

Principales resultados del programa AFC de ProChile: noviembre de 2017

Rodrigo Contreras - Gabriel Layseca - Julybeth Márquez

Agricultura Familiar Campesina - pequeña agricultura - internacionalización - comercio - género



Principales resultados del programa AFC de ProChile noviembre de 2017

Autores:
Rodrigo Contreras
Gabriel Layseca
Julybeth Márquez
Profesionales del
Departamento de Asuntos Internacionales

Artículo producido y editado por la Oficina de Estudios y
Políticas Agrarias -Odepa-
Directora Nacional y Representante Legal
Claudia Carbonell Piccardo

Informaciones:
Centro de Información Silvoagropecuaria, CIS
Valentín Letelier 1339. Código postal 6501970
Teléfono: (56-2) 2397 3000
www.odepa.gob.cl
e-mail: odepa@odepa.gob.cl

Principales resultados del programa AFC de ProChile noviembre de 2017

1. Introducción

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la agricultura familiar es la forma de agricultura predominante en países desarrollados y en desarrollo. Se calcula que hay más de 500 millones de explotaciones agrícolas familiares en el mundo. Los agricultores familiares van desde pequeños productores hasta agricultores de mediana escala, así como campesinos, indígenas, comunidades tradicionales, pescadores, agricultores de zonas montañosas y otros de distintas regiones del mundo. Estos forman parte de las redes territoriales y de las culturas locales y gastan sus ingresos principalmente en mercados locales, con lo que generan numerosos empleos tanto en el sector agrícola como en otros¹. A nivel regional, en América Latina y el Caribe, la agricultura familiar tiene una gran relevancia, representa el 80% de las explotaciones agrícolas e incluye a más de 60 millones de personas, con lo que se constituye en una importante fuente de empleo².

De acuerdo a la FAO, existen diversas definiciones de agricultura familiar campesina (AFC), las que varían de un país a otro, dependiendo en parte de su tradición y de sus legislaciones locales. Sin embargo, en el marco del Año Internacional de la Agricultura Familiar Campesina, en 2014,

FAO desarrolló un concepto que permitiera integrar los elementos comunes de las distintas definiciones: "La Agricultura Familiar es una forma de organizar la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca, acuicultura y pastoreo, que es administrada y operada por una familia y, sobre todo, que depende preponderantemente del trabajo familiar, tanto de mujeres como hombres. La familia y la granja están vinculados, coevolucionan y combinan funciones económicas, ambientales, sociales y culturales"³.

En Chile, para el Instituto de Desarrollo Agropecuario (Indap), la AFC corresponde a aquellas personas u organizaciones que, de acuerdo a su ley orgánica, cumplen con las condiciones para ser sus beneficiarios, es decir, los pequeños productores agrícolas y los campesinos, que están definidos como aquellas personas que explotan una superficie no superior a las doce hectáreas de riego básico⁴, con activos que no superan las 3.500 Unidades de Fomento⁵, cuyos ingresos provienen principalmente de la explotación agrícola y que trabajan directamente la tierra; o como aquellas personas que habitan y trabajan habitualmente en el campo, cuyos ingresos provienen principalmente de la actividad agropecuaria realizada de manera personal⁶.

1 FAO, Plataforma de conocimientos sobre agricultura familiar [en línea]. Disponible desde: <http://www.fao.org/family-farming/background/es/>

2 Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe: Recomendaciones de Política, página 1, FAO, 2014

3 Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe: Recomendaciones de Política, página 26, FAO, 2014

4 La Superficie equivalente a la potencialidad de producción de una hectárea física, regada de clase I de capacidad de uso, del Valle del Río Maipo, Artículo 13°, Ley 18.910.

5 La Unidad de Fomento (UF) es una unidad contable utilizada en Chile, reajutable de acuerdo a la inflación.

6 Ley 18.910, de 1990, modificada por Ley 19.213, de 1993.

La agricultura familiar chilena es un segmento social y económico de gran importancia y es parte significativa del sector agrícola nacional. Está compuesta por cerca de 260.000 explotaciones, casi el 90% del total de unidades productivas del país, siendo el segmento más relevante desde el punto de vista de las familias productoras. Desde una perspectiva territorial, casi el 75% de la agricultura familiar se concentra entre las regiones del Maule y Los Lagos, y entre estas las regiones con mayor peso relativo son las del Biobío y de la Araucanía⁷.

Según Indap, desde una mirada económica, en Chile la AFC posee el 25% de los activos, controla el 38% de la superficie regada (expresada como hectáreas de riego básico) y contrata el 33% de los asalariados agrícolas, proporción que se incrementa a más del 60% al considerar el autoempleo. En términos de los principales rubros agroalimentarios, controla el 40% de la superficie de cultivos anuales y más del 50% de las existencias de ganado bovino⁸.

A pesar de su relevancia nacional a nivel de explotaciones, superficie cultivada y empleo, uno de los principales obstáculos para el desarrollo de la agricultura familiar es el acceso a mercados⁹. En Chile, de acuerdo a un

estudio realizado para Indap en 2009¹⁰, a partir de datos del VII Censo Nacional Agropecuario y Forestal, sólo un 5% de las explotaciones pertenecientes a agricultores familiares había logrado realizar exportaciones (12 mil explotaciones), alrededor de 23 mil vendían a la agroindustria (9% del segmento) y 8 mil tenían agricultura de contrato (3% del segmento). Esta situación contrasta con el liderazgo que tienen las exportaciones agroalimentarias chilenas en los mercados internacionales¹¹, siendo Chile el primer exportador mundial de uva de mesa, cerezas, ciruelas frescas y arándanos; segundo de ciruelas deshidratadas; tercero de nueces, paltas y pasas y cuarto de vino, kiwis y manzanas.

La dificultad de la agricultura familiar para insertarse en los mercados, tanto domésticos como de exportación, pone en relevancia la necesidad de implementar políticas que les permitan mejorar sus condiciones de comercialización, para así reducir la brecha existente respecto a medianos y grandes productores, más aún considerando su participación (Gráficos 1 y 2) en distintos productos que tienen una alta demanda en los mercados internacionales, como por ejemplo, el vino.

7 Lineamientos Estratégicos 2014 | 2018, Por un Chile Rural Inclusivo; páginas 22-23, Indap, 2014

8 Ibíd.

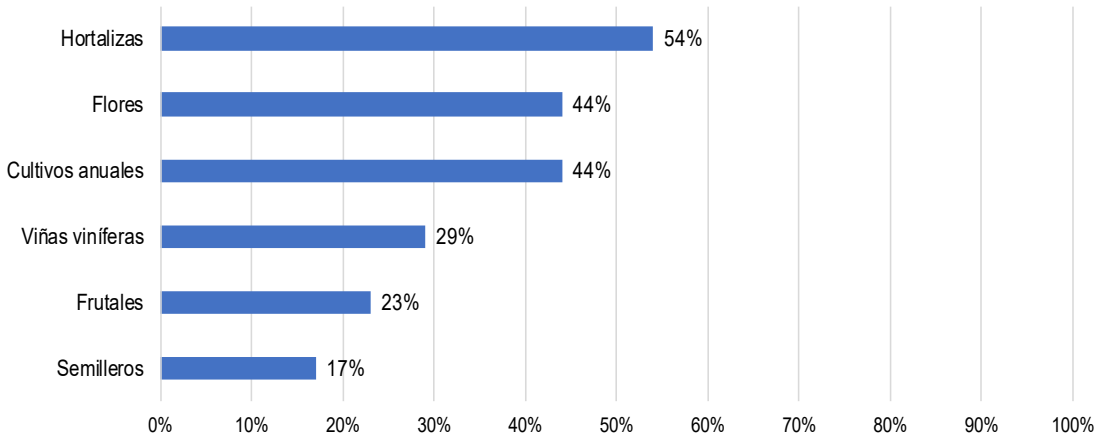
9 Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe: Recomendaciones de Política, página 53, FAO, 2014

10 Indap/Qualitas Agroconsultores. (2009). Estudio de caracterización de la pequeña agricultura a partir del VII Censo Nacional Agropecuario y Forestal. 54 p.; en Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe: Recomendaciones de Política, página 53, FAO, 2014.

11 Trade Map (Suiza). Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas [en línea]: Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2016. Génève: International Trade Centre, [fecha de consulta: 15 junio 2017].

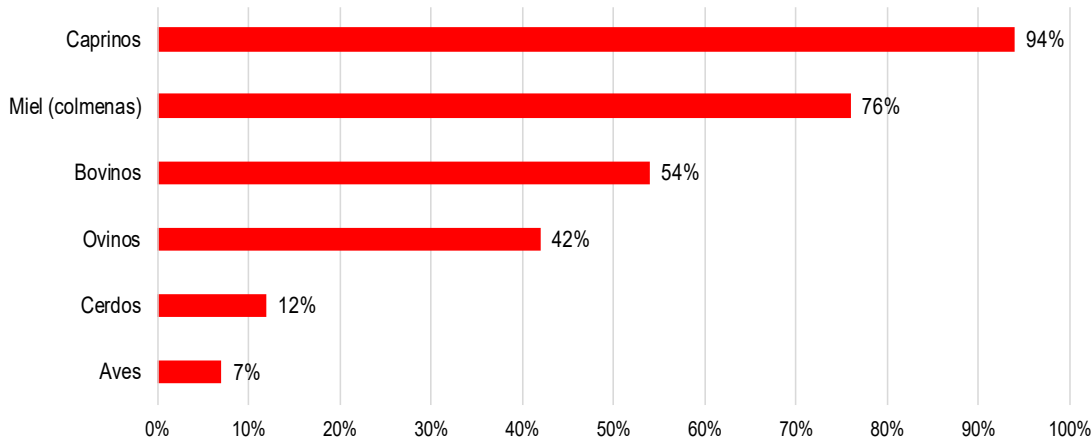


Figura 1. Participación de la AFC en la superficie de las principales cadenas agrícolas (%)



Fuente: INDAP, a partir de dato del Censo Agropecuario 2007

Figura 2. Participación de la AFC en las existencias de las principales cadenas pecuarias y apícola (%)



Fuente: INDAP, a partir de dato del Censo Agropecuario 2007

Con el objetivo de reducir las brechas de la agricultura familiar campesina chilena respecto a su participación en los mercados internacionales, el Ministerio de Agricultura ha adoptado políticas tendientes a su promoción, fomento e inserción, más allá del rol histórico desempeñado por el Instituto

de Desarrollo Agropecuario (Indap). Es así como, en el marco del Fondo de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias, se desarrolló el programa "Proyectando la agricultura familiar campesina en mercados internacionales", el que recoge experiencias anteriores de internacionalización de la AFC.

2. Programa “Proyectando la agricultura familiar campesina en mercados internacionales”

El Fondo de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias (FPESA) fue creado en 1995 con la misión de apoyar e incentivar las exportaciones y fomentar la internacionalización de las empresas del sector agropecuario. Para ello, el Ministerio de Agricultura transfiere recursos anualmente a la Dirección de Promoción de Exportaciones (ProChile). Sin embargo, este fondo no necesariamente había considerado de manera particular a la agricultura familiar¹².

Para apoyar la reducción de las desigualdades en la asignación de recursos, en 2014 se incorporó un programa de internacionalización de la AFC en el convenio de transferencia del FPESA, año en que se adicionaron \$ 140 millones para apoyar exclusivamente a la AFC, monto que alcanzó \$ 416 millones en 2015, \$ 334 millones en 2016 y \$ 370 millones que fueron asignados para 2017¹³.

El programa está dirigido a productores y/o empresas individuales o asociativas, con potencial exportador, que pertenezcan al segmento de la agricultura familiar campesina, que sean productoras de bienes y/o servicios, sean o no usuarias de Indap¹⁴.

El objetivo del programa es facilitar y promover el acceso a los mercados internacionales de los productos y servicios desarrollados por la agricultura familiar campesina chilena, identificando en este segmento aquellos productos, empresas y emprendimientos con potencial exportador, generando capacidades para convertirse en exportadores, fortaleciendo así su autonomía. También lo es transferir conocimientos y generar capacidades de negociación en las empresas/productores que

participan en el proceso de exportación indirecta, para que puedan desempeñar mejor su rol de proveedores dentro de la cadena productiva y su relación con la agroindustria o convertirse en exportadores directos. Asimismo, el programa busca fomentar la colaboración y el trabajo conjunto entre organismos públicos del sector agropecuario con las empresas y/o productores de la AFC, acentuando la coordinación a nivel regional¹⁵.

Los énfasis del programa están puestos en:

- Territorio, que considera las particularidades de una localidad.
- Pueblos originarios.
- Género y jóvenes.
- Asociatividad.
- Comercio Justo, Economía del Bien Común y economías solidarias como vías de comercialización sociales y sostenibles.
- América Latina, como mercado de principal interés.

ProChile, en conjunto con Indap y a través de sus oficinas regionales y las Secretarías Regionales Ministeriales (Seremi) de Agricultura, realizan el levantamiento de las iniciativas con potencial exportador detectadas en las distintas regiones, a partir de lo cual se genera el plan de trabajo del Programa. Luego, la coordinación nacional sintetiza y genera las economías de escala necesarias para la elaboración de un plan anual, que sea representativo de las particularidades regionales¹⁶.

¹² Coyuntura Internacional III. Proyección de la Agricultura Familiar Campesina, Odepa, 2016.

¹³ Los fondos asignados para 2015 contemplaron un gran número de actividades para la Feria Expo Milán, las cuales no se realizaron en 2016, ni en 2017.

¹⁴ Información proporcionada por la Coordinación Nacional del Programa “Proyectando la Agricultura Familiar Campesina en Mercados Internacionales” de ProChile.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibidem.

Este programa entrega a los usuarios tres tipos de servicios:

- Entrenamiento: involucra la formación de los participantes del programa, en tres modalidades de trabajo:
 - Talleres.
 - Mentorías.
 - Capacitaciones.
- Redes y oportunidades comerciales:
 - Visita de expertos a Chile.
 - Visita de compradores a Chile.
 - Seminarios internacionales de tendencias productivas, comerciales y marketing.
- Estudios y experiencias en mercados internacionales:
 - Misiones de prospección.
 - Visita a ferias internacionales.
 - Participación en ferias internacionales.
 - Estudios de mercado.
 - Inteligencia de mercado.

El programa también considera alianzas complementarias con instrumentos y herramientas otorgados por otros servicios públicos, generando un acompañamiento a cada uno de los beneficiarios para desarrollar competencias en otros ámbitos de su negocio exportador. Este tipo de alianzas están destinadas a aquellos beneficiarios que muestren un mayor desarrollo de capacidades y potencial exportador, que estén dispuestos a ingresar al proceso exportador de manera sostenible. Las alianzas se realizan con instrumentos y/o programas de servicios como Indap, la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo), el Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec) y ProChile, entre otros¹⁷.

3. Principales resultados del Programa “Proyectando la agricultura familiar campesina en mercados internacionales”

• Año 2014

En 2014, año en que comenzaron a asignarse recursos exclusivos para la Agricultura Familiar Campesina en el FPESA, el presupuesto fue de \$ 140 millones. Con estos recursos se realizaron ocho actividades que consistieron, entre otras, en visitas a diferentes países del mundo, con el objetivo de conocer la forma de producción, presentación y comercialización de productos de la agricultura, funcionamiento de cooperativas y Comercio Justo. Los 49

beneficiados pertenecían mayoritariamente a los sectores apícola, hortícola, de frutos secos y artesanías. También, se desarrollaron dos talleres en regiones (Tarapacá y Aysén) y un seminario en Santiago y se enviaron muestras y artesanías a Italia, lo que benefició a tres artesanas de la Región de Los Ríos¹⁸.

Algunas de las actividades que se desarrollaron fueron:

- Misión del sector hortofrutícola en Brasil.
- Participación en el Seminario Internacional de Frutos Secos en Argentina.

¹⁷ *Ibidem*

¹⁸ Cuenta pública 2014, Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (Direcon).

- Visitas guiadas al Salón Internacional del Gusto - Terra Madre (Italia), a la Feria Internacional de Turismo (FIT) en Argentina y Participación en Festival Latinoamericano de Artesanía (Ecuador).

- **Año 2015**

En 2015 con un presupuesto de \$ 416 millones se realizaron cinco seminarios, enfocados en los sectores apícola, hortalizas y productos forestales no madereros, los que contaron con una participación de 248 asistentes, la mayoría de la Región del Maule. Así también, se desarrollaron 35 talleres, a los cuales asistieron 992 pequeños agricultores¹⁹. Se destacan los realizados en las regiones de Arica, Maule, Aysén, Metropolitana, Los Ríos, Tarapacá, Magallanes, La Araucanía, Los Lagos y BíoBío²⁰.

En el ámbito de estudios y experiencias en mercados internacionales, se llevaron a cabo ocho misiones de prospección con la participación de 45 productores y artesanos de distintos sectores productivos (vinos, flores, lupino, hortalizas, cerezas y ovinos), quienes visitaron España, Portugal, Suiza, Estados Unidos, México, Argentina y Colombia.

¹⁹ Información proporcionada por la Coordinación Nacional del Programa "Proyectando la Agricultura Familiar Campesina en Mercados Internacionales" de ProChile.

²⁰ Cuenta pública 2015, Direcon.

²¹ Información proporcionada por la Coordinación Nacional del Programa "Proyectando la Agricultura Familiar Campesina en Mercados Internacionales" de ProChile.

²² Cuenta pública 2016, Direcon.

²³ Información proporcionada por la Coordinación Nacional del Programa "Proyectando la Agricultura Familiar Campesina en Mercados Internacionales" de ProChile.

²⁴ *Ibid.*

Además, se realizaron once misiones internacionales de convocatoria nacional, con una participación de 56 agricultores y artesanos, hombres y mujeres, en sectores de comercio justo y sustentabilidad, vinos, frutales menores, turismo rural y artesanía, visitando los mercados de España, Italia, Francia y Guatemala. En total, la ejecución de las actividades del año 2015 contó con la participación de 1.284 beneficiarios²¹.

- **Año 2016**

Durante 2016, el programa mantuvo su estrategia de trabajo buscando facilitar y promover el acceso a los mercados internacionales de los productos y servicios

desarrollados por la agricultura familiar campesina chilena, respetando las particularidades de cada región y zona productiva del país²². En ese contexto, se realizaron un total de 82 actividades y dos ruedas de negocios dirigidas a cooperativas. Estas actividades beneficiaron a un total de 1.967 productores y productoras, entre misiones internacionales, capacitaciones y visitas interregionales, con una ejecución total de \$ 334 millones²³.

Se realizaron 17 misiones internacionales, con la participación de 78 productores y productoras. Los mercados visitados fueron: Alemania, España, Reino Unido, Suiza, Suecia, Italia, Estados Unidos, Canadá, Colombia, Argentina, Bolivia, Brasil, Honduras, Costa Rica y Uruguay.

Se desarrollaron 30 talleres, ocho seminarios, siete mentorías y cuatro visitas de expertos, en las que participaron cerca de 1.857 productores(as). Los talleres desarrollados fueron en apicultura, hortalizas, quinua, turismo rural, asociatividad y certificaciones, entre otros. Las mentorías fueron en diseño/ vestuario, turismo rural, producción de lana y gestión. Los seminarios, en apicultura, hortalizas, turismo rural, agroecología y productos forestales no madereros. Los expertos internacionales invitados fueron traídos desde España, Estados Unidos, Uruguay, Argentina y Brasil.

También se llevaron a cabo cinco experiencias interregionales, en las que participaron 32 productores y productoras, de las regiones de La Araucanía, Coquimbo, del Maule y de Los Lagos²⁴.

En el ámbito del Comercio Justo, se ha desarrollado un trabajo desde 2015 para difundir esta expresión de la economía social. Parte importante de la labor realizada

ha tenido por objetivo detectar potenciales grupos de productores que se certifiquen por esta vía. Se formó la Mesa de Comercio Justo y Economías Solidarias, con representantes de organismos públicos y la sociedad civil, lo que ha sido liderado por ProChile. Dentro de las acciones realizadas en Comercio Justo y Economía Social, en 2016 se realizaron cuatro talleres (regiones de Antofagasta, Los Lagos y Tarapacá), dos seminarios (regiones del Maule y del BíoBío), la visita de un experto a la Región Metropolitana y la celebración del día nacional del Comercio Justo, instancia en la que participaron más de 100 asistentes.

El programa también ha desarrollado su trabajo en alianza con la División de Asociatividad y Economía Social (DAES) del Ministerio de Economía y con la Subsecretaría de Agricultura, potenciando la formación de cooperativas y el trabajo con las existentes, a través de seminarios, talleres con asesoría de expertos y ruedas de negocios. En 2016 se realizaron dos talleres regionales (BíoBío y Coquimbo), un seminario en la Región de Magallanes y dos ruedas de negocios, en Rancagua y Valdivia.

- **Año 2017**

Para este año se asignaron recursos por cerca de \$ 360 millones, con el fin de aumentar el trabajo en mercados internacionales, en mentorías y en la articulación con otros instrumentos estatales de FIA, Corfo y Sercotec, entre otros²⁵.

En el ámbito de la Economía Social y Cooperativa, se tiene por objetivo aumentar el trabajo con cooperativas a través de la visita de expertos y seminarios e integrar estos temas a la agricultura familiar, además de integrarse a las mesas de trabajo de Agricultura y Economía en Comercio Justo y Cooperativas. También se busca promover la diversificación de la oferta exportable a través de la comercialización vía Comercio Justo y desarrollar una alianza Comercio Justo, Economía del Bien Común y Cooperativa.

Luego del proceso de levantamiento y validación de proyectos, se planificaron 74 iniciativas, de las cuales se han ejecutado 25 al mes de junio (34%), que han consistido en visitas interregionales, visitas de importadores y de expertos a Chile, mentorías, talleres en distintas temáticas, participación en seminarios, ferias y foros internacionales y en la organización del Día Internacional del Comercio Justo. Los rubros o productos en los que se ha trabajado han sido variados: frutos secos, productos forestales no madereros (PFNM), hortalizas, vinos naturales, productos orgánicos, limón de pica, quinua, miel y productos de la colmena, artesanía, turismo rural, Comercio Justo y Economía Social (incluyendo cooperativas), agroindustria, lanas y té de zanahoria. En total, hasta junio de 2017, 821 beneficiarios han accedido a los distintos servicios del programa.

²⁵ *Ibidem*.

a. Experiencias más destacables en los últimos dos años

En 2016, destacan dos casos de misiones comerciales con resultados exitosos: la de artesanías de la Región de Atacama a Italia, cuyo objetivo fue retomar contacto en tiendas de Comercio Justo, lo que se materializó en dos pedidos de productos y la de vinos naturales a Londres, que contó con la participación de viñateros de las regiones de O'Higgins, Maule y BíoBío, dando continuidad a lo realizado durante 2015, cuando se presentaron en Inglaterra e Italia para exponer sus distintos vinos desarrollados en forma natural. Gracias a esta visita, lograron cerrar una venta y hacer un envío durante julio de 2016. El grupo de vinos naturales también ha logrado materializar ventas a mercados como Estados Unidos, Canadá, Australia y Francia²⁶.

También interesantes fueron las asesorías en turismo rural que se realizaron en las regiones de Aysén y La Araucanía en 2016, a partir de las cuales se detectaron rutas turísticas basadas en los atractivos culturales y el patrimonio agrícola de ambas regiones. El mismo año, con la visita de una experta española en manejo de hongos silvestres, se realizó un trabajo de terreno con recolectores y productores de la Región de Aysén, lo que terminó con la realización de un estudio sobre el potencial comercial del hongo Morchella de la Región de Aysén en el mercado español.

ProChile destaca particularmente una experiencia de mentoría con artesanas de la Región de Aysén, quienes han recibido apoyo durante 2016 y 2017, dando continuidad al trabajo realizado. Las beneficiarias corresponden a un grupo de siete mujeres que trabajaban la lana de la zona y que se identificó en la ciudad de Coyhaique, quienes se inscribieron entre marzo y abril de 2016 y, luego

de dos a tres reuniones, se plantearon como objetivo desarrollar una serie de productos textiles para ser probados y comercializados a nivel nacional e internacional, realzando la identidad local y la denominación de origen de los mismos.

Durante 2016, se obtuvieron distintos resultados, entre los que destacan su participación en el Taller Market Readiness Program in Aid to Artisans, compartiendo experiencias con productores de otros países y obteniendo conocimientos sobre estrategias de comercialización y marketing; la realización de un desfile en el Club de Leones de Coyhaique; el trabajo en el diseño y desarrollo de packaging, en el que se definió realizar una propuesta genérica que identifique el grupo de productoras en el rubro de diseño y artesanía de la región y también la postulación a Comercio Justo, como estrategia comercial para agregar valor al trabajo asociativo y artesanal.

En 2017, el mismo grupo de artesanas se propuso implementar su estrategia comercial a través de un sistema e-commerce masivo. A la fecha, se han desarrollado las siguientes acciones: las productoras conocieron el proyecto de producción de lana de la Región de Aysén certificada Wildlife Friendly; adquirieron conocimientos sobre las tendencias y pronósticos de los compradores internacionales de Worth Global Style Network (GSN), empresa líder en pronósticos de tendencias de moda e industrias creativas, presentaron sus avances y bocetos para la colección 2017 y, finalmente, definieron las tareas para desarrollar en su siguiente asesoría, las que incluyen una nueva colección, la incorporación del e-commerce y la postulación a diferentes fondos y actividades relacionadas con el rubro²⁷.

26 Información proporcionada por la Coordinación Nacional del Programa "Proyectando la Agricultura Familiar Campesina en Mercados Internacionales" de ProChile.

27 Ibid.

Los resultados expuestos, así como otros casos de éxito de este programa en sus tres años y medio de ejecución, demuestran que haciendo una correcta identificación de las necesidades y las brechas existentes en el ámbito de la comercialización para un segmento de la agricultura familiar, es posible desarrollar estrategias comerciales que permitan acceder a mercados

internacionales de nicho, que valoran especialmente los productos tradicionales, con identidad local y que tienen un impacto positivo sobre las comunidades que los producen. Es así como, mediante políticas de apoyo, normativas adecuadas y detección de oportunidades comerciales, es posible replicar los casos de éxito de este programa, para continuar con la proyección de la agricultura familiar chilena.

