los grandes productores han logrado reducir en parte los riesgos al organizarse para crear compañías propias o vincularse a empresas que les permiten llegar a los mercados con preferencia. Sin embargo, los menos organizados y los pequeños productores, reciben mayor medida el impacto de los riesgos. A causa de ello, se pueden ver balances alternativos de años con saldo positivo y de otros con balance negativo, por falta de mercado o caída de precios.

c) La oferta chilena de fruta para los mercados externos es competitiva entre sí y no presentan un frente común. Es frecuente que varias compañías (4-5 y en casos más), se presenten en un mismo mercado con fruta chilena sin coordinación entre sí y por el contrario, en abierta competencia con consecuencias obviamente negativas. Además la oferta de fruta chilena tampoco ejerce una coordinación para contrarrestar la acción de la competencia de otros países, que en cambio sí presentan un frente unificado mediante instituciones tales como "marketing boards" y otros.



d) La oferta nacional se estimula principalmente por las señales que da el mercado y en menor medida por medio de una programación de otro orden. Los años de precios altos alientan las plantaciones, sin considerar que se trata de cultivos permanentes y resultaría compleja la regulación posterior de las áreas ante evidencias de problemas por saturación de mercados.

Se han planteado soluciones de diverso orden. Una de ellas sería con la constitución de un fondo de comercialización de fruta, que permitiera crear reservas de los años de precios altos para compensar las caídas de las otras temporadas. En especial, el fondo buscaría captar recursos para auspiciar las acciones de un frente común de la fruta chilena en los mercados externos: normalización de la oferta, apertura de canales propios de comercialización, investigación de mercados, promoción de mercados, publicidad, transporte aéreo e industrialización de excedentes. Paralelo al desarrollo de las empresas de comercialización de fruta para mercado externo, se han instalado industrias procesadoras que utilizan los excedentes. La mayor limitante de esta industria la constituye nuevamente el mercado, el cual es insuficiente tanto en su ámbito interno como en el exterior. Grandes volúmenes de fruta se pierden por falta de mercado para la fruta procesada. Solamente en uva de mesa, se calcula que más del 80% de la fruta calidad no exportable debe botarse por no existir mercado para los diversos productos que de ella se pueden extraer (jugos, pasas, vinos, alcoholes, etc.).

La comercialización interna de fruta, tanto de las variedades exportables como de destino exclusivo para el mercado interno, presenta las características de un mercado centralizado con gravitación en el mayorista tradicional. Tiene canales de comercialización típicos de un sistema más centralizado, con altos costos y mermas de comercialización. Incluso la fruta no exportable, que sale de los "packing" de las compañías exportadoras se entrega en su mayor parte al mayorista tradicional.



Por otra parte, sectores importantes de consumidores de los grandes centros urbanos carecen de un eficiente abastecimiento de fruta nacional.

Ante el acentuado crecimiento de la oferta de fruta disponible para el mercado nacional, los estudios han conducido a señalar, como primera estrategia recomendable, la acción en el propio país para buscar la ampliación y racionalización en el mercado. Se plantean instrumentos tales como la creación de canales más avanzados de comercialización, la instalación de infraestructura en los mercados y fundamentalmente la creación de entidades de comercialización interna que permitan innovar y mejorar el sistema. Las propias compañías exportadoras que tienen responsabilidades de vender los excedentes no exportables, estarían en condiciones de crear una institución que permitiera modernizar el sistema, buscando reducir los márgenes de comercialización y los precios al consumidor, irradiar la oferta en todos los mercados y sectores del país y fortalecer el mercado interno como receptor de la mayor oferta no exportable.

d) Vinos.

El sector de los productores de uva vinífera está representado por 30.000 agricultores, de los cuales 28.400 poseen predios cuya superficie plantada con viñas es inferior a las 5 hás., y sólo 1.600 poseen superficies que superan esta cantidad. Esta distribución de la propiedad de las viñas existentes en el país le da una enorme importancia social a la explicación de este rubro.

La producción de vino creció entre 1978 y 1982 al pasar de 561 millones de litros en el primer año a 610 millones de litros en el último (1982). Este aumento de la producción se ha debido a un incremento del 5% de la superficie plantada y a un mejoramiento de la productividad.



De los 610 millones de litros producidos en 1982, aproximadamente un 2% se destina a la exportación y el 98% restante al mercado interno. De este último, cerca de 4% se destina a la elaboración de pisco y menos de 1% a alcohol vínico (96º G.L.).

El consumo interno de vino alcanza a los 480 millones de litros, quedando en la última temporada un "sobrestock" de aproximadamente 100 millones de litros sin mercado, el que representa un porcentaje superior al 16% de la producción nacional. La baja en el consumo y la mayor producción son los causantes principales del problema.

Los problemas de sobre oferta se han reflejado en los precios. El precio medio del vino en el período 1977-1982, ha pasado de un índice 100 en 1977, a un máximo de 194 en 1980, para caer a un índice 91 en 1982. A principios de 1983. el índice bajó a 66, lo que equivale a precios al productor cercanos a los \$3.- por litro de vino blanco y \$ 8.- por litro de vino tinto. El sistema de venta de estos mostos es mediante pagos diferidos a 10 y 12 meses, sin intereses.

El problema para los viñateros se ha tornado bastante crítico debido a esta significativa caída de los precios, lo cual ha llevado a pensar a ciertos agricultores en sólo realizar los cuidados culturales y de manejo mínimos en la nueva temporada que se avecina, lo que acarrearía una baja en la producción para el año 1984.

Las exportaciones de vino representaron en 1982 ingresos de divisas por un monto cercano a los 11 millones de dólares, frente a los 20 millones de dólares que se obtuvieron en 1980.

De esta manera, la demanda por el vino chileno se ha reducido no sólo en el mercado interno, sino también en el externo, generando una acumulación de mayores existencias sin mercado en la actualidad.



La producción de pisco ha experimentado similar problema. Se han formado "stocks" en las últimas temporadas que no poseen mercado interno ni tampoco en el exterior.

La uva pisquera se produce en el norte del país, en valles irrigados enclavados en regiones semidesérticas. En tiempos normales este rubro ha sido una interesante alternativa de cultivo para los productores, de los cuales un 80% son pequeños cultivadores.

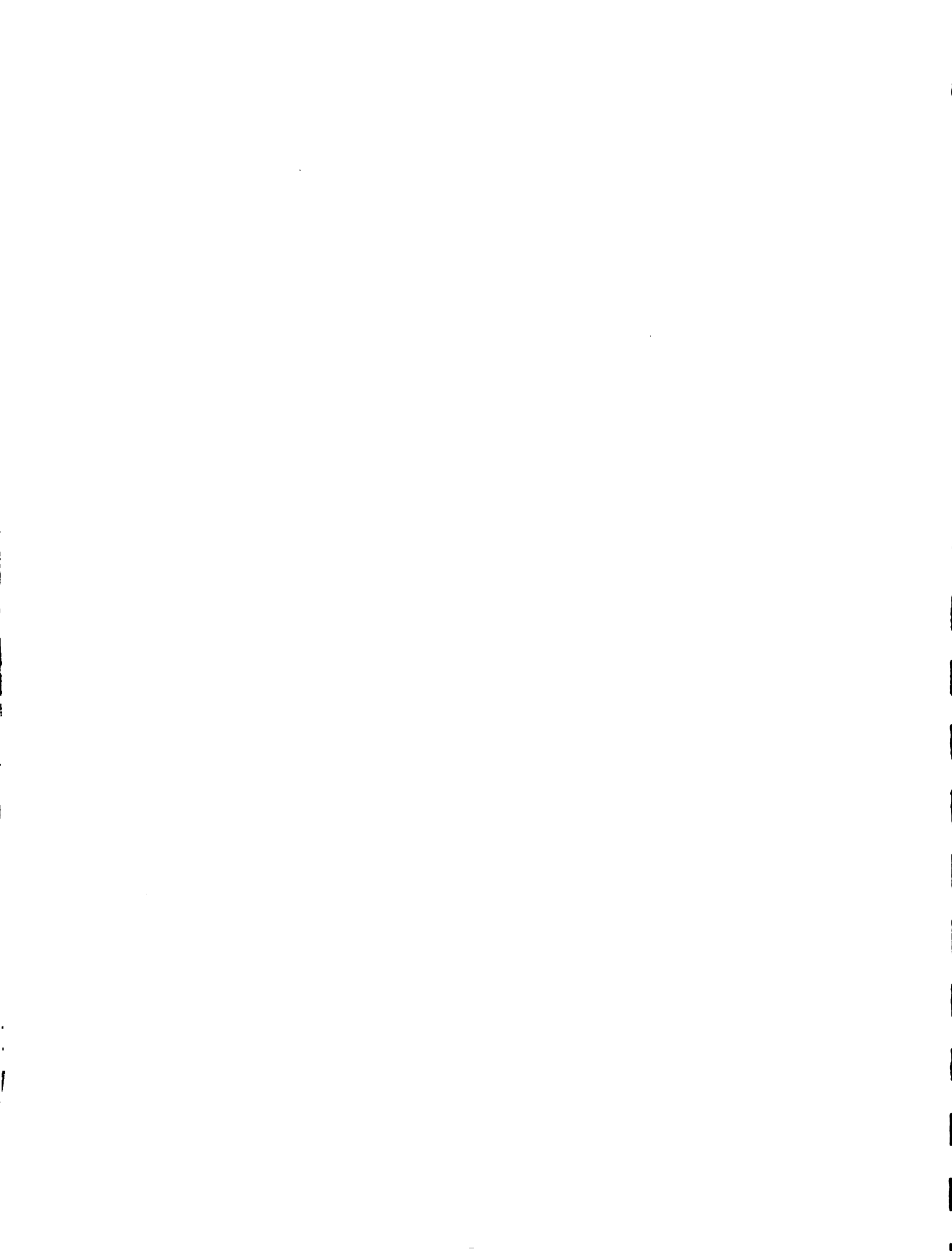
La mayoría de los productores de uva pisquera están organizados en cooperativas que cuentan con amplias y modernas instalaciones para el procesamiento, almacenaje y comercialización del pisco. Los productores entregan la uva a la cooperativa en calidad de consignación. La cooperativa procesa y comercializa el pisco y va entregando retornos a los socios en la medida que se hacen efectivas las ventas.

Las cooperativas cuentan también con otros servicios, tales como exportación de uva producida por sus socios, agroindustrialización y asistencia técnica.

El sistema cooperativo en la producción pisquera ha demostrado eficiencia y un notable esfuerzo por el desarrollo de la industria de la uva en sus distintas oportunidades.

Cuatro de las principales cooperativas pisqueras, que manejan más del 90% de la producción nacional, están afiliadas a Copagro. Poseen modernas instalaciones y organización para comercializar interna y externamente la producción, incluida la exportación de uva de mesa.

En la actualidad el Ministerio de Agricultura, Copagro y la Federación de Cooperativas Vitivinícolas estudian la situación creada con el "sobrestock" de vino. Entre las alternativas que se barajan para comercializar el excedente es mediante su transformación en alcohol vínico, el cual podría ser posteriormente



adicionado a los combustibles para vehículos en proporción del 1% de alcohol y un 99% de gasolina.

e) Carne.

Entre las regiones VIII, IX y X se concentra aproximadamente el 72% de la masa bovina existente en el país. En estas mismas regiones se reúne el 3% de la población rural del país, (1.035.500 habitantes aproximadamente), en su gran mayoría pequeños productores, vinculados a la producción ganadera.

La masa bovina ha ido evolucionando durante los últimos años al pasar de 3.300.000 cabezas en 1975 a 3.750.000 en el año 1982. Si bien es cierto que la masa bovina ha ido creciendo durante los últimos años, esto no ha significado un mayor consumo de carne bovina per cápita. Muy por el contrario, el consumo promedio de carne vacuna por habitante ha disminuído de 20,3 Kg. en 1974 a sólo 17,2 Kg. a fines de 1982.

La disminución del consumo de carnes rojas fue sustituido por las carnes blancas (principalmente ave). Estas pasaron de un consumo de 11,3 Kg. en 1974 a 17 Kg. en 1982.

El aumento de la masa ganadera bovina y la disminución del consumo de carnes rojas ha traído como consecuencia que el país haya llegado prácticamente al autoabastecimiento de este tipo de carne y debe mirar en el futuro hacia el mercado externo para dar salida al excedente de su producción.

En 1974 Chile debió importar 43.410 tons. de carne faenada de vacuno para cubrir la demanda nacional, lo cual significó un desembolso de 45.500.000 de dólares. En 1982, las importaciones se reducen a 5.055 tons., con un valor de 10.400.000 dólares.



Los precios de la carne en pie han sufrido un marcado deterioro pasando de \$ 67,6 en 1978 a sólo \$ 44,1 por Kg. en Abril de 1982 (moneda Abril de 1982). Igual situación se ha producido con la carne en vara al pasar de \$ 121,83 a sólo \$ 85 por Kg. en el mismo período de tiempo.

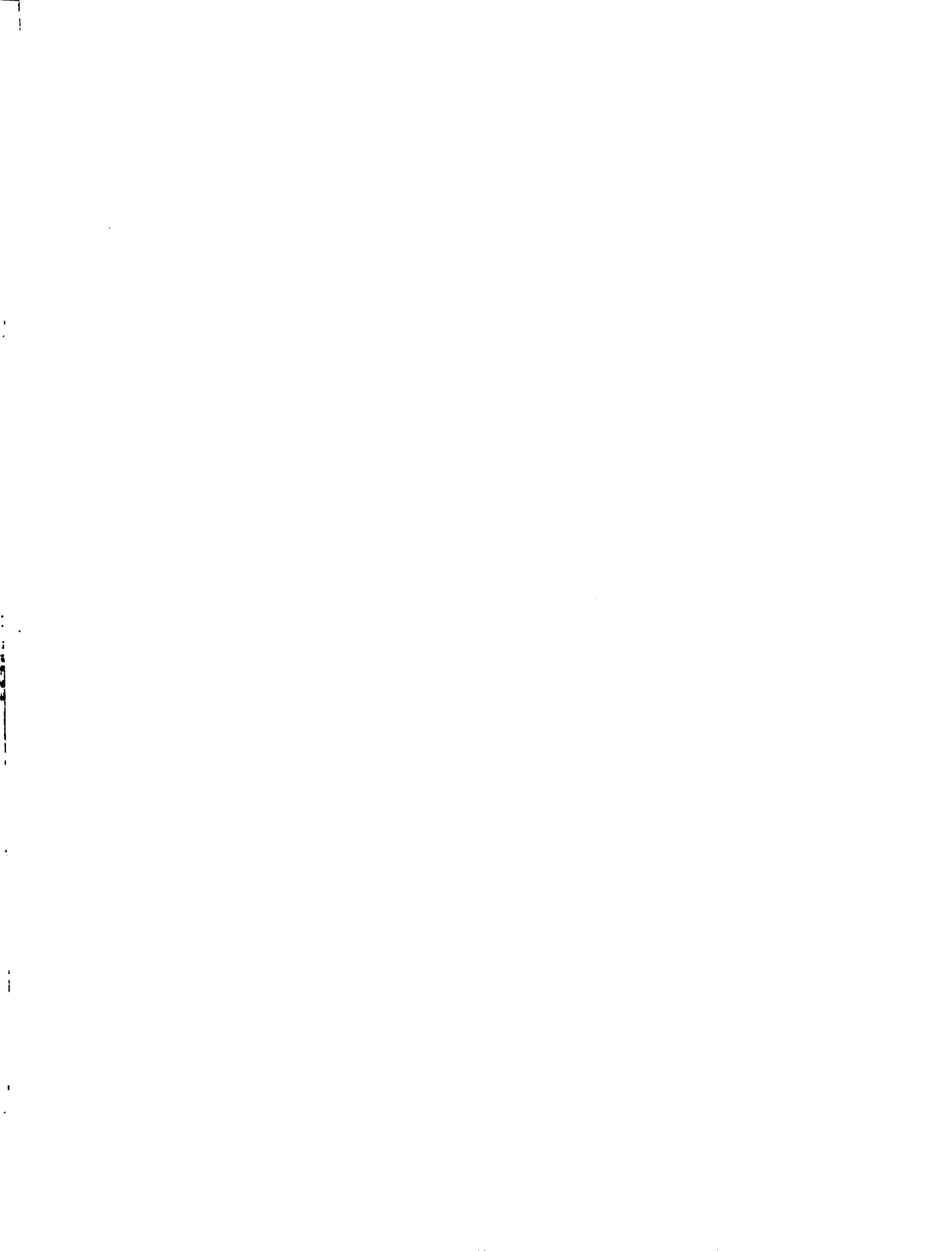
Esta situación se ha debido a una baja importante en el precio de la carne de ave y a una disminución en el ingreso que se ha observado últimamente en el país.

Chile posee recursos naturales que permitirían continuar aumentando significativamente la masa ganadera nacional. Dicho aumento debería canalizarse principalmente a través del comercio externo. Para que esto se pueda llevar a cabo se requeriría mejorar la infraestructura de faenamiento de los animales a fin de cumplir con los requisitos impuestos por los países importadores. Además debe mejorarse la calidad de la producción de carnes rojas, su faenamiento y presentación. De no suceder así, sería difícil que el país logre acceso masivo a los mercados internacionales.

Conforme estudios autorizados, se ha detectado que los productores de carne deben enfrentar un mercado imperfecto donde los intermediadores logran importantes ingresos en desmedro de los agricultores.

Esta situación se debe a que los productores de carne, al igual que la mayoría de los productores del agro, no se encuentran organizados, lo cual permite la acción de un número excesivo de intermediarios.

Se calcula que la participación del productor sobre el precio de la carne al consumidor es de un 40%. Dicho porcentaje podría llevarse a un 57% si el acopio y transporte hasta el ingreso del animal al matadero lo efectuara una organización de productores.



En resumen se podría afirmar que mientras los agricultores no logren una adecuada organización y no participen en etapas claves en el canal de comercialización, incluyendo la propiedad sobre centros de faenamiento y centrales de frío, será difícil que mejoren sus ingresos por concepto de obtención de precios más estables y mayores márgenes en la comercialización.

f) Leche.

La producción nacional de leche durante el período comprendido entre los años 1978 y 1982 ha fluctuado entre un máximo de 1.200 millones de litros el año 1981 y un mínimo de 953 millones el año 1979. En el transcurso del año 1982 la producción nacional alcanzó a 1.056 millones de litros.

Puede afirmarse que la producción lechera tuvo un crecimiento sostenido desde 1979 y hasta 1981, para luego caer levemente en 1982.

Los precios de este producto durante el período 1979 a 1982 han sufrido un marcado deterioro al caer desde \$ 9,2 por litro en 1979 a sólo \$ 6,5 en 1982 (ambas cifras corresponden a precios promedio año, expresados en moneda constante de Enero de 1983). La caída de los precios de la leche vino a reflejarse en una menor producción nacional sólo el año 1982, como se puede apreciar en el Cuadro Nº 19.

La producción interna de leche no alcanza a satisfacer la demanda nacional, por lo cual deben efectuarse importaciones de leche en polvo y otros derivados lácteos.

Durante el período en estudio, las importaciones de leche en polvo variaron entre un máximo de 17.960 toneladas el año 1979, con un valor CIF de 17,8 millones de dólares, y un mínimo de 11.365 toneladas en 1982, con un valor de 6,1 millones de dólares. La tendencia es la baja en las importaciones.

THE
LAW
OF
THE
STATE
OF
NEW
YORK
IN
RELATION
TO
THE
PRACTICE
OF
THE
COURTS
AND
OFFICES
OF
THE
JUDICIAL
DEPARTMENT
AS
AMENDED
BY
CHAPTER
OF
THE
LAW
REVISED
BY
THE
COMMISSIONERS
OF
THE
COURTS
AND
OFFICES
OF
THE
JUDICIAL
DEPARTMENT
IN
1915

Las importaciones de queso y mantequilla han alcanzado en el periodo a un promedio cercano a las 7.000 toneladas anuales con un valor total de 18 millones de dólares. Durante el año 1982 no se registran importaciones de queso.

En resumen, se podría concluir que la producción nacional de leche es insuficiente para cubrir las necesidades del país, por lo cual deben efectuar importaciones para cubrir el total de la demanda interna.

Recientes informaciones obtenidas de fuentes oficiales indican que el precio de la leche a los productores ha mostrado, en lo que va transcurrido del año 1983, una franca recuperación, pasando de \$ 6,5 a fines de 1982 a \$ 10.- y \$ 11.- por litro a Mayo de 1983.

Esta significativa alza en el precio se ha debido a nuevas políticas arancelarias implementadas por la autoridad económica que fueron el aumento del arancel general de importación de un 10% a un 20% y el aplicar un Derecho específico de 385 dólares por tonelada de leche importada.

Estas medidas tuvieron por objeto proteger la producción nacional de políticas de exportaciones subsidiadas aplicadas a la leche por ciertos países exportadores.

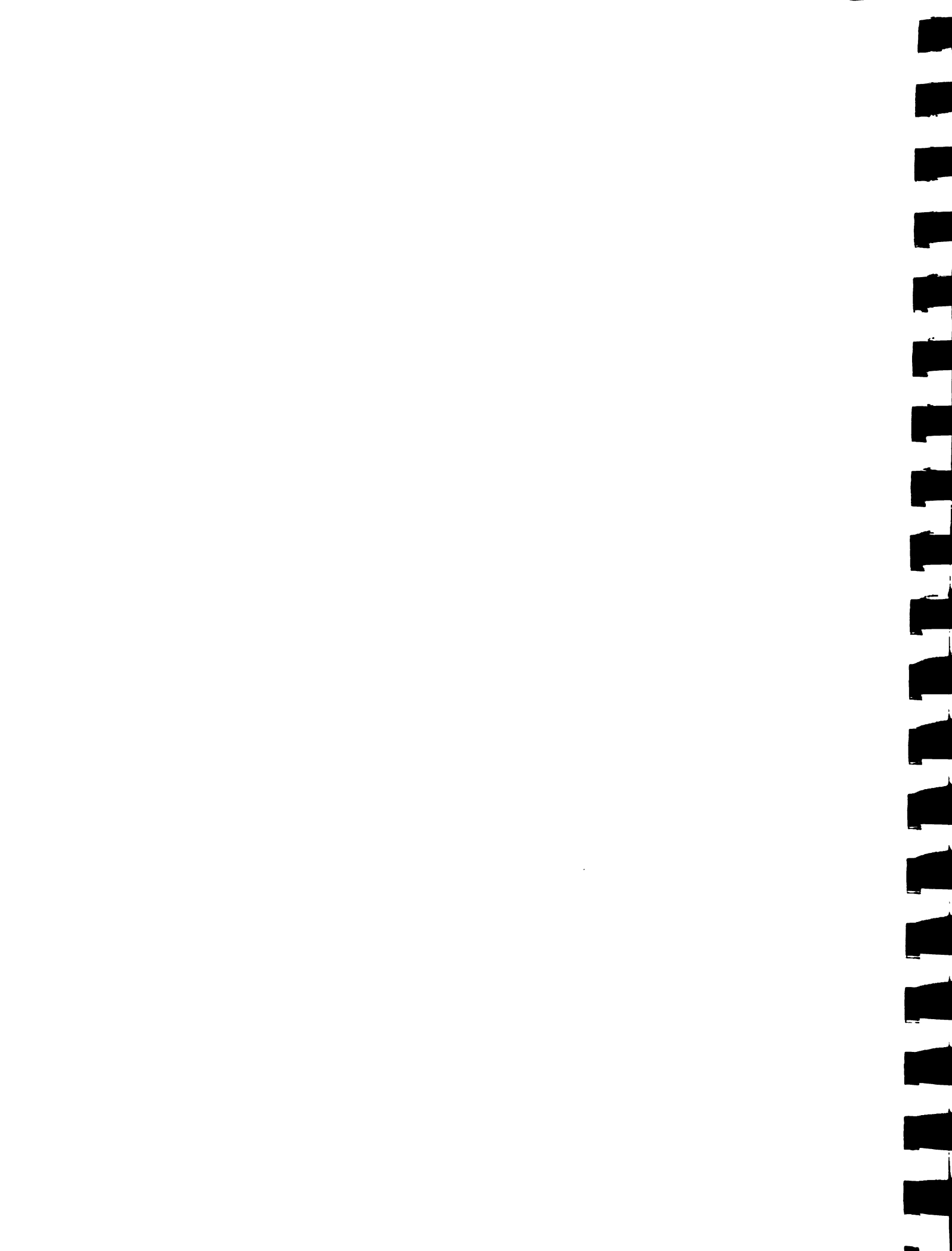
III. SINTESIS DEL PROBLEMA DE COMERCIALIZACION.

3.1. Resumen del problema y objetivos generales del Proyecto.

A partir del año 1981 la comercialización de los productos de origen silvoagropecuario se ve seriamente enfrentada a una situación de crisis, la que se ha reflejado en una baja de los precios reales de estos productos, en una disminución de oportunidades de venta y en un aumento de las incertidumbres de sus diferentes mercados. Sectores importantes de productores y volúmenes considerables de producción han tenido dificultades para encontrar mercados tanto dentro como fuera del país. Todo ello ha repercutido muy fuertemente en los productores del sector agrícola, llegando incluso en algunos rubros a acumularse "stocks" de cosechas, lo que se ha traducido en forma generalizada en una caída sustancial de los ingresos y en el incumplimiento de los compromisos financieros por parte de los agricultores.

La consecuencia general para el sector agrícola ha sido la baja sustancial y progresiva que ha sufrido en los últimos años la producción de importantes rubros, especialmente los de consumo interno, y entre ellos los más afectados han sido aquellos influenciados por el mercado internacional. Además, se han incrementado las incertidumbres para las decisiones del productor y una pérdida de confianza por parte de estos en la eficiencia de los mecanismos reguladores del mercado, y de la formación de los precios en un mercado abierto de libre competencia.

Frente a esta situación en que se ha visto afectada la comercialización de los productos de origen silvoagropecuarios, el Supremo Gobierno, actuando por medio del Ministerio de Agricultura,



en coordinación con los Ministerios de Hacienda y de Economía, ha decidido impulsar medidas conducentes a mejorar las condiciones actuales de la comercialización interna de los principales productos agrícolas, así como para la ampliación de nuestros mercados externos.

Dentro del contexto de la comercialización interna de productos, a partir de 1982 se ha comenzado a implementar, sobre la marcha, poderes compradores para algunos importantes rubros tales como trigo, maíz y arroz. Estos poderes compradores son ejecutados por el sector privado, a través de COPAGRO, con el apoyo gubernamental.

Lo crítico de la situación obligó a adoptar medidas para regular la comercialización, que si bien rindieron algunos frutos, exigen una evaluación y junto con ello dar los pasos necesarios para institucionalizar una acción duradera hacia el futuro.

Al no existir una entidad pública de comercialización, y asimismo, al mantenerse vigente el marco conceptual de la política gubernamental que señala que la regulación de la comercialización se hará con el sector privado y dentro del esquema de libre mercado, se debe buscar una estrategia de comercialización que conjugue los intereses de los productores por una parte, y la acción del Estado con sus limitaciones y orientaciones. El gobierno nacional está aportando recursos y esfuerzos tendientes a apoyar la reactivación del sector agropecuario y se considera como instrumento básico para canalizar dichos recursos, a los productores organizados.

Por esta razón, se presenta Copagro como entidad representativa de vastos sectores de productores en todo el país.

Estarían claros los objetivos en materia de comercialización y los medios institucionales para lograrlos. Pero aún se desconoce cuales serían las estrategias para implementar acciones permanentes y efectivas tendientes a mejorar la comercialización agrope-



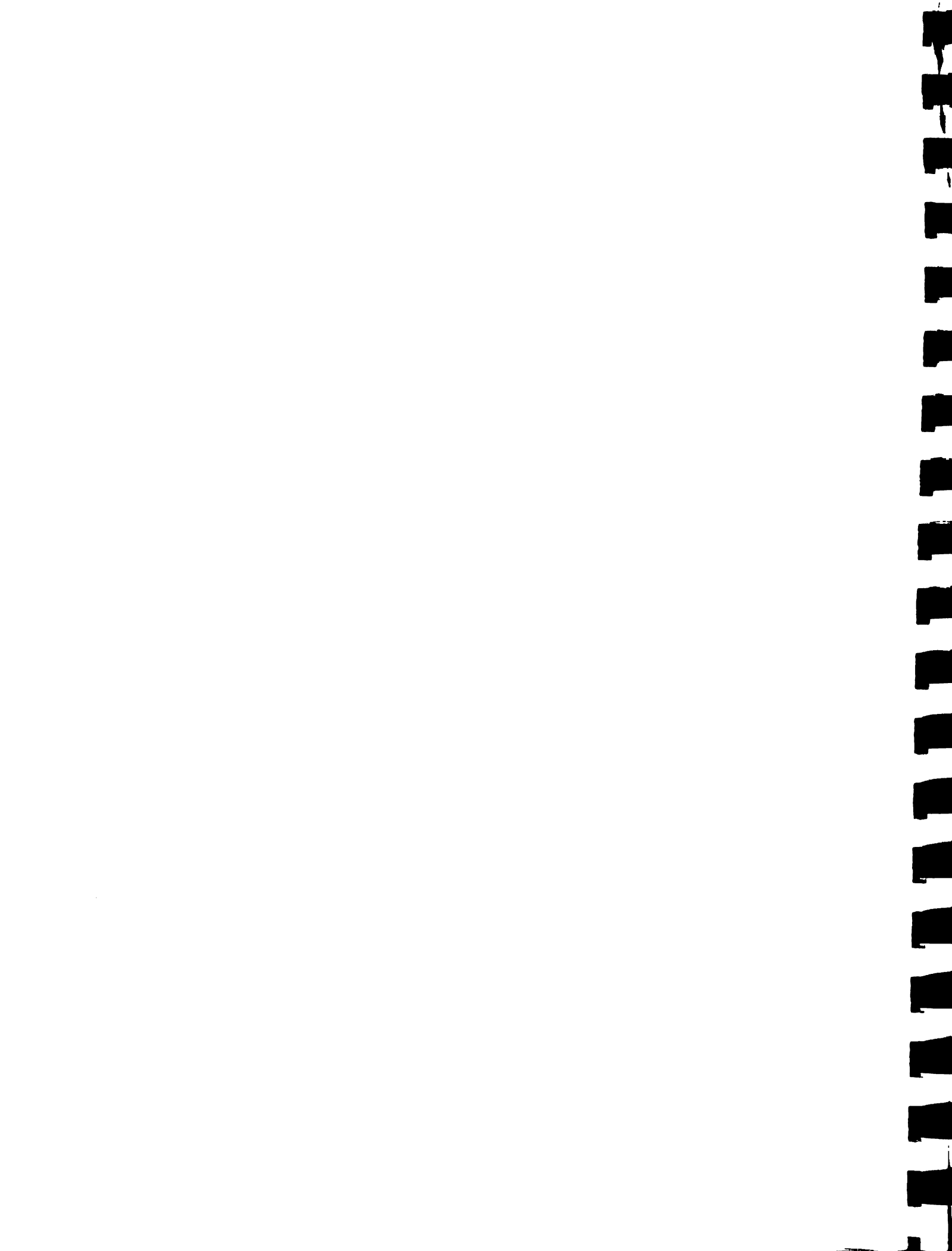
cuaria, llevando beneficios a los productores con mejores precios y mercados más seguros; a la vez que a los consumidores, con un abastecimiento eficiente en oportunidad y costos.

El presente proyecto pretende hacer los estudios y cumplir las tareas necesarias para identificar y diseñar la estrategia de comercialización más acertada que beneficie a los productores dentro del marco de la estrategia de desarrollo nacional.

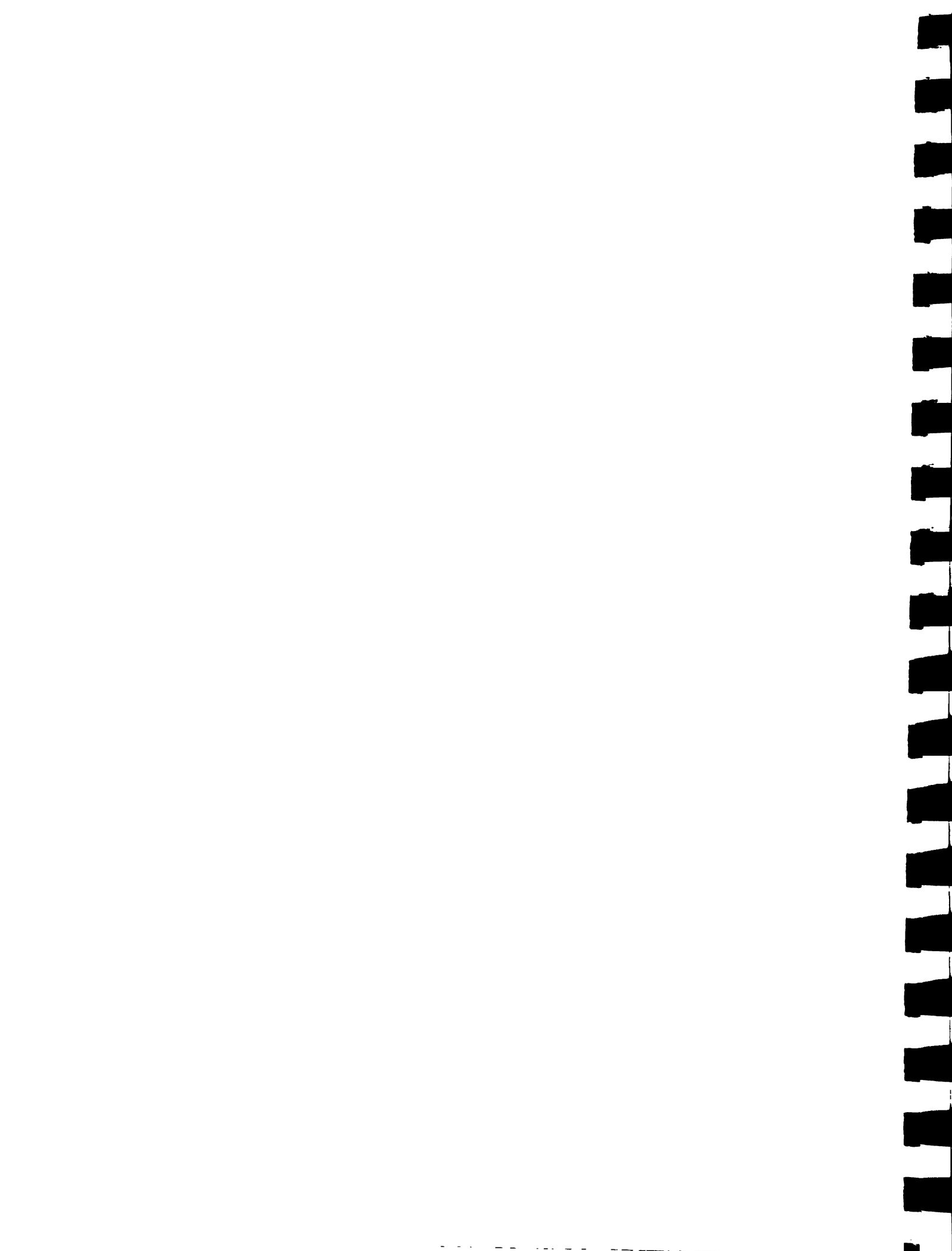
3.2. La primera intervención de Copagro en la regulación de la comercialización de cereales.

A raíz de los problemas evidenciados en el proceso de comercialización y niveles de precios de los productos agropecuarios en los últimos dos años, situación que llevaba a un notorio deterioro de la agricultura nacional, la Confederación Nacional de Cooperativas del Agro Ltda., COPAGRO Ltda., inició la búsqueda de acciones tendientes a solucionar de la mejor forma posible este problema.

Fue así como después de diversos estudios, COPAGRO, con el apoyo del Ministerio de Agricultura, logró establecer poderes compradores para trigo, maíz y arroz, tres cereales de alta incidencia en la situación de la agricultura nacional y cuyos precios habían llegado a un grado de depresión que desalentaban su cultivo. Como resultado de la acción de estos poderes compradores, que adquirieron alrededor del 10% de la producción nacional de estos productos, se logró un amplio efecto de sustentación de los precios pagados al productor, ya que la producción no adquirida por COPAGRO se vendió a precios iguales o superiores a los pagados por la Confederación. Además las condiciones de pago de la producción fueron este año mucho más ventajosas que en años anteriores ya que se canceló prácticamente al contado.



Otro efecto altamente positivo de estos poderes compradores ha sido el estímulo que ellos han provocado en los agricultores para aumentar sus superficies de siembra en estos cultivos.



IV. EL MARCO DEL PROYECTO.

4.1. Estrategia de desarrollo del sector agropecuario.

Los datos presentados por el resumen del diagnóstico permitieron ver la situación crítica del sector agropecuario manifestada en una caída en la producción nacional y en los precios.

Históricamente el sector agropecuario ha demostrado ser sensible tanto a medidas que lo resienten como a las medidas de reactivación. Concretamente hay dos áreas en donde demuestra agilidad en la reactivación a corto plazo: en la generación de empleo y en la sustitución de importaciones. También en el incremento de exportaciones, al reaccionar ante medidas cambiarias favorables.

El gobierno ha escogido dos áreas prioritarias de acción para impulsar la reactivación del sector agropecuario que son la comercialización y la transferencia de tecnologías.

Se considera por una parte que la agricultura puede crecer principalmente mediante mejoras en la productividad. Sin embargo, el principal elemento que puede motivar a los productores a invertir y a adoptar tecnologías mejoradas es el hecho de contar con un marco institucional, y de políticas de comercialización. Si no se cuenta con instrumentos de comercialización, no habría el inicio de una recuperación en la producción agropecuaria.

En concordancia con los postulados, el Ministerio de Agricultura, ha comenzado a implementar medidas tales como:

- a) Precios mínimos garantizados en cereales básicos y respaldo a poderes compradores privados.
- b) Instalaciones de comercialización que están en poder de Corfo y que pertenecieron a la ECA, se ponen al servicio de las organizaciones de productores.

- c) Recursos financieros para que funcionen poderes compradores privados y puedan almacenar excedentes mediante "warrant".
- d) Asesoría y apoyo técnico a las organizaciones de productores para constituir poderes compradores.
- e) Asesoría y apoyo técnico y financiero al sector privado en la promoción de exportaciones silvoagropecuarias.

Paralelo a los instrumentos de comercialización. se están estableciendo los relativos al crédito y la transferencia de tecnología mediante programas de asistencia técnica a pequeños y medianos productores y crédito de fomento cerealero.

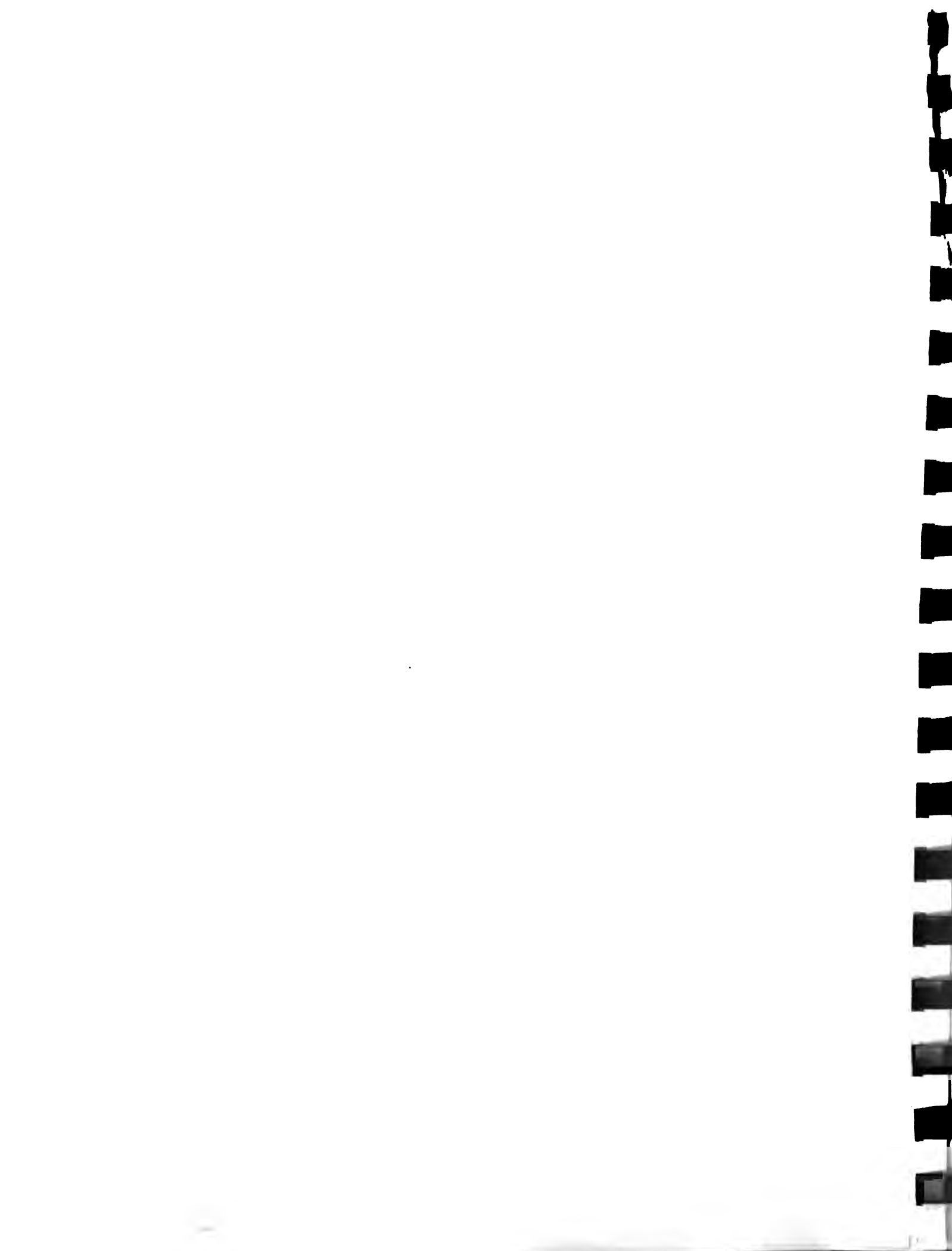
En el inicio de las siembras para la temporada 83/84, se comenzaban a notar los beneficios de las primeras medidas con el incremento notorio en las áreas sembradas de trigo de invierno.

4.2. Estrategia de Comercialización Agropecuaria.

4.2.1. Políticas recientes en comercialización.

En materia de comercialización agropecuaria, el Gobierno Nacional ha trazado recientes disposiciones que pueden sintetizarse en los siguientes aspectos:

- a) Sustitución de importaciones en productos estratégicos y en los cuales el país ha demostrado capacidad de autoabastecerse en una alta proporción de su demanda.
- b) Establecimiento de mecanismos de fijación de precios mínimos que hagan regir en el mercado interno la equiparidad de los precios del mercado internacional en una serie de productos básicos.
- c) Regulación de excedentes de cosechas sin mercado mediante instrumentos tales como "warrants" para financiar su almacenaje; facilitación a los productores de las instalaciones de



almacenaje de la Ex-ECA, transformación de productos que sobrepasan la demanda tradicional para emplearlos en otros usos, regulando los mercados; exportación de excedentes y otros.

d) Protección de la producción nacional y regulación de los mercados, mediante la creación de aranceles adicionales compensatorios a los productos importados que sean objeto de subsidios especiales y "dumping" en sus países de origen.

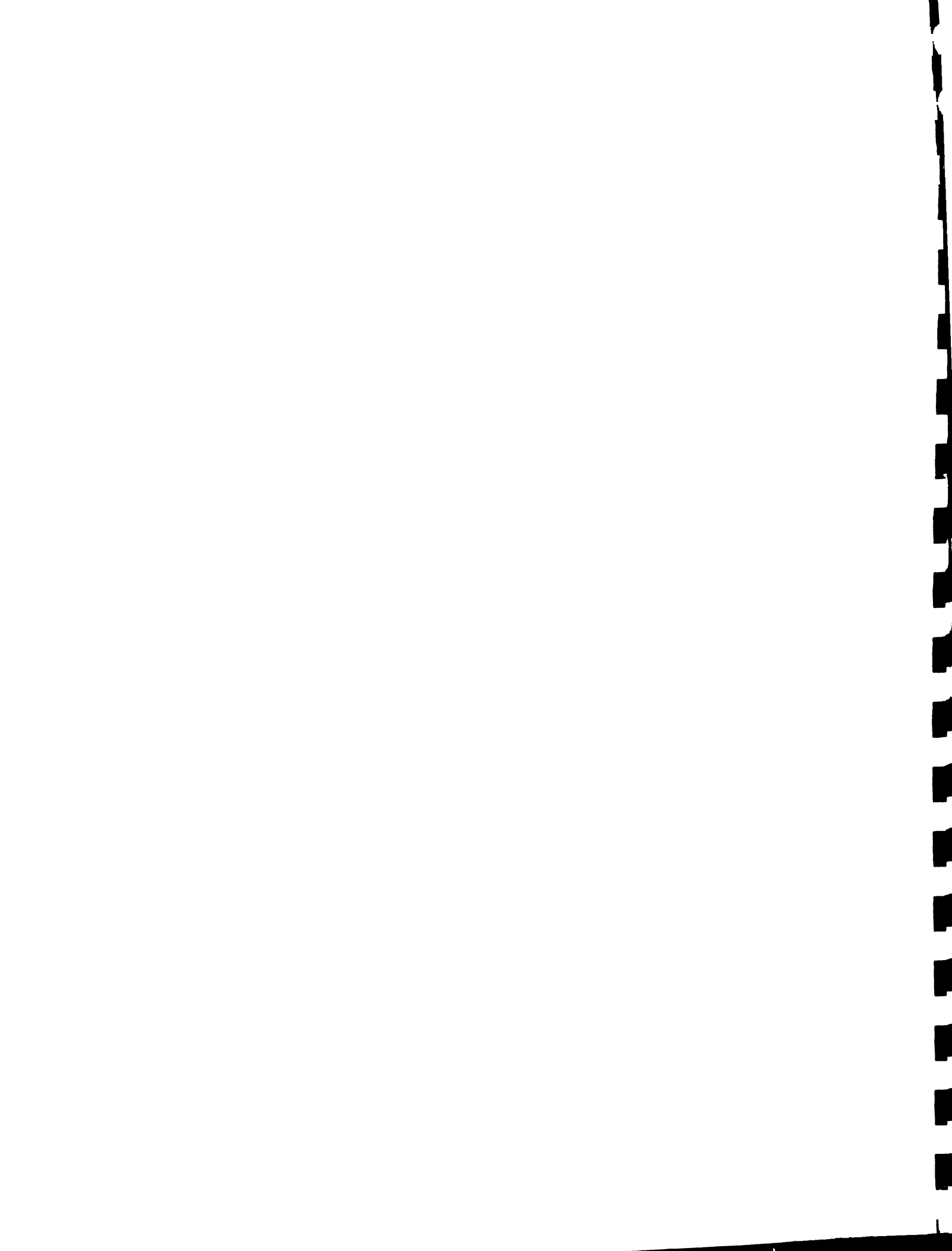
e) Apoyo gubernamental al sector privado (la promoción de exportaciones, mediante recursos de distinto orden orientados a la investigación de mercados externos; a la adecuación de la producción interna para acoplarse a los requerimientos de la demanda externa; a la búsqueda de acuerdos y convenios que permitan remover barreras de distinto orden para hacer efectivo el incremento de las exportaciones nacionales.

4.2.2. Instituciones claves para una estrategia de comercialización.

El sector privado es el agente principal de ejecución de la comercialización. El sector público es el encargado de las políticas, de las orientaciones y de los recursos subsidiarios de apoyo que hagan efectivo y eficiente el sistema de comercialización, evitando distorsiones que puedan crear grupos de participantes en búsqueda de algún provecho personal.

En la comercialización agropecuaria son claves por parte del sector público:

a) El Ministerio de Agricultura, en sus distintos órganos, entre los cuales sobresale ODEPA por su responsabilidad como organismo asesor tanto en comercialización interna, como en lo relativo al enlace que hace ODEPA con los órganos especializados de promoción de exportaciones. ODEPA tiene además la responsa-



bilidad específica de coordinar los 14 comités mixtos (sector público y sector privado) de promoción de exportaciones agropecuarias.

- b) El Ministerio de Relaciones Exteriores, a través de Prochile en lo relativo a la promoción de exportaciones.
- c) Los Ministerios de Hacienda y de Economía, en lo relativo a las políticas de comercio, aranceles de importación y en la dotación de recursos financieros.

Por parte del Sector Privado hay un número incontable de empresas y órganos de variada responsabilidad, pero se destaca la institución que últimamente ha establecido los mayores nexos con el sector público para poner en práctica programas nacionales de regulación de la comercialización. Se trata de la Confederación Nacional de Cooperativas del Agro Ltda., COPAGRO Ltda.

Copagro es una entidad de tercer grado que agrupa alrededor de 50 de las principales cooperativas del sector rural, las cuales asocian una cifra cercana a los 20.000 productores.

Su creación data del año 1974 y su dirección está a cargo de un Consejo formado por representantes de las cooperativas, agrupadas en distintos sectores de producción.

Las principales funciones de Copagro se centran en el otorgamiento de apoyo financiero, contable, técnico agropecuario y de comercialización a las cooperativas afiliadas. Entre estas funciones se destacan, hasta este momento, labores que han alcanzado gran relevancia, tales como un Programa Nacional de Transferencia de Tecnologías y otro de Comercialización de granos básicos. A través de las cooperativas asociadas se encuentran representados los diferentes sectores de la actividad agrícola. Existen



cooperativas lecheras, vitivinícolas, avícolas, eléctricas rurales, pisqueras, frutícolas y de servicios múltiples.

Cooperativas lecheras: en la actualidad nueve cooperativas lecheras de primer grado y una de segundo grado, distribuidas entre las regiones V Y X, están incorporadas a Copagro. Estas agrupan un porcentaje significativo de los productores de este Rubro. Poseen importantes industrias donde se recibe gran parte de la producción con la cual se elabora leche fluida, queso, mantequilla y otros subproductos.

Cooperativas vitivinícolas: siete organizaciones de primer grado y una de segundo grado constituyen la representación de este sector en Copagro. Abarcan todo el sector de producción vitícola, el cual se extiende entre las Regiones Metropolitana y Octava. La mayoría de los asociados a estas organizaciones son pequeños productores.

Las cooperativas cuentan con la infraestructura de procesamiento, vinificación y almacenaje necesaria para industrializar la producción de sus afiliados.

Cooperativas avícolas: este sector está representado por la Cooperativa Agrícola y Avícola de Santiago Ltda. - AVICOSAN - Esta organización reúne a productores de aves de las Regiones Metropolitana y VI, la principal zona productora de este rubro. Entre su infraestructura cuenta con una fábrica procesadora de alimentos que permite proveer de este elemento a sus asociados.

Cooperativas eléctricas rurales: estas organizaciones participan en Copagro con cinco cooperativas de primer grado y su organización de segundo grado. Distribuidas entre las Regiones V y IX, prestan servicio de energía eléctrica a vastos sectores del medio rural.



Cooperativas pisqueras: cuatro organizaciones conforman la representación de este importante sector en Copagro.

La producción de uva pisquera y de pisco en Chile está limitada por ley a las Regiones III y IV, área de influencia de estas cuatro cooperativas, que en conjunto producen aproximadamente un 85% del pisco nacional.

Estas organizaciones poseen moderna infraestructura en donde se prepara el licor. La uva para su elaboración proviene de los asociados a ellas, en su gran mayoría pequeños productores.

Cooperativas frutícolas: cuatro organizaciones de este sector están incorporadas a Copagro. Su ámbito de acción abarca de la V a la VII Regiones, zona que reviste gran importancia dentro de la producción frutícola nacional.

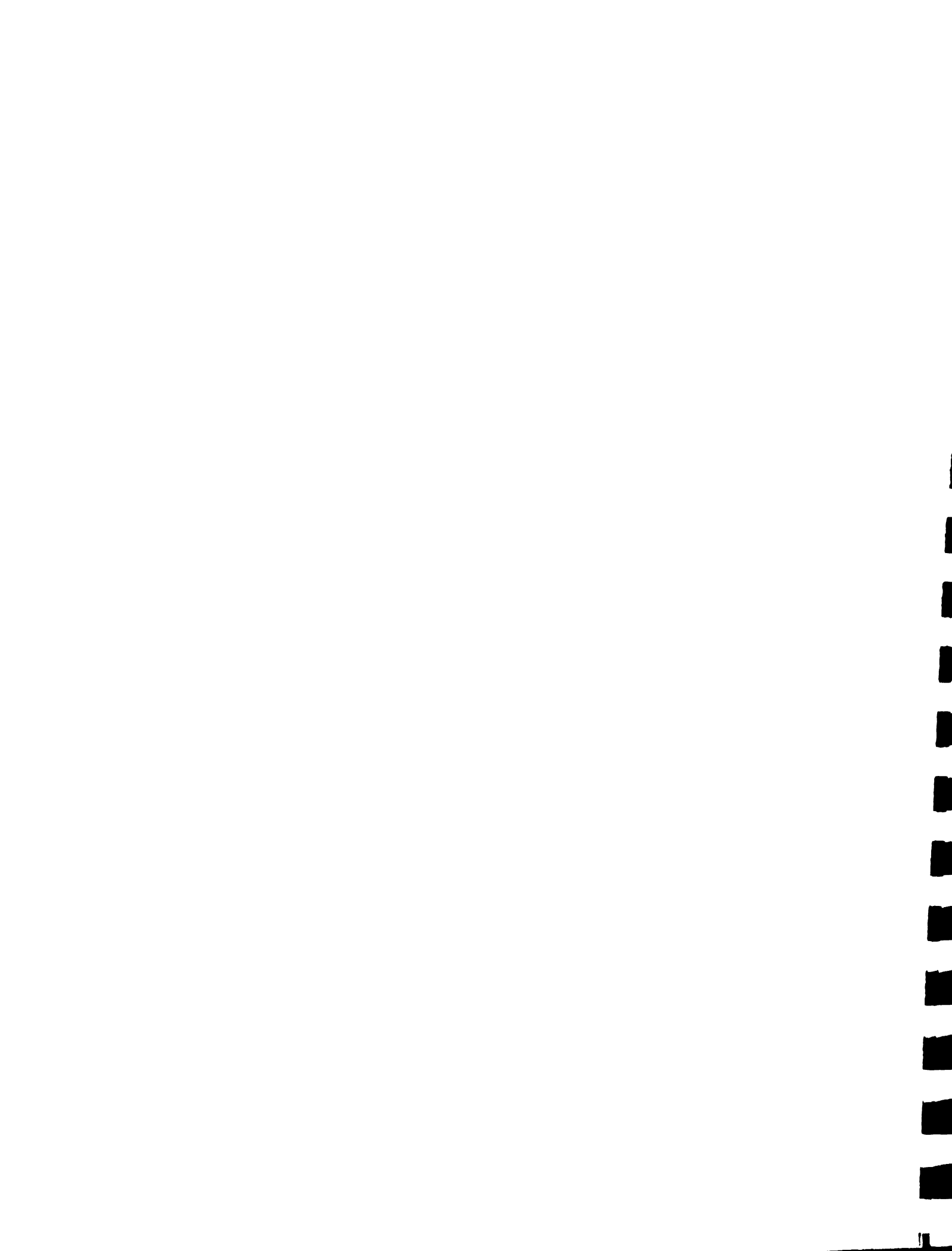
Una de ellas es en la actualidad la segunda firma exportadora de manzanas más importante del país, debido a los grandes volúmenes que transa en los mercados internacionales.

Junto a las cooperativas antes señaladas, existen aproximadamente otras 20 organizaciones de servicios múltiples y de segundo grado que abarcan gran parte del territorio nacional.

En resumen, se podría afirmar que Copagro es la entidad cooperativa de tercer grado más importante que existe en el país, pues agrupa a las cooperativas más representativas del Sector Agropecuario de Chile entre las Regiones III y XII.

4.2.3. Objetivos de una estrategia de comercialización interna.

Las instituciones involucradas en el presente proyecto: Ministerio de Agricultura, a través de ODEPA, y Copagro, juntamente con la asesoría de IICA, están interesadas en diseñar una estrategia de comercialización que permita lograr los siguientes objetivos en materia de mercadeo interno:



- a) Estructurar un canal de comercialización más directo entre productores y consumidores (o industriales), para dar eficiencia al sistema de mercadeo, y que esta se traduzca en precios remunerativos al productor y precios justos al consumidor.
- b) Fortalecer entidades conformadas por productores y por cooperativas de productores, para que puedan constituir poderes compradores, a fin de regular los precios y los mercados a nivel del productor. Asimismo para facilitar los abastecimientos hacia los industriales en los bienes que se procesan y hacia los consumidores y demás agentes de la comercialización en los bienes que se consumen en estado natural.
- c) Asociar sectores importantes de productores para actuar en entidades constituidas de comercialización, de tal manera que se cuente con órganos que contribuyan a programar la producción de acuerdo con las necesidades y requerimientos de la demanda.
- d) Crear organizaciones de productores que propendan por una mayor participación asociada de los mismos en el proceso de comercialización, a fin de regular las ofertas, a agregar mayor valor a su producción, incrementar la participación en el precio final y disminuir los riesgos del mercado y la comercialización.

4.2.4. Objetivos de una Estrategia de Comercialización Externa

Las instituciones antes señaladas están empeñadas en diseñar una estrategia de comercialización externa que permita:

- a) Crear instituciones de productores que puedan acopiar la producción y exportarla, ya sea en forma directa o en asociación con los exportadores especializados.



- b) Crear instituciones e instrumentos que permitan canalizar hacia los productores las demandas de los mercados externos, según precio, calidad y oportunidad, así también, que estas instituciones sirvan para orientar a los productores en los esfuerzos para acoplar su producción a las demandas externas y cumplir los compromisos de exportación.
- c) Fortalecer instituciones de productores que logren canalizar la oferta nacional dando un frente unificado en los mercados externos, evitando competencias de oferta y discrepancias de parte de los mismos productores.
- d) Fortalecer organismos de los productores que permitan capitalizar excedentes de los períodos de precios más altos, a fin de disponer de recursos de protección para los años de bajos precios. Crear fondos y constituir recursos para estudiar mercados potenciales que abran alternativas nuevas en favor de la producción local, para promover mercados y para publicitar la oferta nacional.
- e) Crear entidades y sistemas en donde los productores puedan agregar mayor valor a su producción y beneficiarse con una mayor participación del precio de exportación. A la vez, contribuir a dar transparencia a los mercados.

Se tiene amplio conocimiento de los objetivos que persiguen las instituciones señaladas en materia de comercialización interna y externa. Es decir, hay conceptualización clara y en el "qué hacer". En lo que existe un desconocimiento es en la estrategia para lograr esos objetivos, o sea en el "cómo hacerlo". El presente proyecto tiene por objetivo principal diseñar las estrategias que puedan resultar más aconsejables para ser aplicadas en búsqueda de los objetivos propuestos y a través de las instituciones señaladas. Copagro como entidad cooperativa nacional para implementar las acciones que hagan realizables los



objetivos. El Ministerio de Agricultura como canalizador de los recursos de orden gubernamental, para apoyar al sector privado en sus tareas de mejoramiento de los sistemas de comercialización.

El IICA, como órgano asesor, coopera con la búsqueda de la definición más acertada para hacerlo, con el diseño de la estrategia y con los instrumentos que la complementarán.



V. PLAN DE ACCION PARA EL DISEÑO E IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION.

Este capítulo contiene la identificación de las tareas principales que se propone cumplir el presente proyecto en una primera etapa de un año, contada a partir de la firma del Convenio respectivo. En principio, se preve la necesidad de una segunda etapa de implementación del Proyecto que llegaría hasta fines de 1985.

Consciente con el objetivo general del proyecto, que es de identificar y diseñar estrategias de comercialización que puedan ser implementadas por productores organizados, el plan de trabajo se plantea en 4 áreas secuenciales, a saber:

- Análisis institucional para el proyecto.
- Estudios de mercado y comercialización.
- Identificación y elaboración de proyectos específicos.
- Capacitación en comercialización.
- Diseño y proposición de estrategias de comercialización.

El proyecto tendrá como ejecutores principales a Copagro y al Ministerio de Agricultura (ODEPA). Ministerio de Agricultura, en lo que respecta a los estudios de comercialización, especialmente orientados hacia los rubros de exportación, y también al mercado interno.

Copagro y sus cooperativas serán ejecutores en todas las actividades que afecten los rubros agropecuarios de sus cooperativas y a sus productores asociados. Tanto la Confederación como las cooperativas asociadas han tenido funciones de comercialización y continúan ejecutándolas, por lo cual dichas tareas deben ser conocidas y fortalecidas desde la vigencia misma del presente proyecto.

En el caso de Copagro, ésta acaba de llevar a cabo la ejecución de los poderes compradores de trigo, arroz y maíz. En la próxima temporada, deberán estar preparadas para asumir mayores responsabilidades en comer-

cialización, las cuales aportarán experiencias valiosas para el diseño de la estrategia de comercialización, que es el principal producto que espera generar este proyecto.

5.1. Análisis institucional para el proyecto.

En este punto deberán efectuarse las siguientes tareas:

a. Evaluación de las experiencias de Copagro con los poderes compradores.

Se refiere a una evaluación completa de la participación de Copagro y las cooperativas en los poderes compradores de trigo, arroz y maíz, durante la temporada 82/83 y otros que cumpla durante la vigencia de este proyecto. Se harán las sugerencias para su mejor desarrollo en el futuro.

b. Análisis de las cooperativas asociadas y demandas de sus socios en comercialización.

Se refiere a un estudio completo de las 50 cooperativas asociadas a Copagro en donde se destaque:

- Capacidad institucional.
- Vinculación de la cooperativa con sus socios.
- Experiencias en comercialización.
- Demandas de sus socios para resolver problemas de comercialización.
- Recursos con que cuenta para atender las demandas.
- Necesidades de las cooperativas y demandas de apoyo en comercialización (demandas a corto plazo y demandas para el futuro con la implementación de la estrategia).
- Necesidades de capacitación y asesoría en comercialización.

c. Análisis de planes y programas de las cooperativas.

Se trata de un estudio con las cooperativas de sus planes en ejecución y de sus propósitos futuros en comercialización, en especial de aquellos que requieren de una acción integradora. Esta información será útil para el planteamiento de estrategias en comercialización. Así, por ejemplo, es probable que la integración de Copagro con sus cooperativas especializadas, permita hacer una estrategia de comercialización con vinculación al mercado nacional o incluso para exportación, en circunstancias en que a cada cooperativa actuando individualmente le resultaría más difícil y costoso.

5.2. Estudios de mercado y comercialización.

Esta meta comprende dos fases: comercialización interna y comercialización externa. En la primera fase participan básicamente Odepa, Copagro y las cooperativas y la segunda fase es responsabilidad de Odepa en su condición de coordinador de los comités mixtos de promoción de exportaciones.

En la fase de comercialización interna, se cumplirían las siguientes tareas:

- a. Encuestas a las cooperativas de Copagro sobre problemas de comercialización interna. Resumen de rubros prioritarios.
- b. Estudios cortos sobre mercado y comercialización de los rubros antes escogidos, con indicación del papel que puede cumplir Copagro y sus cooperativas para resolver los problemas.
- c. Estudios en otros rubros de interés nacional, que a juicio del Ministerio de Agricultura y de Copagro sea necesario realizar.



En la fase de comercialización externa, se procederá de la siguiente manera:

1. Resumen de las conclusiones de los comités mixtos de promoción de exportaciones agropecuarias, de los cuales ODEPA ejerce la secretaría técnica y de los problemas que emanan de otros organismos afines.
2. A partir del anterior, determinar una lista de productos y de países altamente prioritarios para estudiar especialmente en la región americana.
3. Definir una metodología de estudios de mercado externo por productos.
4. Aplicar la metodología en estudios de mercado externo, comenzando por la lista de productos prioritarios y en los países de la región americana, en donde el IICA puede ofrecer su asesoría y apoyo.

5.3. Identificación y elaboración de Proyectos específicos en Copagro.

Por la experiencia de Copagro y de las cooperativas, tanto en la operatoria de los poderes compradores, como en las demás actividades, estas entidades antes de emprender una acción que comprometa recursos en inversión, llevan a cabo estudios siguiendo una metodología de proyecto, en donde se plantean los objetivos, metas, estrategias, costos y beneficios, en el orden social o económico que implicará la acción a implementarse.

Con frecuencia, llegan a Copagro y al Ministerio de Agricultura peticiones de productores e ideas que contienen los intereses de sectores importantes del sector agropecuario, las cuales no siempre pueden canalizarse para ser atendidas por la falta de métodos que permitan convertirlos en proyectos financiables.



Como parte de una estrategia general de comercialización, se deben recopilar las distintas ideas y propósitos de comercialización y agroindustria, ordenándolos para su presentación y evaluación antes de integrarlos en proyectos viables. Dicha viabilidad se basará en indicadores sociales o económicos según sea el tipo de proyectos, así como los beneficiarios y la fuente de financiación. El presente objetivo incluye metodologías, capacitación y prácticas en elaboración de proyectos.

La presente etapa del proyecto se propone dos objetivos principalmente:

- a. Diseñar una metodología simple y de fácil aplicación para la identificación de proyectos en Copagro y las Cooperativas, para el desarrollo de los estudios correspondientes para su canalización con miras a la implementación de los mismos.
- b. Institucionalizar un equipo técnico especializado en la identificación y elaboración de proyectos, tanto en Copagro como en las cooperativas. Este equipo técnico deberá también tener la capacidad de asesorar a las cooperativas asociadas en la elaboración de proyectos de comercialización y agroindustrias, y de apoyar las gestiones ante los organismos financieros para conseguir la aprobación de los proyectos y acciones.

5.4. Capacitación en Comercialización.

Comprende cursos, seminarios, estudios de casos y entrenamiento en servicio a directivos, técnicos de Copagro, de las Cooperativas y del Ministerio de Agricultura con los siguientes propósitos:

1. Evaluar las experiencias en comercialización, cumplidas por Copagro y sus afiliadas.
2. Conocer experiencias de otros países sobre comercialización cooperativa y similares, tanto por medio de visitas de técnicos y directivos chilenos, como trayendo expertos a participar en seminarios y cursos.



3. Realizar cursos y entrenamiento en servicio en el país y en el extranjero, tendientes a preparar equipos técnicos en Copagro y las cooperativas con el objetivo de que estas puedan asumir con alta idoneidad las responsabilidades ya contraídas con la ejecución de poderes compradores de cereales, legumbres secas y otros, así como para que estas entidades puedan implementar las metas que traza el presente proyecto.

4. Conocer y evaluar las experiencias sobre comercialización con productores organizados, mediante estudios de casos.

Existen en el país y en el extranjero gran número de ejemplos que deben ser estudiados para hacer parte de los insumos para el trazado de próximas estrategias en Comercialización. Incluso en el propio Copagro y sus cooperativas hay experiencias pasadas muy valiosas para ser tenidas en cuenta en el presente proyecto.

En principio se han identificado eventos como:

- Visita de directivos de Copagro, de cooperativas y de Odepa a países con mayor desarrollo en comercialización, para conocer el funcionamiento de programas ejecutados por confederaciones cooperativas y otras entidades.
- Cursos para técnicos, en manejo de plantas de silos y comercialización de trigo, arroz, maíz y otros granos.
- Seminarios nacionales con directivos de Copagro y las cooperativas, sobre comercialización interna y exportaciones y entidades afines.
- Estudio de casos en comercialización y su compendio en documentos de fácil comprensión y uso en seminarios y en capacitación (folletos con resúmenes, diaporamas, etc.).



Los seminarios y demás eventos permitirán integrar a las cooperativas de Copagro en la búsqueda de antecedentes y en las discusiones que conduzcan a definir las estrategias de comercialización que mejor se adapten al sistema cooperativo.

5.5. Diseño y proposición de Estrategias de Comercialización.

Como meta principal de este proyecto se deberá llegar a proponer una estrategia central, y probablemente varias estrategias de comercialización para mercado interno y externo, que podrán ser implementadas por Copagro y las cooperativas y otras entidades en forma directa en asocio con programas gubernamentales de comercialización. Estas estrategias deberán definir:

- a. El desarrollo institucional que se requerirá en Copagro y las cooperativas y otras entidades para ejecutar un programa estable de comercialización.
- b. las acciones de comercialización internas o externas más aconsejables frente a las condiciones de los productores que se espera beneficiar y las otras medidas necesarias complementarias para la concreción de estas acciones en el corto y mediano plazo.
- c. Concretar aquellas acciones tendientes a materializar las estrategias diseñadas.
- d. los costos aproximados y las estructuras administrativas necesarias para la implementación de las labores que emanen de estas estrategias y que sean aceptadas por la autoridad de los organismos competentes.

Por estrategia de comercialización se entiende el "cómo hacer" para resolver problemas encontrados o parte de ellos, iniciando con un orden de prioridades.

Una estrategia podría ser por ejemplo la constitución de una empresa especializada de comercialización en Copagro y las cooperativas. Dicha empresa podría cumplir funciones como la concentración de la producción que acopian las cooperativas para formar una oferta uniforme y con poder de negociación.

Esta empresa buscaría construir canales de distribución que aseguren mercado y precios estables y favorables a los productores. Entre los canales de distribución podría promoverse la vinculación a cadenas detallistas voluntarias que son canalizadores de las demandas a vastos sectores de consumidores.

En materia de comercio externo, la empresa comercializadora podría asociarse con exportadores especializados e invertir en el fortalecimiento de canales de venta externa, que en un futuro sean del dominio de la propia empresa a constituirse.

Otras estrategias pueden referirse a la constitución de un "holding" que invierta en empresas especializadas de comercialización por rubros de productos, considerando que hay productos que requieren de canales de comercialización muy diferentes y especializados. Ej.: comercialización de carne; comercialización de leche; comercialización de lana; comercialización de frutas para mercado interno o externo. Otros productos requieren de procesamiento industrial y ello orienta la estrategia en ese sentido. Ej. : arroz en cáscara; excedentes de frutas; productos lácteos, etc.

Los estudios podrían señalar las estrategias que se basen esencialmente en acciones gubernamentales: políticas de comercialización; de promoción



de exportaciones, de precios, etc. Por ejemplo, sería factible que la comercialización externa de un producto pudiera mejorarse con un acuerdo bilateral o multilateral, sin requerirse de la creación de nuevos canales de comercialización, en especial cuando hay otros eficientes en el país.

Cronograma del Proyecto.

El presente documento esboza el proyecto "Estrategia de Comercialización con Productores del Agro" que consta de Cuatro Fases, a saber:

FASE PREVIA: Elaboración del documento y concertación.

Comprendió la obtención de antecedentes y elaboración del documento del proyecto.

FASE PRIMERA: Diseño e identificación de estrategias de comercialización.

El presente documento pone especial énfasis en el contenido de la Fase Primera, la cual se relaciona principalmente con el diseño de estrategias de comercialización.

FASE SEGUNDA: Desarrollo de las estrategias en términos de preparación de proyectos componentes.

Esta fase implica que se hayan aceptado la o las estrategias por parte de las entidades participantes y que se hayan fijado prioridades en las acciones.

Se refiere a la preparación de los proyectos siguiendo el orden de prioridades establecido.

FASE TERCERA: Ejecución de la o las estrategias e implementación de proyectos.



Esta fase señala propiamente el inicio en la implementación de las estrategias adoptadas y que hayan sido puestas en términos de proyectos financiables.

El proyecto total tendrá una duración de 3 años, de los cuales 1/2 año correspondió a la Fase Previa que se cumplió entre Marzo y Junio/83. Los 2 1/2 años restantes, corresponden al resto de fases, que se cumplirán entre Julio/83 y Diciembre/85.

Respecto de la Fase Primera que detalla el presente documento y se inicia en Julio/83, deberá cumplir metas dentro del mismo año 1983. Como producto principal, para fines de este año deberá entregar una propuesta de Estrategia Global, la cual quedará a disposición de las entidades participantes. Dicha Estrategia Global se revisará y terminará en una Propuesta Definitiva para el primer semestre de 1984.

La Segunda y Tercera Fases se desarrollarán en 1984 y 1985, en concordancia con los resultados de la Fase Primera. (Véase Cronograma a continuación).



VI. RESPONSABILIDADES INSTITUCIONALES EN EL PLAN DE ACCION.

83.

	DESCRIPCION DE P
<u>FASE PREVIA:</u>	Elaboración del doc
<u>FASE 1ERA:</u>	Diseño e identifica lización. a. Análisis Instit b. Estudios de Merc na y externa c. Identificación y específicos en (d. Capacitación en e. Propuesta de est - Propuesta glob - Revisión y pre
<u>FASE 2DA:</u>	Desarrollo de las 4 paración de proyect
<u>FASE 3ERA:</u>	Ejecución de la o l ción de proyectos



VI. RESPONSABILIDADES INSTITUCIONALES EN EL PLAN DE ACCION.

Las entidades responsables de la ejecución del plan propuesto son Copagro y el Ministerio de Agricultura, para lo cual requieren de la asesoría y cooperación del IICA en las tareas específicas que se señalan a continuación. Estas instituciones se coordinan con el Ministerio de Agricultura, a través de ODEPA, a fin de orientar sus acciones hacia la solución de problemas prioritarios, así como para seguir las indicaciones de las políticas que se tracen en materia de comercialización interna y exportaciones.

A través del Ministerio de Agricultura (ODEPA) se buscará también la coordinación con otros organismos públicos no adscritos al propio Ministerio, pero que cumplen funciones que inciden en la comercialización y el desarrollo agropecuario (Ej. organismos de promoción de exportaciones, entidades financieras, etc.).

Siguiendo el orden planteado en el Capítulo V, items 5.1., 5.2., 5.3., 5.4. y 5.5., las responsabilidades de las entidades que apoyan a Copagro serían las siguientes:

6.1. En el análisis institucional para el proyecto.

- a) Elaboración y puesta a prueba de una metodología ágil para evaluar los poderes compradores de Copagro.

Se hará en forma conjunta por Copagro, Ministerio de Agricultura e IICA.

- b) Evaluación de las cooperativas y demandas de sus socios. Análisis de planes y programas de las cooperativas.

Será hecha por Copagro con la colaboración de IICA.



6.2. En estudios de mercado y comercialización.

Se prevén dos fases en los estudios: comercialización interna y de comercialización externa.

Los estudios sobre comercialización interna serán responsabilidad tanto de Copagro, como del Ministerio de Agricultura. Se requiere de la asesoría de IICA para confeccionar una metodología de elaboración de este tipo de estudios y su aplicación en los rubros que se consideren prioritarios.

Aunque hay estudios sobre mercadeo interno, se requiere de estudios más completos, en especial en rubros más desconocidos y con problemas difíciles de caracterizar, y esencialmente para contar con antecedentes actualizados para las futuras acciones correctivas.

En materia de estudios sobre comercialización externa, la responsabilidad será de ODEPA, entidad que requiere de la cooperación de IICA en la adopción de metodologías y en su aplicación.

En materia de mercados y comercialización externa es más perentoria la necesidad del apoyo de IICA, tanto para aportar metodologías, como para ayudar a ejecutar los estudios en otros países a fin de que se pueda tener una clara visión de las barreras de todo orden que dificultan la comercialización externa. Los riesgos de salir al mercado externo son muy altos, por lo que Copagro y las cooperativas deben tener mayores elementos de juicio antes de incluir acciones de comercio exterior en su próxima estrategia de comercialización. ODEPA requiere también de estos estudios, en su calidad de coordinador de las acciones de mercado externo, que desarrollan los comités mixtos de promoción de exportaciones.

6.3. En identificación y elaboración de proyectos específicos en Copagro.

- a. Se establecerá una metodología simple de identificación y elaboración de proyectos, en la cual Copagro solicita al IICA su cooperación.
- b. Copagro desarrollará acciones con sus cooperativas para la identificación de proyectos y para la elaboración de documentos, en términos que permitan canalizar las ideas hasta convertirlas en anteproyectos o en proyectos de comercialización.

Los propósitos de las metas antes descritas son constituir una especie de cartera de proyectos, en cuya implementación los directivos de Copagro establecerán el orden de prioridades. Serán proyectos que podrán ejecutarse con financiamiento interno (Ej.: similares a los poderes compradores; o acordes a líneas de créditos existentes en las instituciones financieras y de fomento, o con recursos externos BID, Banco Mundial, FIDA, etc.).

6.4. En capacitación en comercialización.

Serán beneficiarios de la capacitación y demás eventos los técnicos de Copagro, las Cooperativas asociadas y asimismo de Odepa.

Se solicita al IICA la cooperación para programar y ejecutar estas actividades, detalladas en el numeral 5.4.

6.5. En el diseño y proposición de estrategias de comercialización.

Siendo el producto principal de este proyecto la identificación y diseño de estrategias de comercialización, esta será responsabilidad de Copagro y Ministerio de Agricultura (Odepa), con el apoyo de IICA.

Es probable sin embargo que en los objetivos específicos se cuente con más de una estrategia de comercialización. Por ejemplo, podría haber estrategias tanto para comercialización interna como para exportaciones.



El Ministerio de Agricultura buscará que dichas estrategias se encuadren dentro del marco de desarrollo nacional y que se conviertan en instrumentos de apoyo al desarrollo del sector agropecuario.

Asimismo, será responsabilidad del Ministerio de Agricultura la coordinación de las acciones de Copagro que involucren a otros organismos públicos, tanto del sector agropecuario, como ajenos a él.

El IICA cooperará en la identificación de la o las estrategias y en su presentación ante Copagro y Ministerio de Agricultura para las decisiones pertinentes sobre implementación.

DOCUMENTO

MICROFILMADO
19 ENE 1986

Fecha:

