



Limón de Pica y Oferta con potencial de exportación Productos Agrícolas de la Región de Tarapacá.



DOCUMENTO PREPARADO PARA USO DE:

SRA. DORIS OLIVARES MEYER, DIRECTORA REGIONAL DE PROCHILE,
REGION DE TARAPACÀ

ELABORADO POR:

Jaime Viza Miranda

Ingeniero Comercial, Mg. Administración de Empresas

Diplomado en Economía Social y Comercio Justo

DE LOS PRODUCTOS CON POTENCIAL DE EXPORTACION:

1. Tanto la Estrategia Regional de Desarrollo (E.R.D) de Tarapacá, como la Estrategia Regional de Innovación (E.R.I.) de la Región, señalan como prioridad propiciar procesos de desarrollo en el sector agrícola de la región.

La Estrategia Regional de Desarrollo (ERD), establece como uno de sus objetivos, *“diversificar la base productiva regional mediante formas de economías sustentables, potenciando los sectores agropecuarios y turísticos”*. Asimismo la Estrategia Regional de Innovación de Tarapacá (ERI), la agricultura del desierto es priorizada para iniciar en ella procesos efectivos de desarrollo, dándole valor agregado, modernizándola para lo cual establece la necesidad de incrementar la capacidad de innovación de las empresas, fomentar los encadenamientos productivos, la aplicación I+D+i para su desarrollo, facilitar procesos de propiedad de protección intelectual eficiente, internacionalización de las empresas, y la incorporación en las empresas de conocimientos y recursos tecnológicos adecuados.

2. Los productos agrícolas con potencial de exportación de Tarapacá son: el Limón de Pica, el Ajo de Camiña, la Quínoa del Altiplano (Colchane/Cancosa) y el Mango de Pica. Todos éstos por sus características organolépticas únicas que los diferencian de sus similares.



Limón y Mango de Pica, Ajo de Camiña, y Quínoa del Altiplano de Tarapacá.

3. El primer producto agrícola de Chile en obtener la Indicación Geográfica o sello de Origen, fue el Limón de Pica, siendo el primer producto nacional con I.G. que cuenta con un Centro de Administración de Denominación de Origen. Este, a nivel regional, es el producto de mayor avance en los esfuerzos por comercializarlo en los mercados internacionales.



El 03 de Julio de 2015, se Firman los Estatutos del Centro de Administración de Origen (CADO) del Limón de Pica.

La Organización Mundial de la propiedad Intelectual define, a la Indicación Geográfica/Denominación de Origen como *“un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto y cuyas cualidades, reputación y características se deben esencialmente a su lugar de origen”*.

Estudios de la Comunidad Europea aseguran que la gente está dispuesta a pagar entre un 20% y 30% más por un producto que cuenta con este tipo de certificaciones.

4. Actualmente tanto el Mango de Pica, el Ajo de Camiña y la Quínoa de Colchane, junto a los Textiles de Tarapacá, se encuentran en proceso de obtención de Indicación Geográfica y Denominación de Origen: Esta es una iniciativa financiada por el Gobierno Regional, y actualmente se encuentra en proceso de revisión de la primera etapa por esta instancia de gobierno. (DIPLAF).



Productos originarios con potencial de Exportación en proceso de Obtención de Indicación Geográfica en la Región de Tarapacá.

DEL SECTOR AGRICOLA ACTUAL Y SU REORIENTACION PARA SU INSERCIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL.

1. Actualmente la agricultura de la región es mayoritariamente de subsistencia, manteniendo a la población rural aún marginada en la conocida “pobreza rural”, presentando dichas producciones graves problemas de productividad, competitividad y asociatividad, que obstaculizan el iniciar procesos de exportación para así mejorar la economía local y los niveles de vida del habitante rural.



Problemas de productividad y competitividad son los problemas principales que presenta la agricultura de la región, y todo esto profundizado por ineficacia en los procesos asociativos existentes.

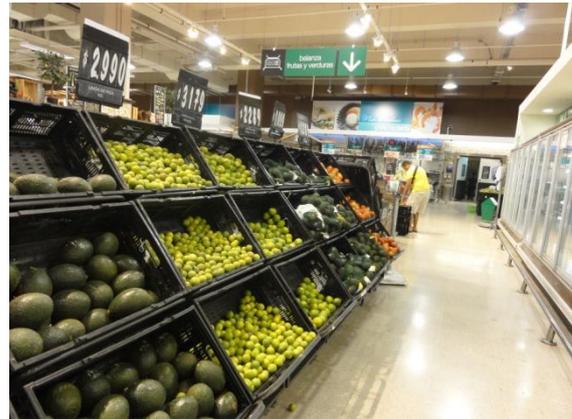
2. La agricultura de Tarapacá debe visualizarse desde dos ámbitos. Una de ellas es.

- a) seguir apoyándolos desde las distintas instancias del Estado para que el campesino siga proveyendo al mercado masivo local, regional con sus productos no exportables, tales como hortalizas y frutos sin ventajas competitivas para el mercado internacional (cebolla, zanahorias, lechugas, peras, membrillos, etc).



Agricultura orientada a mercados masivos, donde se discrimina vía precio y cantidad y no por la calidad de los mismos.

- b) El segundo ámbito de trabajo es; desarrollar la agricultura con potencial de exportación, pero sacarla del mercado masivo, donde actualmente se comercializa, donde se discrimina ésta vía precio y cantidad, y donde los mayores perdedores son los productores locales, ya que los grandes márgenes de utilidad son obtenidos por los intermediarios, quienes a la vez no agregan valor alguno al producto final.



Actualmente los productos originarios, denominados “specialities”, y caracterizados por su calidad, se comercializan en el mercado masivo, sin desarrollo y valor agregado pero con mejor precio que sus similares, no obstante que la mayor ganancias no retorna a los productores, siendo éstos parte de un “comercio injusto”...

- 3. Alcanzar procesos exitosos de exportación con los productos agrícolas de la Región es totalmente factible, asumiendo que la principal ventaja comparativa respecto a los otros productos similares en el mercado nacional e internacional, es su alta calidad, definida por las características organolépticas de los mismos y esto debido a las condiciones agroclimáticas de los territorios en que se producen. El desafío por tanto, es transformar esta ventaja comparativa en una ventaja competitiva, que les lleve a obtener mayores ganancias en relación a su competencia.



Limón de Pica, Proyecto Exportadora Frutos de Pica y su esfuerzo hacia la internacionalización junto a PROCHILE.

4. Por las características de los productos “specialities”(Alta calidad y limitada oferta) estos deben orientarse a mercados de nicho, donde se valora la calidad, la historia detrás del producto y lo que ellos representan en cuanto a identidad territorial. Estos mercados abarcan a las tiendas Gourmet, Canal HORECA, Catering, principalmente, y en especial la Plataforma Fair Trade (Tiendas de Comercio Justo).



Tienda Gourmet, en Madrid, España, visita en gira de Exportadora Frutos de Pica S.A.

5. Para asegurar en el mediano plazo la exportación desde el sector agrícola, la región debe propiciar la existencia de:

- a) un producto de calidad y asociado a él características sustentables en los ámbitos económicos, sociales y ambientales, que signifique en lo comercial un mayor valor económico para el mismo;
- b) orientar dicho producto a un mercado desarrollado vinculado al consumidor responsable y de mayor conciencia que valora no sólo la calidad del producto sino lo que dicho producto representa ; y
- c) propiciar un proceso de cambio en los productores de forma que se instalen nuevas prácticas exigidas dentro del nuevo paradigma comercial y de mercado, tanto en lo productivo, laboral, social, medioambiental y cultural.



El consumidor responsable no sólo compra un producto de calidad sino todo lo que él representa y tiene detrás de sí.

6. Para asegurar en el mediano y largo plazo, la inserción de una oferta exportable del sector agrícola de Tarapacá, se debe desde el ámbito público focalizar el trabajo con los productores, de forma de resolver las principales brechas existentes, y que dicen relación con mejorar la productividad, la competitividad y la asociatividad en el sector.



Grupo de productores de Limón de Pica, forman asociatividad comercial para desarrollar oferta exportable.

7. En el ámbito de los productos se debe iniciar el desarrollo de los mismos, asegurando, a) la obtención de las indicaciones Geográficas de cada uno de ellos, b) desarrollando las características sustentables de los productos en lo económico y social.(Orgánicos, Biodinámica, huella de agua, huella de carbono, Certificaciones de Comercio Justo, etc.). El desarrollo de estas características, le asegurarán un mayor valor económico respecto de la competencia, respondiendo así a la demanda de consumidores altamente exigentes y con un mayor nivel de responsabilidad al consumir.



Feria Madrid: Productos con Indicaciones Geográficas y con certificación de Comercio Justo, orientado a mercados de nicho y consumidores responsables, que privilegian productos con características sustentables..

DE LA ECONOMIA, PLATAFORMAS COMERCIALES, MERCADOS Y CONSUMIDORES.

Chile ha sido exitoso en su inserción en la economía internacional, desarrollando diversas etapas, a partir de ser un país reconocido como mono exportador, basado en la minería del cobre principalmente.

Posteriormente, las exportaciones no tradicionales basada en la agricultura, pesca, y forestal le ha permitido posicionarse a nivel mundial liderando en las exportaciones de muchos de sus productos en el mercado internacional.

Dentro de sus grandes debilidades, en materia de intercambio comercial, ha sido sostener sus exportaciones sin mayor inteligencia o valor agregado, desafío en que se encuentra hoy, priorizando el desarrollo y aplicación de I+D+i*, para consolidar procesos de crecimiento económico sostenido para el país.

Dentro de toda esta gestión de inserción internacional de su economía, otra tarea pendiente es el haber desarrollado una economía internacional no inclusiva, donde los pequeños productores no han podido insertarse exitosamente, toda vez que a través de la plataforma comercial convencional de libre mercado, no se han visto favorecidos por no poder competir con las grandes empresas que por sus economías de escala entran fácilmente a los mercados masivos que exigen estrategias de precio bajo y mayor volumen.

Lo anterior plantea el desafío de incluir a los pequeños productores, y en especial, los del sector agropecuario que producen pequeñas cantidades de productos que por su calidad y origen, son de alta demanda en mercados de Nicho.

La apertura al comercio internacional, y el posicionamiento de la Imagen de Chile en los mercados, liderada por PROCHILE, permite una oportunidad comercial en especial en los países donde los consumidores además de tener ingresos per cápita superiores, han desarrollado una mayor conciencia consigo mismo, la sociedad y el planeta, privilegiando el consumo responsable y con sentido dejando, atrás el comportamiento de "consumista".

Por tanto, en el sector agrícola y las pequeñas comunidades, poseedoras de un producto de calidad, y con elementos diferenciadores en el entorno del producto, como el territorio, su historia y cultura, se les presenta una gran oportunidad de emprender negocios sostenibles. Este hecho si bien es cierto les abre mercados exclusivos y rentables, demandantes más que cantidad, "Calidad" y "Continuidad de la Oferta",

también les exige sostener las calidades de las características organolépticas y entrar en proceso de certificaciones, hecho que va concatenado con mejoras en la productividad, competitividad y asociatividad para así asegura el éxito en la internacionalización de sus emprendimientos.

DE LA RESPONSABILIDAD Y DECISIONES DEL SECTOR PUBLICO.

1. Del Gobierno Regional: *De acuerdo a la Ley de Administración y Gobiernos Regionales, éstos, son los órganos públicos encargados de la administración superior de cada una de las regiones de Chile, y que tienen por objeto el desarrollo social, cultural y económico de ellas.* En este sentido, para cumplir su función entregada por Ley, debe asegurar en materia de desarrollo, todos los instrumentos, su coordinación y aplicación para orientar las inversiones provenientes de las fuentes de financiamientos públicas, creando con esto las condiciones para que el sector privado cumpla su rol.

Además de asegurar la existencias de los instrumentos estratégicos, tales como, Estrategia Regional de Desarrollo (ERD), Estrategia Regional de Innovación (ERI), Planes de Desarrollo Turísticos (PLADETUR), Agendas de Innovación de Destinos Turísticos (AIDT), Planes de Desarrollo Comunal (PLADECO), Planos Reguladores (PR), etc., debe definir las políticas públicas orientadoras de cada uno de los sectores que inciden en los territorios, para que a través de esto se orienten los recursos públicos en planes Maestros de Inversión coherentes con miradas de mediano y largo plazo.

Una de las características históricas de la región, ha sido la existencia de dichos instrumentos, ya que por ley son exigidas la mayoría de ellos, no obstante su debilidad ha sido su escasa coordinación entre dichos instrumentos, y más aún su escasa observancia en la toma de decisiones en temas relacionados con el desarrollo local y regional.

2. De PROCHILE: *Es la institución del Ministerio de Relaciones Exteriores encargada de la promoción de la oferta exportable de bienes y servicios chilenos, y de contribuir a la difusión de la inversión extranjera y al fomento del turismo.* Cada región tiene sus particularidades, y la preservación y puesta en valor de los recursos naturales y culturales, lo lleva a cabo el Estado a través de sus diversas instituciones. Todo recurso puede ser transformado en un producto o servicio exportable generador de empleos y riqueza, por lo que la promoción de toda oferta le corresponde a PROCHILE, transformándose así en el promotor regional ligado a su más de 54 oficinas en el mundo ubicadas en todos los continentes del planeta .

3. A nivel de decisiones gubernamentales, el sector necesita, además de coordinar y observar los distintos instrumentos de planificación y ordenamiento territorial, definir políticas públicas claras, que orienten las decisiones tanto de inversión pública como decisiones administrativas.

Al alero de la agricultura se generan los asentamientos humanos, desarrollándose culturas particulares y diversas con identidad propia, siendo ésta la base de para iniciar procesos de desarrollos efectivos en los territorios.

La agricultura fue un sector clave para el desarrollo de las comunidades locales y la región. No obstante las carencias de proyectos de sociedad y de país, propiciaron la instalación de modelos de crecimiento económico intensivos en la explotación de recursos naturales siendo afectado principalmente los territorios rurales y sus habitantes.

Hoy el sector rural y en especial su principal actividad económica como lo es la agricultura, es un sector deprimido, vulnerable y con amenazas ciertas, en donde las ausencias de políticas públicas afectan las decisiones e intervenciones efectivas en los ámbitos social, político y económico, deteriorando los territorios con decisiones cortoplacista y populistas. Hoy es tema de conflicto, la polución emanada desde las mineras, como asimismo, el impacto de dicha industria tanto en la flora, fauna y en especial en las cuencas hídricas en cada uno de los territorios donde se han asentado las mineras en Tarapacá. Las mineras instaladas en los territorios son, Cía. Minera Cerro Colorado, Cía. Minera Doña Inés de Collahuasi y Cía. Minera Teck Quebrada Blanca..



Parca, localidad agrícola de la Comuna de Pozo Almonte, afectada por la minería instalada en su entorno y la comuna.



La industria minera genera procesos de crecimiento económico en los países, pero también afecta y agota los recursos naturales, afectando el medio ambiente y por ende propicia la desaparición de culturas..

4. A nivel político-administrativo la entrega de derechos de aguas por parte de Dirección General de Aguas, y de Tierras por Bienes Nacionales, no están acorde a una política pública que propicie un desarrollo económico sostenible en los territorios. A modo de ejemplo el agua entregada a la minería y la entregada al sector agrícola es causa de conflictos a nivel nacional y regional.



Conflictos con las aguas han sido constante confrontaciones entre huelguistas y las mineras asentadas en los territorios rurales de la región.

En el caso de Bienes Nacionales, la entrega indiscriminada de tierras a particulares propiciando parcelas de agrado en Pica, desincentivan el desarrollo agrícola como sector generador de riqueza y empleos en la comuna, es otra incongruencia que afecta el desarrollo agrícola con potencial de exportación en la Región de Tarapacá.



Productores esforzados y que creen en una agricultura sostenible generadora de riqueza y empleos buscan desarrollar una agricultura de exportación en Pica. (Parcela Santa Julia)

5. La ausencia de políticas públicas en los sectores productivos y la no coordinación de instrumentos de planificación, como Estrategia de Desarrollo Regional, Estrategia Regional de Innovación, Planes de Desarrollo Comunal, Planes Reguladores, sólo llevan a la subutilización de recursos y tecnologías existentes, que son necesarias para propiciar procesos de desarrollo y crecimiento sostenibles para los territorios de la región.

La región cuenta con instrumentos de planificación y ordenadores del territorio, siendo una debilidad la coherencia, la interdependencia y subutilización de éstos en la toma de decisiones, lo que los hace inefectivos.

No obstante se llevan a cabo esfuerzos importantes a nivel gubernamental que ha permitido avances importantes en la modernización de la agricultura, encontrando campesinos visionarios, metódicos y de esfuerzo, que hoy buscan y miran nuevos mercados propiciando proceso de mejora para su inserción en el mercado internacional.



Parcela Santa Julia, ejemplo coherencia entre experiencia y ciencia.

6. El déficit cuantitativo y cualitativo del capital humano crítico en los municipios a nivel de Alcaldes, concejales y sus equipos técnicos, desfavorecen procesos efectivos de desarrollo, lo que lleva a la larga, a la dispersión de esfuerzos y recursos con los consiguientes costos sociales y económicos para los territorios.

Las mayores atribuciones, y recursos a las administraciones locales, si no van acompañadas con mayores competencias a nivel político y técnico, y mayores conocimientos y mejor participación efectiva de la sociedad civil, se consolidarán procesos de subdesarrollo en el territorio, prevaleciendo las visiones corto placistas en las decisiones afectando no sólo el presente, sino además el bienestar de las futuras generaciones. .



JAIME VIZA MIRANDA
INGENIERO COMERCIAL
CONSULTOR DE EMPRESAS

Móvil 99399083

Mail: jevmiranda@gmail.com

IQUIQUE, 12 DE AGOSTO DE 2015