

IICA  
053  
212

00000000

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA  
IICA



PROYECTO DE ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION CON PRODUCTORES DEL AGRO

I.	OBJETIVOS DEL PROYECTO	1
II.	JUSTIFICACION	2
III.	DESCRIPCION DEL PROYECTO DEL AGRO	3
PROYECTO DE ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION CON PRODUCTORES DEL AGRO		
1.1.	(COPAGRO - MINAGRI - IICA)	4
1.2.	(Proyecto IICA)	5
DESCRIPCION DE LOS OBJETIVOS Y ACTIVIDADES DEL PROYECTO DE		
COMERCIALIZACION		
IV.	ORGANIZACION DEL PROYECTO	7
4.1.	estructura de los grupos	8
4.2.	funcionamiento del proyecto para implementar cada una	10
4.3.	organizativa	10
V.	RECURSOS DEL PROYECTO	11
5.1.	Recursos humanos y de capacitación	11
5.2.	PROYECTO DEMOSTRATIVO	12

Santiago. Chile, Junio de 1983

00005996

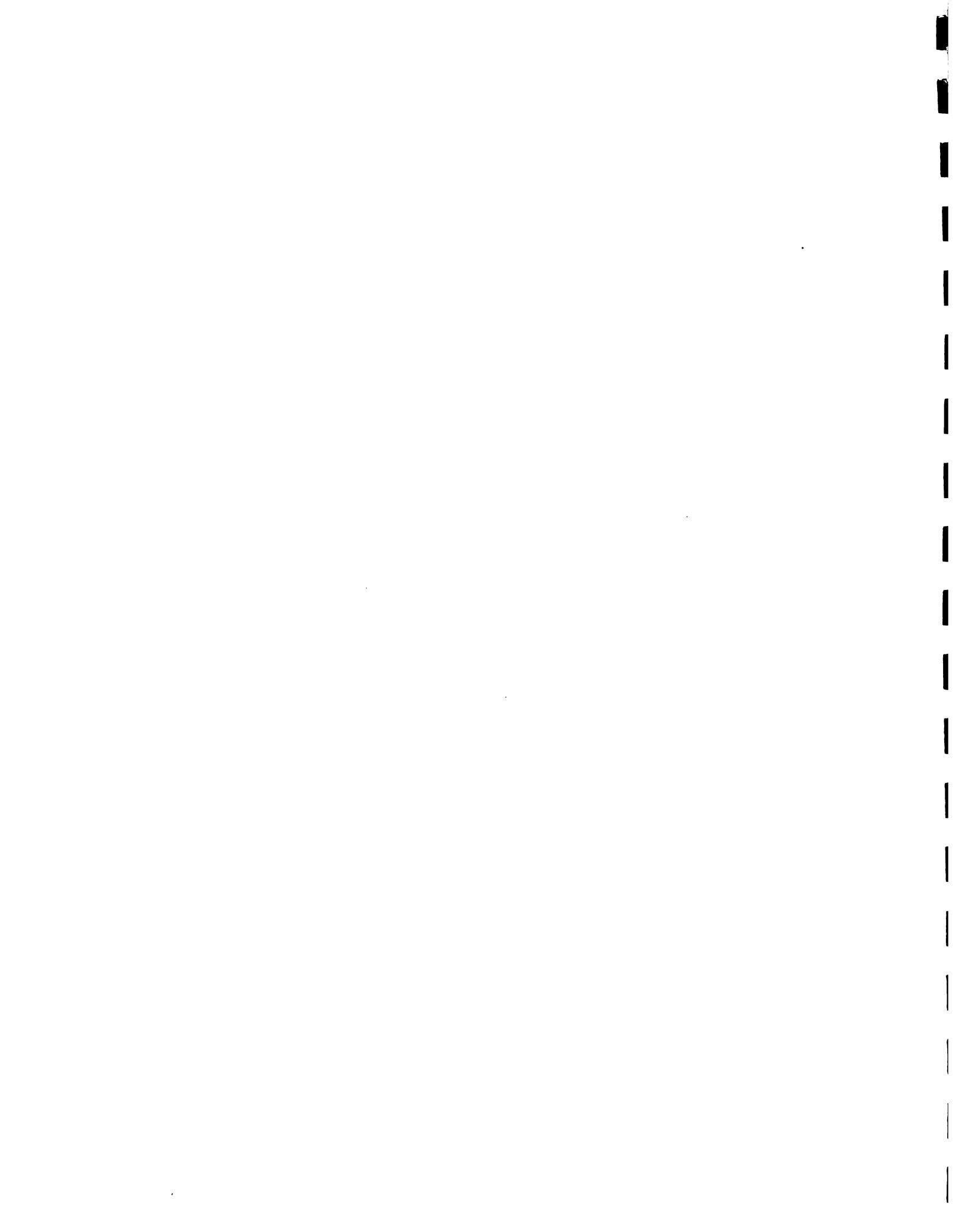
11CA  
E70  
IS9p

BV-000291.



## CONTENIDO

	<u>PAG.</u>
I. IDENTIFICACION DEL PROYECTO	1
II. ANTECEDENTES	2
III. OBJETIVOS DEL PROYECTO DEL IICA	3
3.1. Objetivo General	3
3.2. Objetivos Específicos	3
3.3. Situación al final del proyecto	6
- RESUMEN DE METAS Y CRONOGRAMA DEL PROYECTO DE COMERCIALIZACION	8
IV. OPERACIONALIZACION DEL PROYECTO IICA	9
4.1. Definición de las metas	9
4.2. Estrategia del proyecto para implementar cada meta	10
4.3. Programación	12
V. METODOLOGIA DEL PROYECTO	14
5.1. Base estadística y de cuantificación	14
5.2. Programa Operativo 1983.	15



## I. IDENTIFICACION DEL PROYECTO.

1.1. Código : 7 SC. 1

1.2. Título del Proyecto: Estrategias de comercialización con Productos del Agro (COPAGRO - MINAGRI - IICA).

1.3. Localización del Proyecto: Programa 7, Area 4. País : Chile

1.4. Versión: Primera versión.

1.5. Fechas:

1.5.1. Fecha de presentación de la versión: Junio 30/83

1.5.2. Fecha de iniciación del proyecto: Julio 30/1983

1.5.3. Fecha esperada de término del proyecto: Diciembre 31/85.

1.5.4. Fecha prevista para evaluación: Una primera evaluación a principios de 1984 por parte del F.S.B. Una segunda evaluación al término de la Fase Primera, o sea, a mediados de 1984.

1.6. Ambito del Proyecto: Nacional.

1.7. Tipo de Proyecto: Integral.

1.8. Forma de Financiación: Mixta. En 1983 totalmente de F.S.B.  
En 1984 y 1985 de Cuotas.



## II. ANTECEDENTES.

Definición y naturaleza del problema. Acción del país y organización institucional.

Los capítulos I y II del documento Proyecto País, contienen amplia información sobre la definición y naturaleza del problema del país.

En el capítulo III y en especial en el IV del mismo documento, se hallan contenidos los temas relativos a la acción del país y a la organización institucional para resolver el problema.

En cuanto a la definición y naturaleza del problema que intenta resolver el IICA, así como la selección de los organismos, esto se encuentra especialmente planteado en el capítulo IV, punto 4.2. del Proyecto País.

Asimismo en el Capítulo V, relativo al Plan de Acción y en el capítulo VI, en el cual se plantean las responsabilidades asignadas a cada una de las tres instituciones llamadas a ejecutar el presente proyecto.





### III. OBJETIVOS DEL PROYECTO DEL IICA.

#### 3.1. Objetivo General.

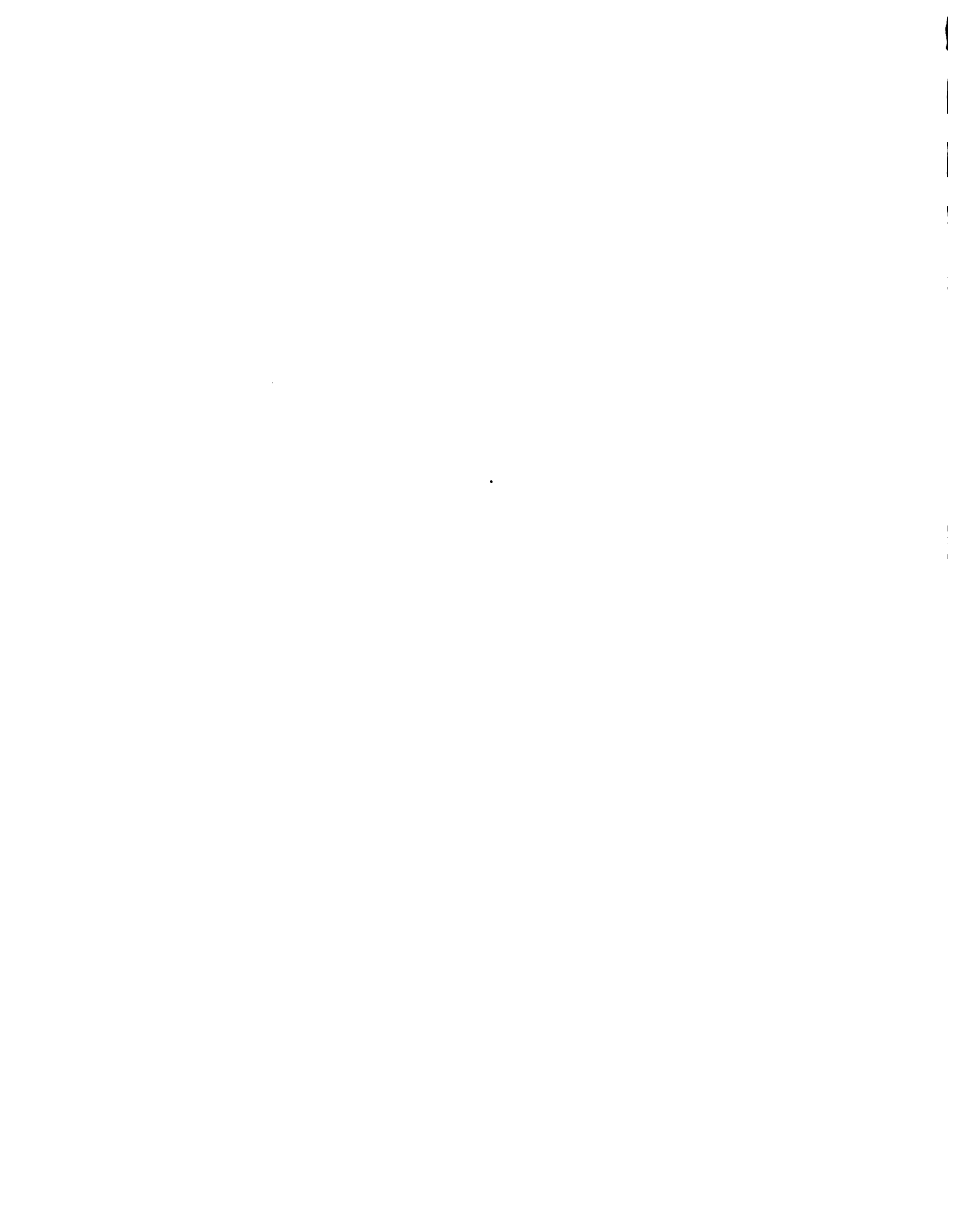
Es objetivo general del proyecto IICA cooperar con la identificación y diseño de las estrategias de comercialización que resultan más viables para los productores organizados en las cooperativas asociadas a Copagro, así como para otros productores y organismos. Se deben definir estrategias que conjuguen por una parte, los intereses de los productores y por otra parte, las responsabilidades del Estado en un esquema de economía abierta de mercado.

#### 3.2. Objetivos Específicos.

De los objetivos generales en materia de comercialización interna y externa que se exponen en el ítem 4.2. del proyecto país, así como de los objetivos específicos señalados en el capítulo V relativo al plan de acción del mismo proyecto, se extraen los objetivos específicos para el proyecto IICA, que son:

##### 3.2.1. Cooperar con el análisis institucional para el proyecto.

Dado que Copagro y las cooperativas tienen ya responsabilidades en comercialización, tanto con la ejecución de los poderes compradores de trigo, arroz y maíz, como con otras acciones en comercialización interna y externa, se requiere de metodologías para la evaluación de dichas actividades, asimismo del análisis de la capacidad institucional existente en Copagro y las cooperativas y sus planes y programas en comercialización.



En consecuencia, en este punto el IICA tiene como sub-objetivos específicos:

- a. Cooperar para el diseño y aplicación de metodologías para evaluar los poderes compradores de Copagro y obtener conclusiones de los mismos para acciones futuras.
- b. Cooperar en la evaluación de las cooperativas y de sus planes y programas en comercialización, a fin de contar con los mayores antecedentes para la definición del objetivo central: una estrategia de comercialización.

3.2.2. Cooperar en la ejecución de estudios sobre mercado y comercialización.

El IICA debe cooperar con metodologías y su aplicación en estudios de mercado, tanto en comercialización interna como externa.

3.2.3. Cooperar en el establecimiento de metodologías sobre identificación y elaboración de proyectos específicos en Copagro.

El IICA deberá cooperar en la adopción y puesta en práctica de metodologías para la identificación y elaboración de proyectos de comercialización y agroindustria, para ser empleadas por Copagro y las cooperativas de productores.

3.2.4. Cooperar en la capacitación en comercialización.

Se refiere por una parte a la capacitación de los técnicos de Copagro y sus cooperativas para continuar con las responsabilidades presentes en materia de poderes compradores de cereales y otros productos.



Por otra parte, a la realización de eventos tales como seminarios, entrenamiento en servicio, estudios de casos y otras actividades que permitan capacitar a directivos y a técnicos tanto del sistema cooperativo como del Ministerio de Agricultura, a fin de reunir elementos para la definición de las estrategias de comercialización y para canalizar los esfuerzos con miras a implementar dichas estrategias.

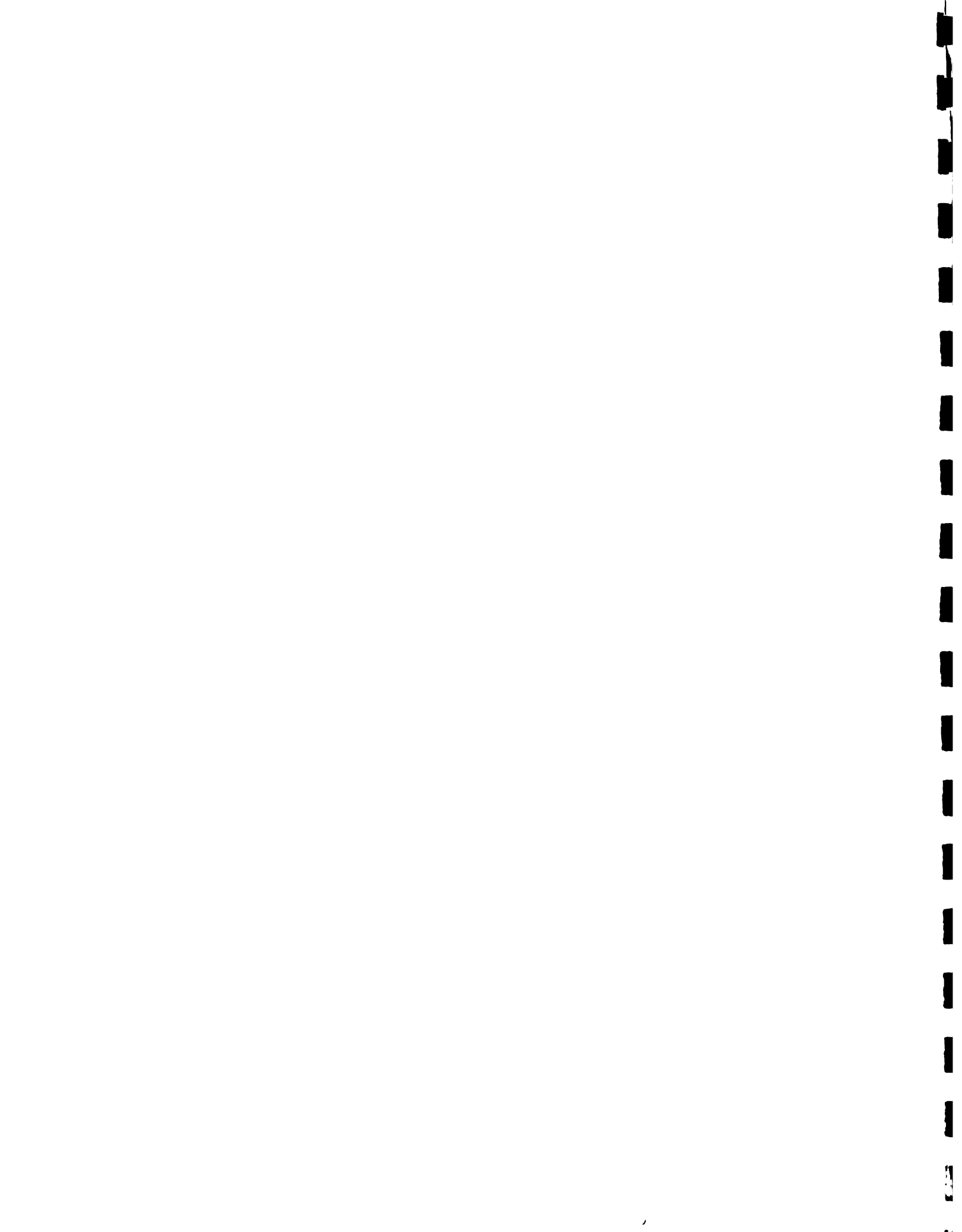
Este objetivo tiene una acción continuada, tanto en la Fase Primera del proyecto, como en la Fase Segunda y Tercera, que resume el esquema de "Cronograma y metas del proyecto" que aparece más adelante.

### 3.2.5. Cooperar en el diseño y propuestas de estrategias de comercialización.

El objetivo central es contar con una estrategia de comercialización, ajustada al marco institucional del país y a las propias instituciones escogidas en el presente proyecto.

En razón de la rápida evolución de las acciones en materia de reactivación del sector agropecuario (según se desprende del capítulo IV del Proyecto País), es necesario que a fines de 1983 se cuente con una concreción de la meta principal de este proyecto. Es lo que se denomina una "Estrategia Global", la cual será una primera propuesta que deberá rendir el presente proyecto en una Primera Fase.

Las Fases Segunda y Tercera, servirán para revisar la propuesta; para hacer una propuesta definitiva; para el desarrollo de la misma en términos de los proyectos componentes, y por último, para buscar la ejecución (implementación), de las estrategias que acepten las autoridades. Este detalle podrá verse en el esquema del "Resumen de Metas y Cronograma del proyecto de Comercialización".



### 3.3. Situación al final del proyecto.

El proyecto total tendrá Cuatro Fases a saber (véase Esquema gráfico y Cronograma).

Fase Previa: Elaboración del documento y concertación.

Fase Primera: Diseño e Identificación de Estrategia de Comercialización con productores del Agro.

Fase Segunda: Desarrollo de las estrategias en términos de preparación de proyectos componentes.

Fase Tercera: Ejecución de la o las estrategias e implementación de proyectos.

Los documentos del Proyecto País y del Proyecto IICA señalan todas las fases del proyecto y dan especial detalle a su Fase Primera que es la más definida en este momento. La Fase primera, al ejecutarse, dará las pautas para la fase segunda; y ésta a su vez, para la tercera.

Al final del Proyecto IICA se espera lograr lo siguiente:

- a. Una propuesta previa o propuesta global a Copagro y al Ministerio de Agricultura, sobre las orientaciones y alcances que se visualizan en una estrategia de comercialización.

Esta propuesta global se presentará a fines de 1983 en razón de los siguientes considerandos:

1. Copagro y las cooperativas están asumiendo nuevas responsabilidades de aperturas de poderes compradores de trigo, arroz y maíz y agregará las legumbres secas, en acuerdo con Minagri, con el propósito de regular la comercialización nacional y fijar un precio mínimo en dichos rubros. A fines de 1983 comienzan las cosechas de la nueva temporada y la Estrategia Global será indispensable para comenzar a preparar los arreglos institucionales necesarios.





2. Al incorporar las legumbres secas en la regulación de la comercialización por parte de Copagro y Minagri, el canal de comercialización necesariamente tendrá que vincularse al comercio externo, debido a que dichos productos (frejol, black mexican, frejol alemán Hallado, Garbanzos y lentejas), dependen casi exclusivamente del mercado externo. En este aspecto, Copagro tiene poca experiencia en comercialización externa y por lo tanto requiere de las orientaciones que trace la Estrategia Global.

3. Para cumplir también el objetivo adicional de contar con un producto más, que pueda ser evaluado por el sistema de programación y evaluación de IICA- F.S.B.

b. La Propuesta Global será revisada por las partes para dar paso a una propuesta definitiva de estrategias de comercialización. Incluirá los lineamientos de las etapas a seguir para implementar las estrategias, los cuales son planteados en el punto 5.4. del Proyecto País.

c. Un análisis institucional de Copagro y las cooperativas, con indicación de los arreglos institucionales necesarios para que la entidad tenga las condiciones para elaborar estrategias apropiadas.

d. Un equipo técnico de Copagro y de las cooperativas con capacitación en manejo de plantas de silos y comercialización de granos, de tal manera que esté en condiciones de asumir con menor riesgo técnico las responsabilidades futuras con los poderes compradores de Copagro, incluso desde la temporada 1984.

e. Un diagnóstico acabado de la comercialización para mercado interno, con énfasis en los rubros agropecuarios que afectan a la mayor parte de los agricultores según prioridades que irá señalando Copagro en consulta con sus usuarios y Minagri.

Una metodología para estudios sobre mercado interno.



DESCRIPCION DE MET.

FASE PREVIA: Elaboración del documento  
Costos Operativos IICA

FASE 1ERA: Diseño e identificación y especificación.  
a. Análisis Institucional  
b. Estudios de Mercado interna y externa  
c. Identificación y especificación en Copacabana  
d. Capacitación en Computación  
e. Propuesta de estrategia  
- Propuesta global  
- Revisión y propuesta  
Costos Operativos IICA

FASE 2DA: Desarrollo de las estrategias y preparación de proyectos  
Costos Operativos IICA

FASE 3ERA: Ejecución de la o las actividades y evaluación de proyectos  
Costos Operativos IICA

DES	Elaboración	Costo	Diseño e identificación y especificación	a. Análisis Institucional	b. Estudios de Mercado interna y externa	c. Identificación y especificación en Copacabana	d. Capacitación en Computación	e. Propuesta de estrategia - Propuesta global - Revisión y propuesta	Costo	Desarrollo de las estrategias y preparación de proyectos	Costo	Ejecución de la o las actividades y evaluación de proyectos	Costo
	<u>FASE PREVIA:</u>		<u>FASE 1ERA:</u>							<u>FASE 2DA:</u>		<u>FASE 3ERA:</u>	

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

RESUMEN DE METAS Y CRONOGRAMA DEL PROYECTO DE COMERCIALIZACION

COPAGRO - MINAGRI - IICA

DESCRIPCION DE METAS	1983		1984		1985	
	1er. Sem. 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	2° Sem. 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	1er. Sem. 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	2° Sem. 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	1er. Sem. 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	2° Sem. 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12
<u>FASE PREVIA:</u> Elaboración del documento y concertación Costos Operativos IICA	x x x x x	\$9.000 FSB				
<u>FASE IERA:</u> Diseño e identificación estrategia de Comercialización. a. Análisis Institucional para el Proyecto b. Estudios de Mercado y Comercialización interna y externa c. Identificación y elaboración de proyectos específicos en Copagro d. Capacitación en Comercialización e. Propuesta de estrategias de comercialización - Propuesta global - Revisión y propuesta definitiva Costos Operativos IICA	x x		x x	x x	x x	
<u>FASE ZDA:</u> Desarrollo de las estrategias en términos de preparación de proyectos componentes Costos Operativos IICA		\$ 41.000 FSB		x x x x x x x x x		
<u>FASE 3ERA:</u> Ejecución de la o las estrategias e implementación de proyectos Costos Operativos IICA				\$ 17.000 Cuotas		x x x x x x x x x x x \$ 20.000 Cuotas



## IV. OPERACIONALIZACION DEL PROYECTO IICA.

4.1. Definición de las metas.

- a. La meta central es identificar y diseñar la o las estrategias de comercialización que mejor se adapten a los productores organizados, canalizando los planteamientos a través de Copagro y dentro del ambiente institucional del país, lo cual se atiende siguiendo la coordinación del Ministerio de Agricultura. Es una propuesta básica con los lineamientos para su implementación.
- b. Como segunda meta, contar con un análisis institucional de Copagro y de sus cooperativas, con las recomendaciones de los pasos a dar para producir la evolución institucional requerida para implementar las metas señaladas en el ordinal a.
- c. Contar con una metodología para evaluar los poderes compradores de Copagro y haber sido aplicada en la evaluación de este evento en la temporada 82/83. Extraer recomendaciones del desarrollo de esta experiencia y proyectarlas para el ejercicio de las futuras acciones en este campo.
- d. Haber capacitado al número mínimo necesario de técnicos de Copagro y de las cooperativas, en comercialización de granos, en manejo de cereales y en operación de plantas de silos. Contar con un equipo de técnicos que esté en condiciones de actuar eficientemente en las nuevas responsabilidades de Copagro en materia de comercialización de granos.
- e. Contar con una metodología de estudios de mercado interno para ser usada por Copagro, Minagri y otras entidades. Haber aplicado la metodología en el estudio de los productos básicos, tales como legumbres secas, vinos, cereales, carnes y leche. También en otros rubros que surjan según las demandas de Copagro, sus cooperativas y Minagri.

RECEIVED



f. Contar con una metodología de identificación y de elaboración de proyectos con Copagro. Haber capacitado a un equipo de técnicos de Copagro y de las cooperativas en la identificación y elaboración de proyectos, para que haya una unidad entrenada en proyectos dentro de Copagro.

#### 4.2. Estrategia del proyecto para implementar cada meta.

El proyecto comienza por apoyar lo que ha estado haciendo Copagro en comercialización, en especial con la ejecución de los poderes compradores de cereales, ya que, por una parte, se trata de programas con apoyo gubernamental y por otra parte, debido a que aporta experiencias valiosas a Copagro y al presente proyecto para la definición de una estrategia de comercialización con vigencia permanente, que es el objetivo central del mismo. Para ello, se parte con la evaluación de las acciones cumplidas con los poderes compradores en la temporada 82/83, y asimismo, capacitando a los técnicos de Copagro, para ejercer de nuevo esa responsabilidad con la máxima eficiencia en la nueva temporada.

Otra vía de estrategia es mediante un completo análisis institucional de Copagro y sus cooperativas. Con algunas excepciones, las cooperativas tienen funciones locales o regionales pero no tienen una acción en el contexto de los mercados a nivel de país o en la exportación. Ese contexto nacional se lo puede proporcionar Copagro integrando las cooperativas. Para ello se requiere de un análisis a fondo de cada entidad que podrá integrar una nueva estructura. De dicho análisis, se obtendrá la estrategia más conveniente para poder integrar las cooperativas y Copagro.

Las cooperativas son diversas y en cierta forma especializadas, por rubros: carnes, leches, pisco, electricidad rural, riego, insumos, etc. Por ello no parecería viable integrar la comercialización en un solo paquete. Es probable que se tracen estrategias basadas en proyectos por grupos de productos, que busquen crear entidades o empresas especializadas



de comercialización dentro del sistema cooperativo. Ej.: empresas de procesamiento y comercialización de carnes. Empresas de distribución de leches, distribuidoras de pisco, empresa de exportación de granos y legumbres secas, empresa de comercialización de insumos, etc.

Las experiencias existentes en Chile y en otros países, aconsejan primero que todos aborden el conocimiento de las experiencias positivas y negativas en campos similares, analizarlas y evaluarlas.

Este proyecto hará una serie de acciones de entrenamiento en servicio dentro de Chile y fuera de él, para conocer las experiencias sobre comercialización cooperativa y organizaciones de productores. Se harán estudios de casos y se editarán resúmenes mediante sistemas audiovisuales (diapocasetes) que permitirán su divulgación y discusión en seminarios.

Desde el inicio, se comenzará por la elaboración de un listado de casos a ser estudiados y una metodología para abordarlos.

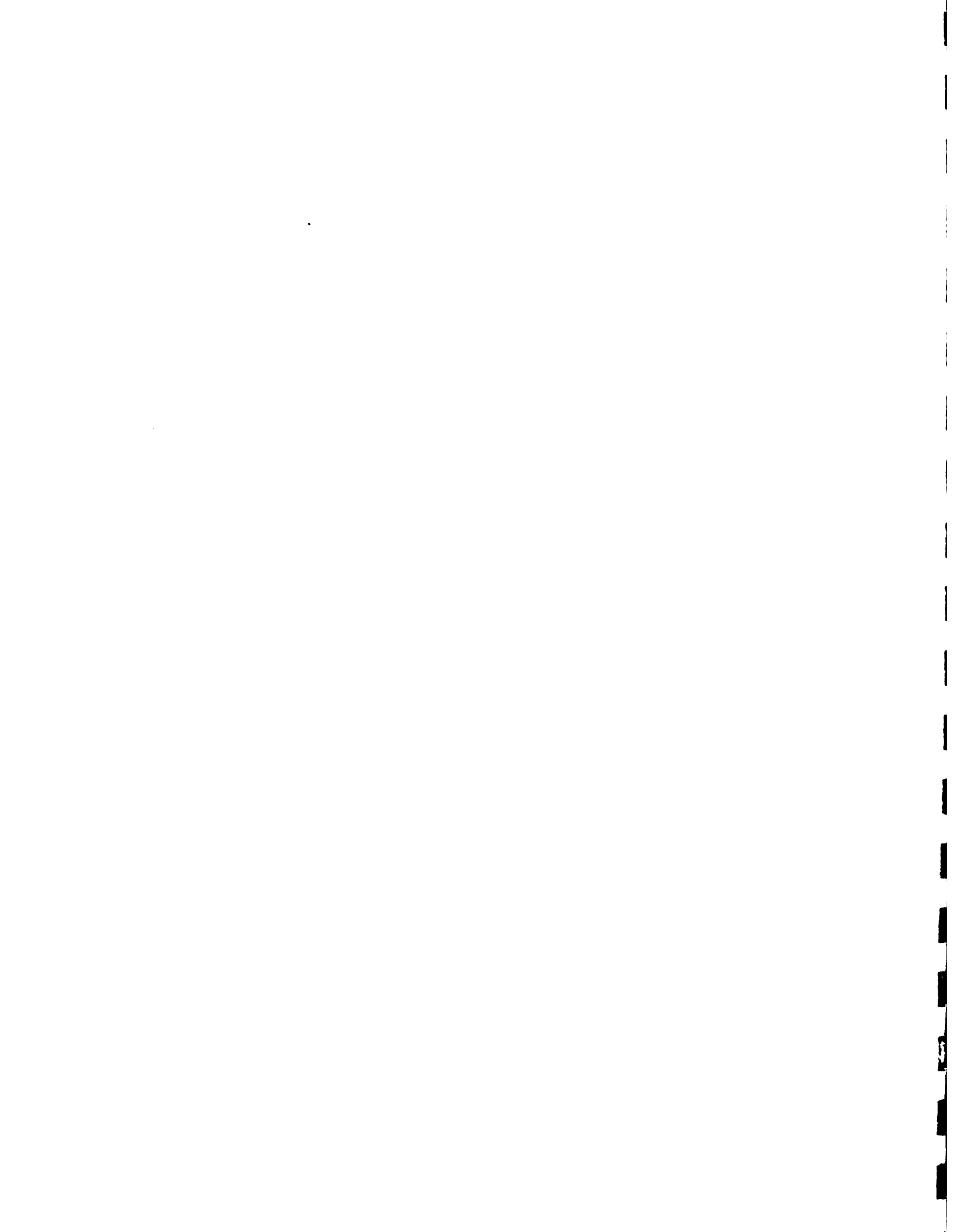
Será un producto adicional, el contar con una recopilación de "casos de comercialización cooperativa" y de organizaciones de productores para la comercialización.

Paralelo a ello, se harán los estudios de mercado y comercialización tanto para mercado interno como para el externo.

Estos estudios y diagnósticos permitirán detectar las áreas que más afectan a los productores, a fin de dar prioridad de atención a sus demandas en el momento de imple<sup>n</sup>etar una estrategia de comercialización.

En materia de comercio exterior, se considera necesaria alguna participación por cuanto es estrategia gubernamental dar alta prioridad a las exportaciones agropecuarias, tanto por el elemento reactivador que ello aporta, como por la necesidad de incrementar a corto plazo la captación de divisas para el país.

El Ministerio de Agricultura forma parte de un Comité Nacional de Promoción de Exportaciones, que cuenta con comités especializados en el sector



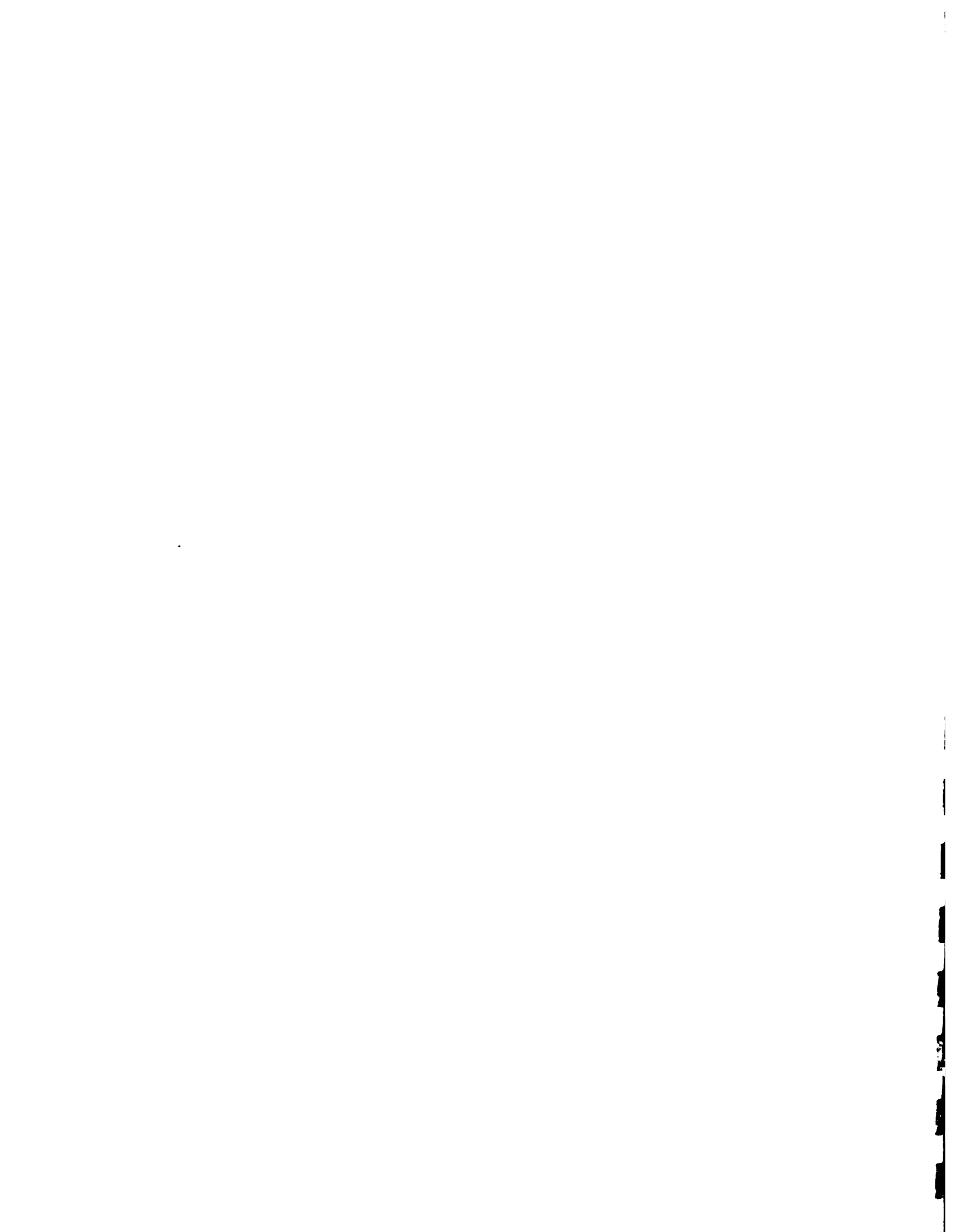
agropecuario, los cuales tienen como objetivos los estudios de barreras al comercio exterior y la identificación de medidas para incrementar las exportaciones.

Por esta razón, este proyecto se vincula con los esfuerzos de promoción de exportaciones con información en los rubros muy dependientes del mercado externo, lo cual seguramente, le dará dividendos políticos importantes. Asimismo, la oportunidad de contar con canales de comercialización más amplios junto con nuevas alternativas de comercialización y mercados para los productores.

#### 4.3. Programación.

Un ordenamiento secuencial de las metas será el siguiente:

1. Análisis institucional de Copagro y las cooperativas.
2. Metodología y aplicación de la misma, para evaluar los poderes compradores de Copagro.
3. Capacitación de técnicos de Copagro en:
  - a) Manejo de plantas de silos y comercialización de granos.
  - b) En identificación y elaboración de proyectos específicos.
  - c) Metodología para elaboración de proyectos específicos.
4. Metodologías para estudios de mercados y comercialización interna y en externa (en los rubros de exportación).
5. Ejecución de estudios sobre comercialización interna y externa en una lista de productos altamente prioritarios.
6. Seminarios y estudios de casos para conocer y discutir las estrategias de comercialización.



7. Como producto final, la propuesta de la o las estrategias de comercia  
lización para implementación con carácter de permanencia (corto y largo  
plazo). Comprende:
- a. Una propuesta global para fines de 1983.
  - b. Revisión y propuesta definitiva.

El tiempo total del proyecto en sus tres Fases restantes será de 2 1/2 años, contados a partir de la firma del convenio respectivo. Su Fase Previa, como ya se dijo, comprendió aproximadamente 6 meses.

El tiempo de la primera fase será de 1 año y su costo de US\$ 100.000.=, los cuales se distribuirán así:

COPAGRO	1983	US\$ 41.000.-
IICA	1983	US\$ 41.000.-

Los restantes US\$ 18.000 serán aportados en 1984 por Copagro (50%) y en lo que respecta a la responsabilidad de IICA se acudirá a fondos de cuotas, tanto para cubrir lo que falte de la Fase Primera, como para dar inicio a la Fase Segunda (véase esquema gráfico de la pág. 8). El proyecto de programa operativo de IICA en 1984 y 1985 ya hace los planteamientos en este sentido.





## V. METODOLOGIA DEL PROYECTO.

### 5.1. Base estadística y de cuantificación.

Por la naturaleza de este proyecto, no hay disponible una base estadística y de cuantificación de los cambios que logrará el mismo en su ejecución. Este es un proyecto cuyo producto principal es la elaboración de un proyecto de estrategia de comercialización. Servirá para la evaluación del proyecto, el conocimiento de los siguientes antecedentes sobre la situación actual en Copagro:

- a. la institución está iniciando actividades en el campo de la comercialización. Sus primeras experiencias fueron con los recientes poderes compradores de trigo, arroz y maíz que implementó durante 4 meses en promedio por producto. En cambio, las cooperativas, poseen experiencias interesantes en comercialización y agroindustrias, pero la mayoría en un radio de acción localizada y sin vinculación al mercado nacional.
- b. Copagro no contaba con un departamento de comercialización. A partir de Marzo/83, con motivo del inicio de la vigencia de la "Carta de Intención" firmada junto con IICA y con el Ministerio de Agricultura, se comenzó a organizar un departamento, que ya cuenta con dos especialistas quienes destinan entre 60 y 80% de su tiempo al mismo.
- c. Copagro no tiene aún experiencias en exportaciones, aunque algunas de sus cooperativas si cuentan con ellas.
- d. Hay algunos estudios sobre comercialización interna y se inició la elaboración de uno sobre comercialización externa de legumbres.
- e. Copagro no cuenta aún con una estrategia definida de comercialización cooperativa.

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

5.2. Programa Operativo 1983.

## 5.2.1. Actividades.

- 1a. actividad: cooperar en el análisis institucional para el proyecto.
- 2a. actividad: cooperar en metodologías y ejecución de estudios de mercado y comercialización.
- 3a. actividad: cooperar en el desarrollo de metodologías para identificación y elaboración de proyectos específicos en Copagro.
- 4a. actividad: cooperar en capacitación en comercialización.
- 5a. actividad: cooperar en el diseño y propuesta de estrategias de comercialización.

## 5.2.2. Resumen de Costos O.P.1983.

1. Servicios Generales	US\$	6.000
2. Actividades		
1a. actividad		3.000
2a. actividad		9.000
3a. actividad		4.000
4a. actividad		8.000
5a. actividad		11.000
		<hr/>
TOTAL:	US\$	41.000.=



DESCRIPCION DE ACTIVIDAD ACCION DE COYUNTURA CODIGO PROGRAMACION : 7.SC.1.1UNIDAD/PAIS: CHILECODIGO CONTABLE : X.7.SC.1.1AÑO: 19831. TITULO: COOPERACION EN EL ANALISIS INSTITUCIONAL PARA EL PROYECTO2. FECHA DE EJECUCION: JULIO 30 A DICIEMBRE. 30/833. LUGAR: CHILE

4. DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD (Acciones y eventos a realizar)

Comprende las metodologías y el apoyo para:

4.1. Una evaluación de Copagro como institución de tercer grado, su evolución desde que se constituyó y su adaptabilidad a los posibles cambios que implicará adoptar una nueva estrategia de comercialización

4.2. En las cooperativas, se hará un análisis en igual sentido. Se estudiará también la vinculación de las cooperativas con Copagro, a fin de identificar los cambios requeridos para montar una estrategia de desarrollo estable y con vigencia a largo plazo.

4.3. Se estudiarán las experiencias de Copagro con los poderes compradores y los de las cooperativas en comercialización interna, en exportaciones y en agroindustrialización.

Esta actividad se relaciona con el objetivo 3.2.1.5. INSTITUCION BENEFICIARIA: Copagro, Cooperativas asociadas.6. RESPONSABLE : G. Mendoza

7. COSTOS DE OPERACION:

	FINANCIACION US\$	
	CUOTAS	OTROS RECURSOS
		F.S.B.
20 Viajes Oficiales		700
21 Literatura Técnica		
22 Edición de Publicaciones		500
22-A Distribución Publicaciones		
23 Becas		
24 Consult. y Conferenciantes		1.000
25 Materiales y Utiles		200
26 Otros servicios		100
27 Procesamiento de Datos		500
28 Personal de Campo		
TOTAL		3.000



DESCRIPCION DE ACTIVIDAD ACCION DE COYUNTURA CODIGO PROGRAMACION : 7.SC.1.1.2UNIDAD/PAIS: CHILECODIGO CONTABLE : X.7.SC.1.2AÑO: 1983

1. TITULO: COOPERACIÓN EN METODOLOGÍAS Y EJECUCION DE ESTUDIOS DE MERCADO Y COMERCIALIZACION

2. FECHA DE EJECUCION: JULIO/83 A JULIO/85

3. LUGAR: CHILE

4. DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD (Acciones y eventos a realizar)

Corresponde a las metodologías y su aplicación para la realización de estudios de mercado y comercialización especialmente dirigidos al mercado interno, aunque también al comercio externo en los rubros que son dependientes de las exportaciones.

Se comienza con encuestas a las cooperativas de Copagro para conocer las necesidades prioritarias de los agricultores y organizaciones en materia de estudios y diagnósticos. Paralelamente se mantienen consultas con Minagri para conocer el interés y prioridades gubernamentales.

Se prepara un equipo de técnicos y se les apoya en la ejecución de los estudios que serán cortos, ágiles y permanentes a fin de estructurar un sistema de información que permita la toma de decisiones a las instituciones involucradas. Estos estudios, rendirán información básica para diseñar las estrategias de comercialización.

Se relaciona con el objetivo 3.2.2.

5. INSTITUCION BENEFICIARIA: Copagro y Cooperativas, Minagri (ODEPA)

6. RESPONSABLE : G. Mendoza

7. COSTOS DE OPERACION:

	FINANCIACION US\$	
	CUOTAS	OTROS RECURSOS
		F.S.B.
20 Viajes Oficiales		1.000
21 Literatura Técnica		200
22 Edición de Publicaciones		1.000
22-A Distribución Publicaciones		300
23 Becas		1.000
24 Consult. y Conferenciantes		
25 Materiales y Utiles		500
26 Otros servicios		500
27 Procesamiento de Datos		500
28 Personal de Campo		4.000
TOTAL		90.000





DESCRIPCION DE ACTIVIDAD ACCION DE COYUNTURA CODIGO PROGRAMACION : 7.SC.1.3UNIDAD/PAIS: CHILECODIGO CONTABLE : X.7.SC.1.3AÑO: 1983

1. TITULO: COOPERAR EN EL DESARROLLO DE METODOLOGIAS PARA LA IDENTIFICACION Y ELABORACION DE PROYECTOS ESPECIFICOS EN COPAGRO.

2. FECHA DE EJECUCION: JULIO/83 A JULIO/85

3. LUGAR: CHILE

4. DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD (Acciones y eventos a realizar)

4.1. Se trata de diseñar y ensayar metodologías de fácil aplicación por Copagro y las cooperativas, para la identificación y elaboración de proyectos y de estudios de factibilidad sobre comercialización y agroindustrias.

4.2. Apoyar la institucionalización en Copagro de un equipo técnico especializado en identificación y elaboración de proyectos, el cual pueda también apoyar a las cooperativas en esta materia. Dicho equipo deberá también estar en condiciones de apoyar el "desarrollo de estrategias en términos de proyectos" que corresponde a la Fase Segunda de este Proyecto.

4.3. Se busca que Copagro y Cooperativas cuenten con una cartera de proyectos financiables.  
Se relaciona con la meta 3.2.3.

5. INSTITUCION BENEFICIARIA: Copagro y Cooperativas

6. RESPONSABLE : G. Mendoza

7. COSTOS DE OPERACION:

	FINANCIACION US\$	
	CUOTAS	OTROS RECURSOS
20 Viajes Oficiales		500
21 Literatura Técnica		300
22 Edición de Publicaciones		200
22-A Distribución Publicaciones		
23 Becas		
24 Consult. y Conferenciantes		3.000
25 Materiales y Utiles		
26 Otros servicios		
27 Procesamiento de Datos		
28 Personal de Campo		
TOTAL		4.000



DESCRIPCION DE ACTIVIDAD ACCION DE COYUNTURA CODIGO PROGRAMACION : 7.SC.1.4UNIDAD/PAIS: CHILECODIGO CONTABLE : X.7.SC.1.4AÑO: 19831. TITULO: COOPERACION EN CAPACITACION EN COMERCIALIZACION2. FECHA DE EJECUCION: JULIO/83 A JULIO/853. LUGAR: CHILE

4. DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD (Acciones y eventos a realizar)

La capacitación se hará a dos niveles: a) De Directivos de Copagro, Cooperativas y Minagri y b) De Técnicos de Copagro y las Cooperativas.

La capacitación a nivel de Directivos tiene por fin contribuir a preparar el equipo que definirá e implementará una estrategia de comercialización, el cual requerirá decisiones gerenciales.

La capacitación de técnicos de Copagro y Cooperativas se orienta a la constitución de equipos que estén en condiciones de operar los poderes compradores de granos, ya que estas entidades ya tienen responsabilidades de comercialización, tanto en forma privada como en compromisos con Minagri para regular la comercialización de granos básicos.

Habrán cursos, seminarios y estudios de casos. Los últimos servirán para apoyar también el objetivo principal señalado en 3.2.5.

Se relaciona con los objetivos 3.2.4. y 3.2.5.

5. INSTITUCION BENEFICIARIA: Copagro, Cooperativas y Minagri6. RESPONSABLE : G. Mendoza

7. COSTOS DE OPERACION:

	FINANCIACION US\$	
	CUOTAS	OTROS RECURSOS
		F.S.B.
20 Viajes Oficiales		2.000
21 Literatura Técnica		500
22 Edición de Publicaciones		300
22-A Distribución Publicaciones		200
23 Becas		2.000
24 Consult. y Conferenciantes		2.000
25 Materiales y Utiles		700
26 Otros servicios		300
27 Procesamiento de Datos		
28 Personal de Campo		
TOTAL		8.000



DESCRIPCION DE ACTIVIDAD ACCION DE COYUNTURA CODIGO PROGRAMACION : 7.SC.1.5UNIDAD/PAIS: CHILECODIGO CONTABLE : X.7.SC.1.5AÑO: 19831. TITULO: COOPERAR EN EL DISEÑO Y PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION2. FECHA DE EJECUCION: OCTUBRE/83 A JUNIO/843. LUGAR: CHILE

4. DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD (Acciones y eventos a realizar)

Comprende la cooperación para la identificación, diseño y propuesta de una o más estrategias de comercialización acomodadas a las condiciones de Copagro, las cooperativas y Minagri.

Incluye: estudios de casos; entrenamiento en servicio dentro y fuera del país; seminarios, consultas y otras actividades tendientes a definir una estrategia básica de comercialización.

Se destacan los seminarios a nivel de Directivos de Copagro, Cooperativas, Minagri y otras instituciones para la discusión de estrategias en base a propuestas previas que va presentando el equipo técnico del proyecto Copagro-Minagri-IICA.

Se analizarán estudios de casos similares tanto de Chile como de otros países para extraer experiencias.

Todas las demás actividades contienen insumos para la presente actividad, de la cual saldrá el producto principal de este Proyecto: Estrategias de Comercialización que se recomiendan. Se relaciona con el objetivo 3.2.5.

5. INSTITUCION BENEFICIARIA: Copagro, Cooperativas, Minagri6. RESPONSABLE : G. Mendoza

7. COSTOS DE OPERACION:

	FINANCIACION US\$	
	CUOTAS	OTROS RECURSOS
		F.S.B.
20 Viajes Oficiales		4.000
21 Literatura Técnica		500
22 Edición de Publicaciones		500
22-A Distribución Publicaciones		300
23 Becas		1.000
24 Consult. y Conferenciantes		3.500
25 Materiales y Utiles		700
26 Otros servicios		500
27 Procesamiento de Datos		
28 Personal de Campo		
TOTAL		11.000



CODIGO DE PROGRAMACION: 7.SC.1

CODIGO CONTABLE: X.7.SC.1

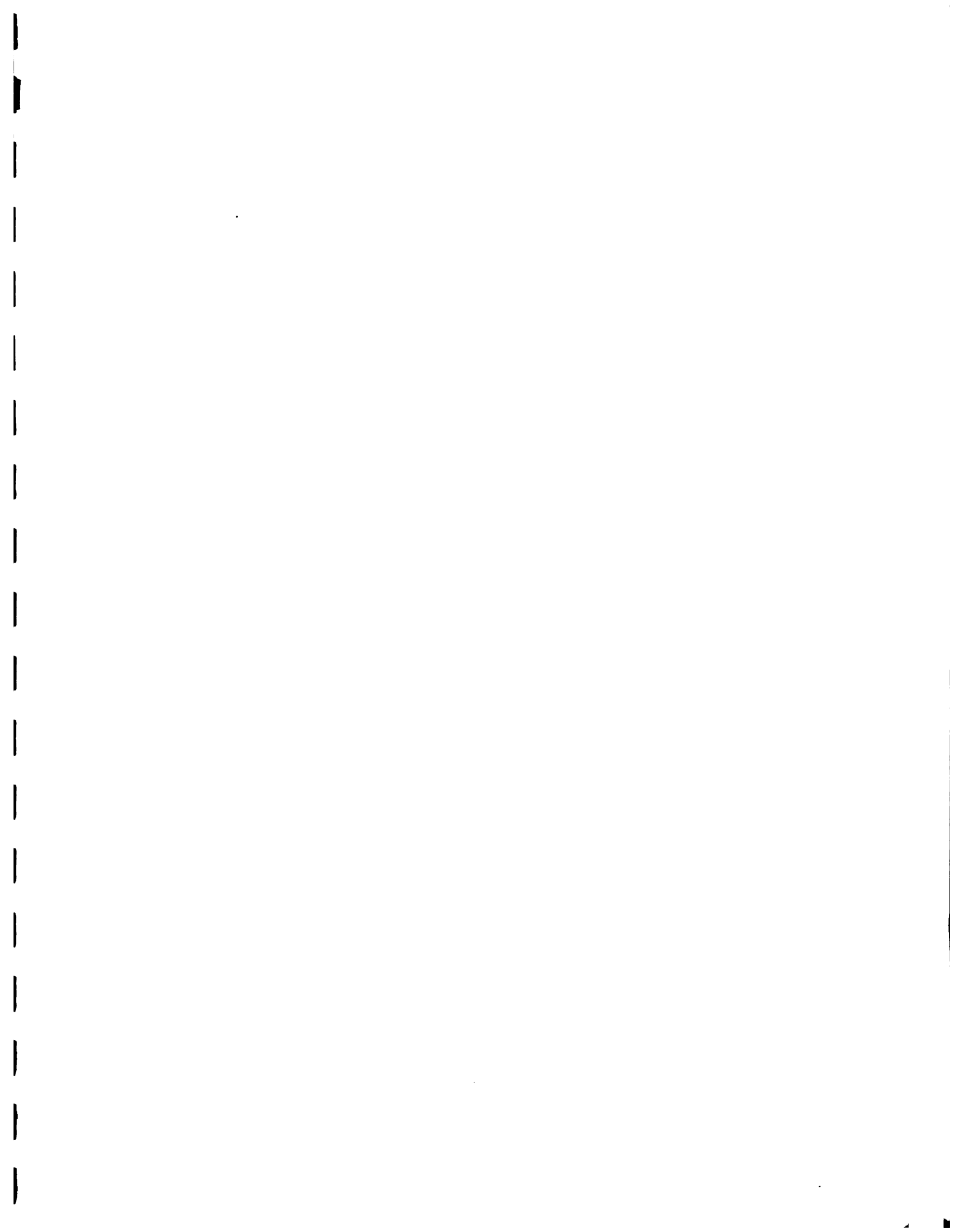
N°	CUENTA POR OBJETO DE GASTO
	<b>COSTOS DE PERSONAL</b>
11	Profesional Internacional
12	Prof. Nacional y Serv. Grles.
	<b>COSTOS DE OPERACION</b>
20	Viajes Oficiales
21	Literatura Técnica
22	Edición de Publicaciones
22-A	Distribución Publicaciones
23	Becas
24	Consultores y Conferenciantes
25	Materiales y Utiles
26	Otros Servicios
27	Procesamiento de Datos
28	Personal de Campo
40	<b>EQUIPO</b>
	<b>SERVICIOS GENERALES</b>
50	Suministros y Servicios
51	Impresión de Inf. y Documentos
52	Comunicaciones
53	Mantenimiento
54	Atenciones Oficiales
55	Alquileres
56	Seguros
57	Computación
	<b>TOTAL</b>





Código de Programación	Proyecto/Actividades (T
7.SC.1.1	COOPERACION EN EL ANALISIS CIONAL PARA EL PROYECTO.
7.SC.1.2	COOPERACION EN METODOLOGIA CUCION DE ESTUDIOS DE MERA COMERCIALIZACION.
7.SC.1.3	COOPERAR EN EL DESARROLLO DOLOGIAS PARA LA IDENTIFIC ELABORACION DE PROYECTOS I COS EN COPAGRO.
7.SC.1.4	COOPERACION EN CAPACITACION CIALIZACION.
7.SC.1.5	COOPERAR EN EL DISEÑO Y PI DE ESTRATEGIAS DE COMERCIA
	SERVICIOS GENERALES







1 JUNY 1983  
IICA - CIDA

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA  
IICA

IICA-CIDA

PROYECTO DE ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION CON PRODUCTORES DEL AGRO  
(COPAGRO - MINAGRI - IICA)  
(Proyecto IICA)

IICA  
E70  
159p

Santiago, Chile, Junio de 1983

