



"Experiencias de Colaboración entre Cooperativas Agroalimentaria"

Programa de Fortalecimiento Colaborativo de Cooperativas Agroalimentarias

Apoyo



Financia



Ejecuta



FACULTAD DE CIENCIAS
AGRONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE CHILE

"Programa de Fortalecimiento Colaborativo de Cooperativas Agroalimentarias"

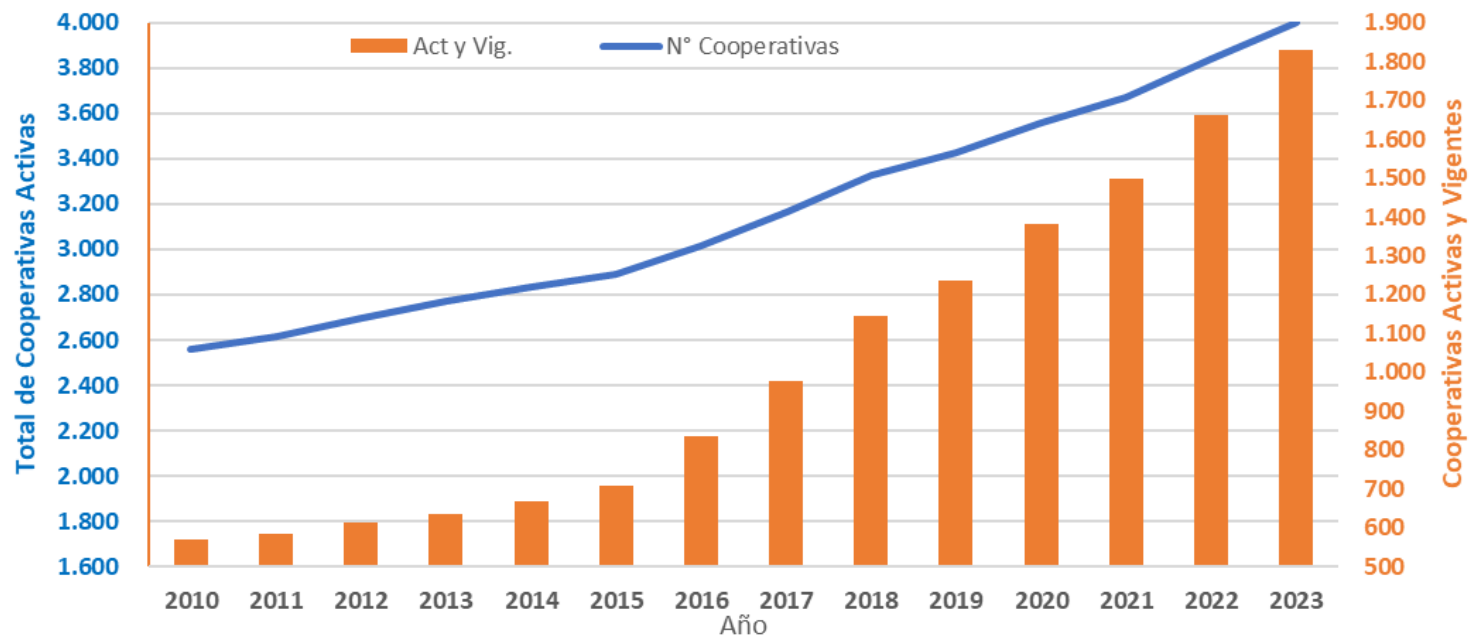
Regiones de Coquimbo y Valparaíso

Nicolás Fernández Tagle.

Profesional Experto en Cooperativas Agroalimentarias del Programa
Fac. Cs. Agronómicas U. de Chile

Cooperativas en Chile (DAES Oct. 2023)

Evolución de las Cooperativas en Chile (Oct 2023)



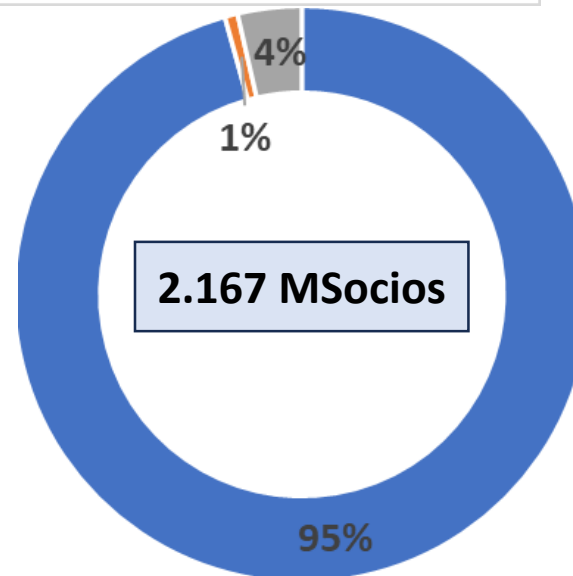
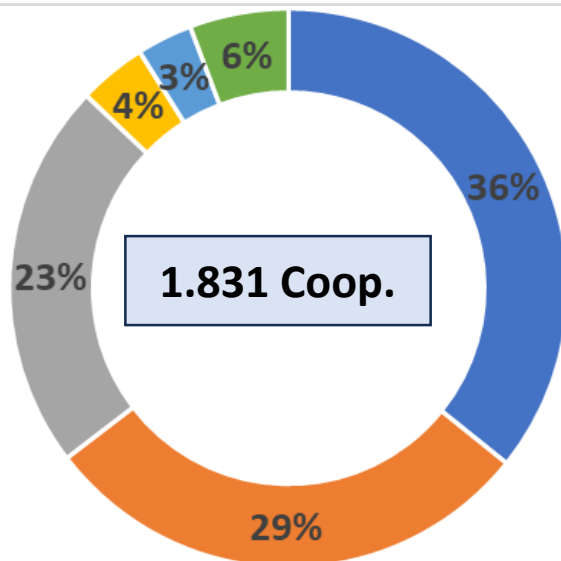
➤ El **78%** de las Coop. y el **72%** de sus socios está en regiones.

➤ El **50,6%** de los socios son mujeres. (muestra del 93% declara)

➤ Las mujeres ocupan el **36%** de cargos en órganos colegiados en cooperativas (base 5.160 cargos declarados)



- Servicios
- Agroalimentarias
- Producción y Trabajo
- Pesca
- Extractivas y Mineras
- Otras



263 mil Pequeños Agricultores

(Indap 2020)



1.242

Vigentes + Constitución



528

Activas

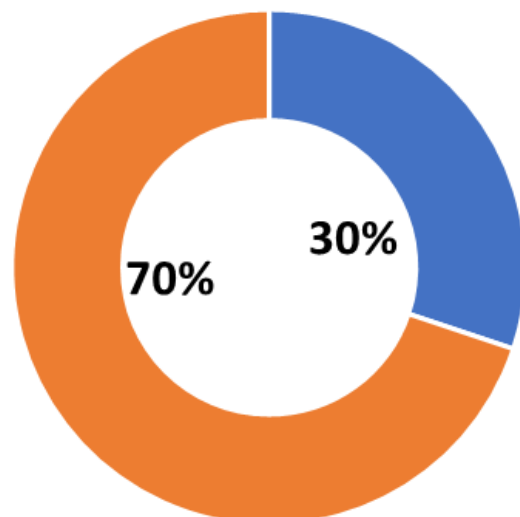


16 mil

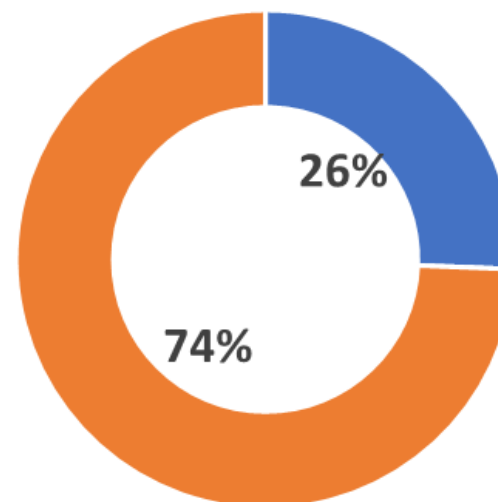
Socios 5,5% Indap

N° Cooperativas

■ Campesinas
■ Agrícolas



N° Socios

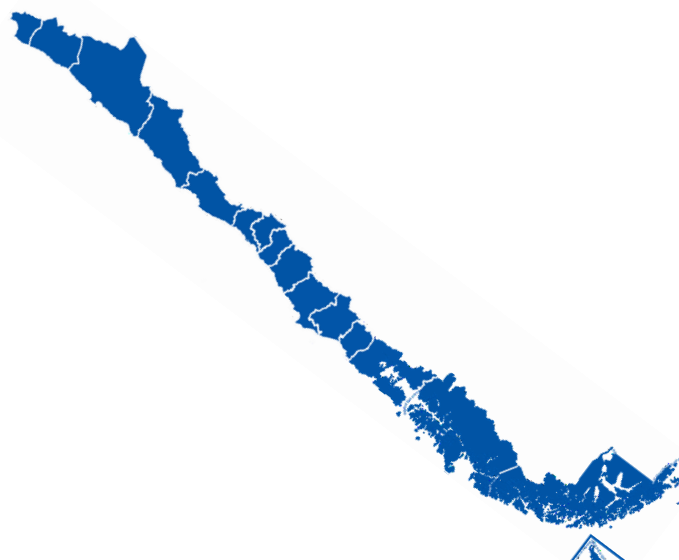
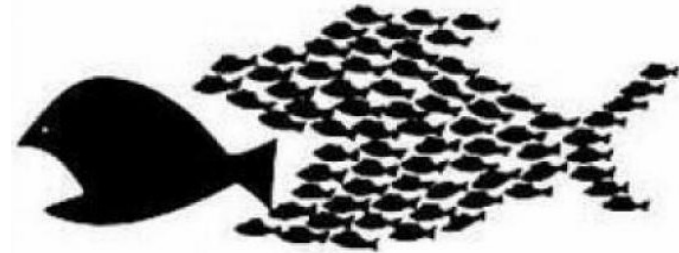
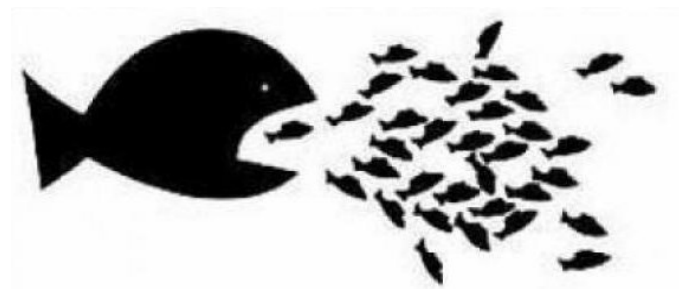


Panorama Mundial Cooperativas Agroalimentarias

Es muy difícil para los **pequeños y medianos productores** agroalimentarios en el mundo emprender y competir individualmente.

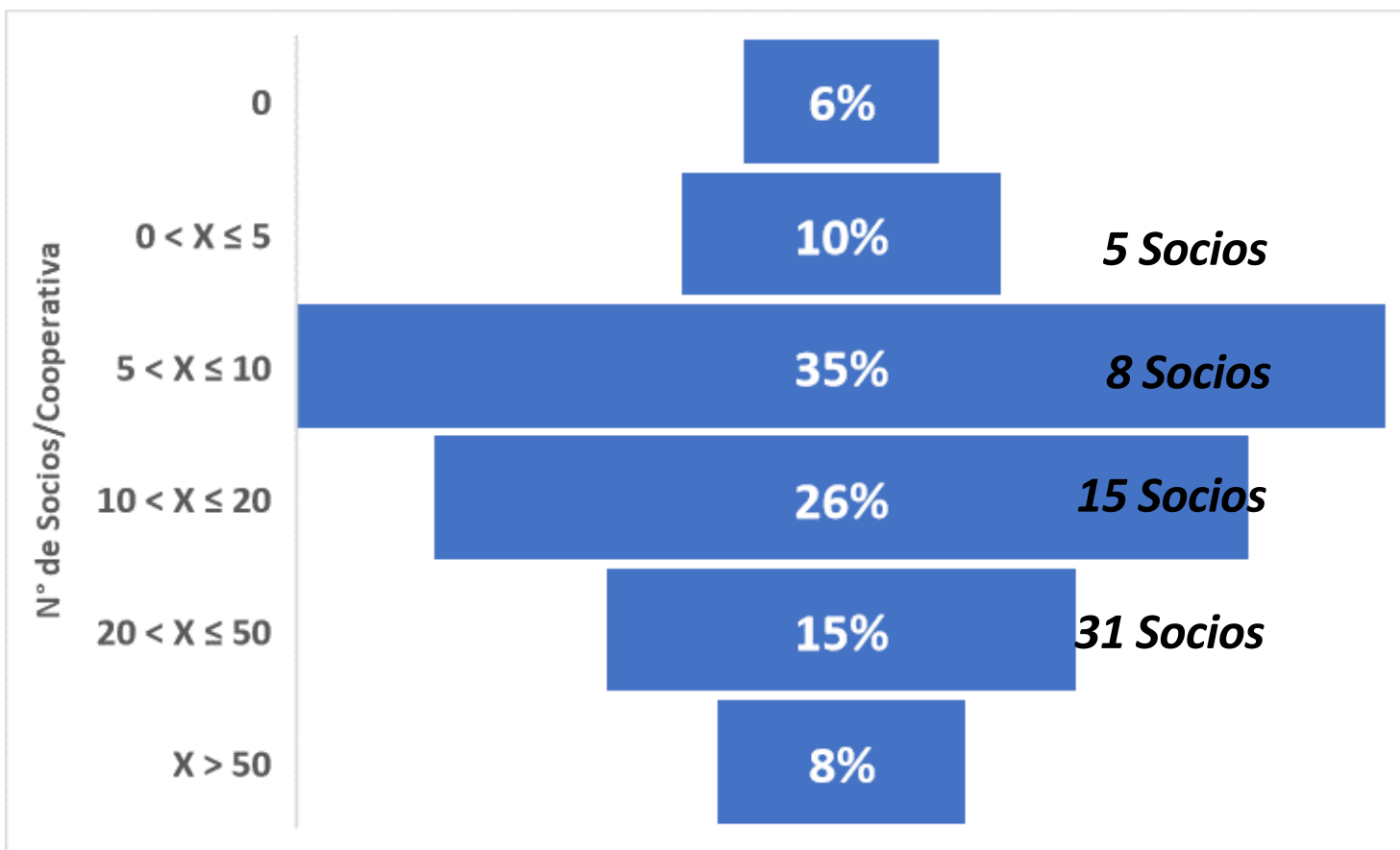
Mundialmente, esta problemática se ha enfrentado a través de la asociatividad y en particular bajo el **modelo de cooperativas**.

En **Chile** no tenemos un estudio actualizado del PIB del sector. DAES el 2014, señala que todo el sector de cooperativo de Chile genera menos del **1%** del PIB.



Cooperativas Agroalimentarias en Chile (DAES Oct. 2023)

Rango Socios/Coop. y Promedio Socios/Rango Coop.



71%

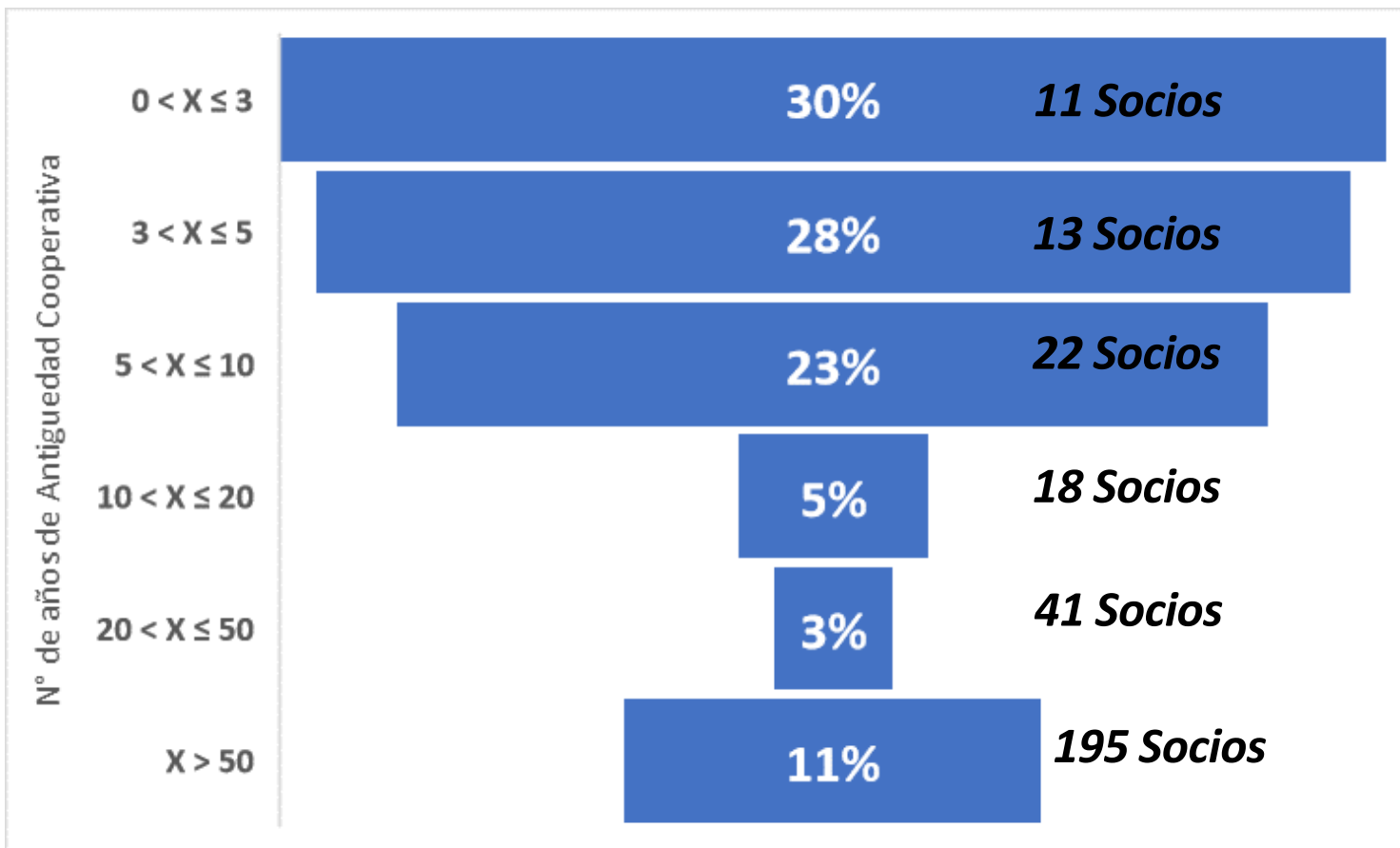
Cooperativas con un bajo N° de socios siguen siendo pequeñas

Fuente: Elaboración propia base información página DAES

Nota: Existe 33 s/i del N° de Socios



Rango Antigüedad/Coop. y Promedio Socios



Fuente: Elaboración propia base información DAES

Nota: Existe 33 s/i del N° de Socios

58% }
81%

Cooperativas con poca experiencia Asociativa

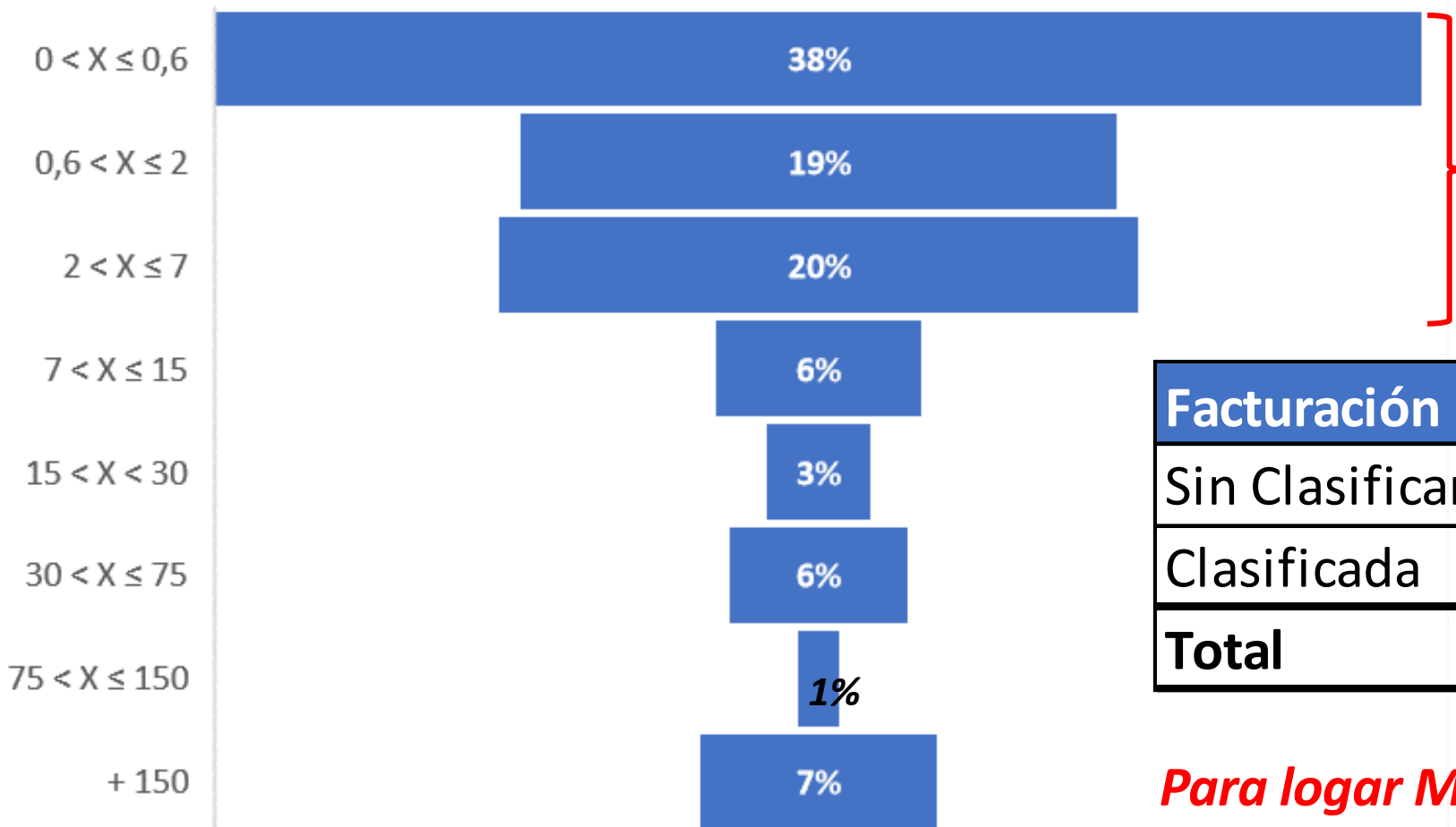


Cooperativas Agroalimentarias en Chile (DAES Dic 2021 y SII 2021)

Rango de Facturación promedio en MM\$/mes (muestra 216 Coop)

Cooperativas con bajo nivel de Facturación

77%



Facturación	N° Coop.	%
Sin Clasificar	107	33%
Clasificada	216	67%
Total	323	100%

Para lograr MM\$ 1.-/mes de ganancia (base 10% comisión) hay que facturar MM\$ 10.-/mes



Resumen

- ✓ Existe una baja asociatividad cooperativa en la pequeña agricultura.
- ✓ La mayoría de las coop. **societariamente son pequeñas** (siguen siendo muy pequeños para aprovechar los beneficios del tamaño)
- ✓ La mayoría de las coop. **tiene menos de 5 años** (poca experiencia asociativa y en gestión)
- ✓ Existe un % importante N° de coop. inactivas (dificultades cumplir ley y reglamento)
- ✓ Un % importante de las cooperativas activas **no facturó el 2021** (no operan asociativamente)
- ✓ La mayoría de las cooperativas factura muy poco. (los ingresos asociativos, pueden ser poco relevantes en el ingreso familiar. **(- confianza)**)



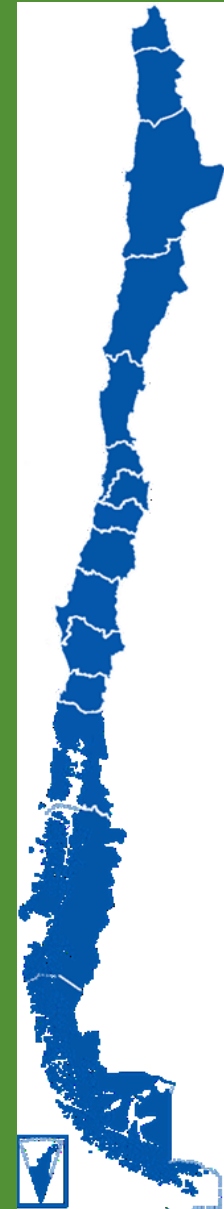
- ✓ El modelo **bajo esta realidad no necesariamente resuelve el problema** “mejorar la calidad de vida de sus socios” (no hay economías de escala, poder negociador, valor agregado, etc).
- ✓ Los ingresos **no permiten financiar los costos** “fijos” (contador, abogado, mantenimiento), G.G. o encargado comercial, lo que inevitablemente las hace más vulnerables.
- ✓ Para que la asociatividad se traduzca en ventajas para los socios, entre otros factores, **se debe alcanzar una escala mínima**. El problema no es la “cooperativa”, es el tamaño de sus operaciones.



Situación de las Cooperativas Agroalimentarias

Agriterra encuestó al **81%** de las coop. agroalimentarias el 2020. El 80% son débiles en su gestión interna y modelos de negocio, con una nota de **2,4**.

- ✓ **Gobernanza:** Claridad en la división de roles y responsabilidades, **mejorar la formación de los órganos de gobierno y formar a los gerentes en gestión.**
- ✓ **Gestión Financiera:** dotarlas de **instrumentos de planificación de LP**, implementar **procedimientos de gestión administrativa y financiera**. Formar a **contadores en el modelo** de gestión de contabilidad.
- ✓ **Negocio cooperativo:** dotarlas con **los conocimientos básicos en planes de negocio.**
- ✓ **Ser. financieramente sostenibles:** que **el estado mejore la calidad de los servicios.**
- ✓ **Incidencia Política y Lobby:** dotar a los líderes con herramientas para realizar **propuestas en beneficio de sus socios en forma efectiva.**
- ✓ **Programas y Proyectos de Estado:** **los programas deben seguir una estrategia de acompañamiento profesional de largo plazo.**



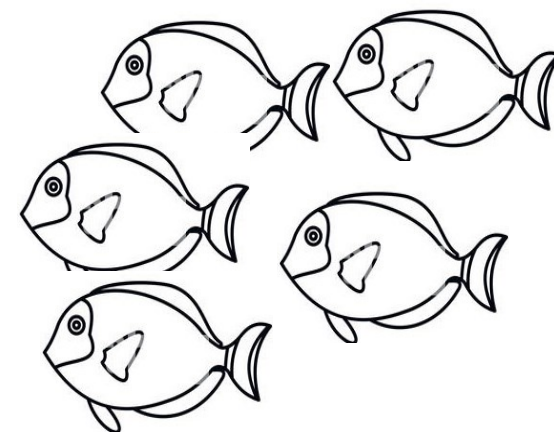
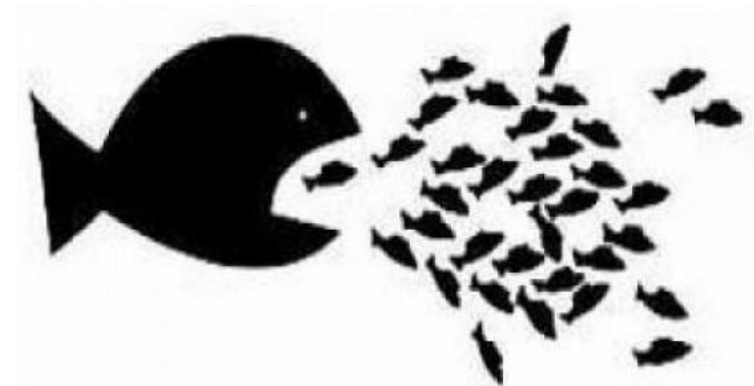
¿Cómo podemos mejorar esta situación?



Cooperativas de 2^{do} Grado



- ✓ Mejorando el peso específico de las Cooperativas (Raíces)
- ✓ Una cooperativa de 2^{do} grado está integrada por cooperativas (u otras personas jurídicas).
- ✓ Se crean con el objetivo de mejorar la eficiencia, incrementar su escala de operaciones, mayor poder de negociación, complementación de la oferta, tener impacto en influencia (territorio, sector), hacer sinergias entre sus socios, a través de la integración de la actividad económica de sus miembros.
- ✓ Por lo general logran aumentar su peso específico.
- ✓ Mantienen la autonomía de las cooperativas asociadas y se alinean con los objetivos de la nueva organización .



Objetivo General del Programa:

Desarrollar un modelo de apoyo profesional cooperativo a través de una organización de 2^{do} grado que entregue a sus asociadas los servicios de gestión y comercialización que les permitan mejorar su rentabilidad y sostenibilidad.



Ejemplo Cooperativas Agroalimentarias de 2^{do} Grado



FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS UNIVERSIDAD DE CHILE



Anecoop



42 años de experiencia de Anecoop en el mercado



69 cooperativas y empresas socias con miles de agricultores asociados



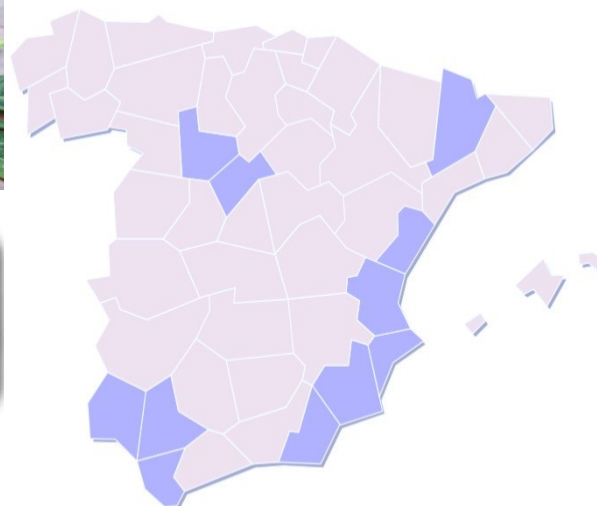
73 países a los que exporta



835.927 toneladas comercializadas.Campa 2016 - 2017



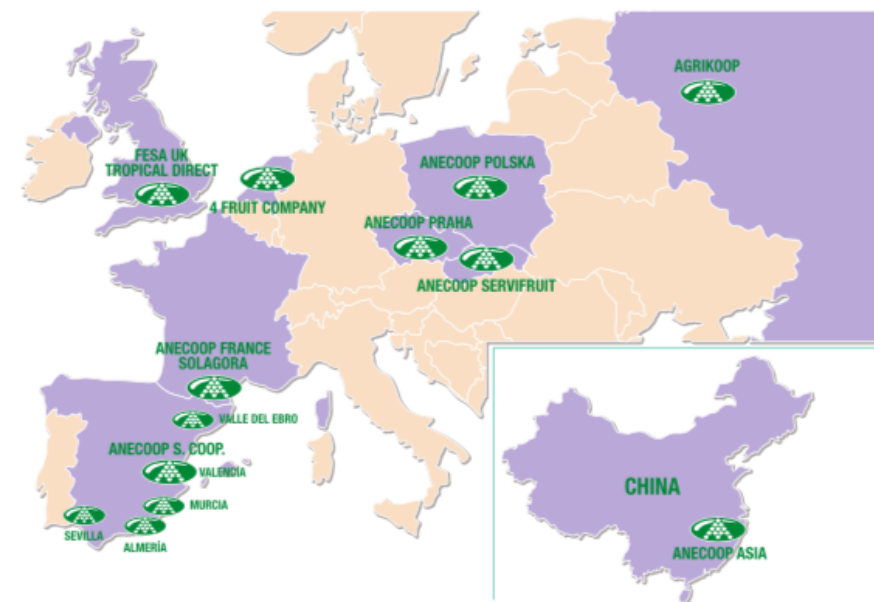
663,5 millones de euros de facturación 2016-2017



5 comunidades autónomas *regions*

Comunidad Valenciana	<i>Valencian Region</i>	
Alicante		6
Castellón		5
Valencia		37
Andalucía	<i>Andalusia</i>	
Almería		5
Cádiz		1
Huelva		2
Sevilla		3
Castilla y León	<i>Castile and Leon</i>	
Valladolid		1
Segovia		1
Región de Murcia	<i>Murcia Region</i>	
Murcia		7
Cataluña	<i>Catalonia</i>	
Lleida		1

11 provincias *provinces* 69 socios *members*



La primera empresa hortofrutícola del Mediterráneo



Líder español en la comercialización de frutas y hortalizas



Primer exportador y segundo comercializador de cítricos del mundo



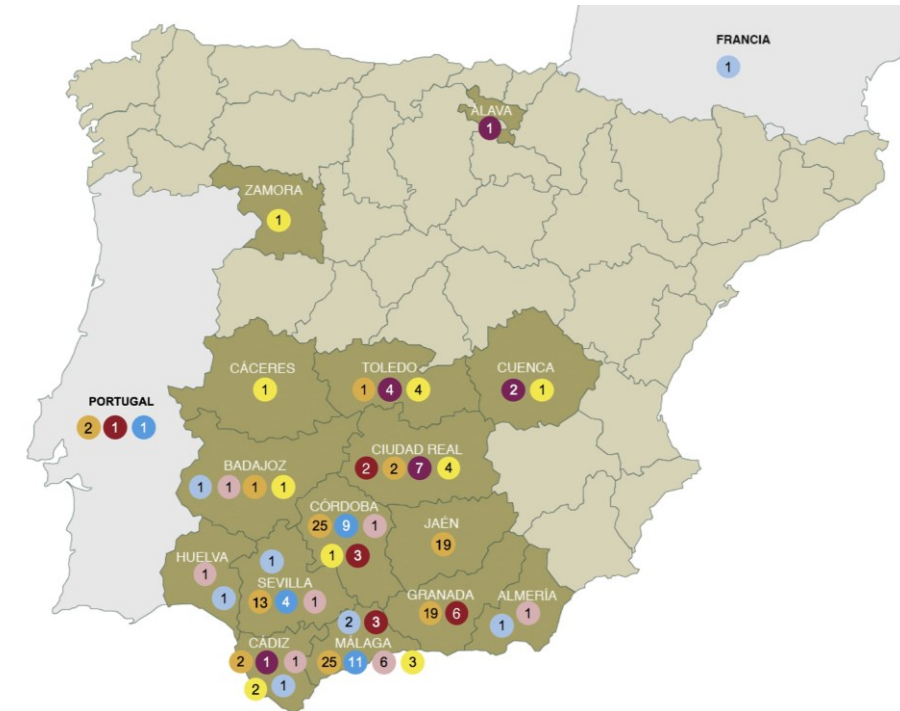
Primer operador de sandías y kakis a nivel europeo

Ejemplos de Cooperativas Agroalimentarias 2^{do} grado

DeCoop (<https://www.dcoop.es/>)

- Formada el año 2018. Reúne a miles de familias de agricultores y ganaderos que ofrecen sus productos.
- Es multisectorial Comercializa : Porcino (todo tipo de procesados), vacunos, caprino, leche, aceite, cereales, leguminosas, insumos.
- Es el mayor productor oleícola mundial y líder en producción de vino, además de operar en los sectores, de suministros, ganadería, frutos secos y cereales. Facturó MM€ 1.021 el año 2021
- Posee una red de tiendas y atiende la demanda de 75 mil familias de agricultores.
- Poseen gasolineras y convenio para venta de otros productos (celulares)

370 Socios



Sostenibilidad .Objetivos del Programa:

Objetivos Específicos:

1. **Fortalecer** la gobernanza, gestión financiera y comercialización de las cooperativas apoyadas para fomentar el desarrollo del trabajo cooperativo asociativo con el objeto de mejorar su sostenibilidad y rentabilidad.
2. **Crear** una organización de 2^{do} grado, para apoyar a sus organizaciones de base aprovechando economías de escala, uso eficiente de recursos, vinculación con actores públicos /privados y contar con un equipo profesional que les de servicios contables, jurídicos, de gestión, comerciales y apoyo a la elaboración de proyectos.
3. **Difusión** de la experiencia piloto con el objeto de que esta pueda ser replicada en otras regiones del país.



Territorialidad : Cooperativas Asociadas al Programa:

Campesina Tradiciones del Valle del Limarí Ltda. **Monte Patria**



Agrícola de Pan de Azúcar. **Coquimbo**



Agrícola Floricultores de Pan de Azúcar. **Coquimbo**



Campesina Nocedales del Choapa Ltda. **Illapel**



Frutícola Agronuez. **Illapel**



Agrícola agropecuarios Canela Ltda. **Canela**



Agrícola Emprendedores de Huentelauquén Ltda. **Canela**



Trashumantes de Illapel. **Illapel**



Vinos del Choapa. **Salamanca**



Agrícola Altas Cumbres de Chicolco Ltda. **Petorca**



Productos Esperados: Objetivo Específico N° 1: Fortalecer

Resultados

Identificación de brechas y su priorización para cada una de las cooperativas participantes

Cumplimiento de la Ley y Reglamento General de Cooperativas

Dotarlas de instrumentos y metodologías de planificación de LP y planificación presupuestaria

Implementación de procedimientos de gestión administrativa y financiera que se mantengan al día

Las cooperativas han adoptado las prácticas de gestión recomendadas reduciendo las brechas detectadas



Productos Esperados: Objetivo Específico N° 2: Forman organización

Resultados esperados

Propuesta de trabajo asociativa, valorada, con economías de escala, sinergias.

Creación Organización de servicios cooperativos “CoopAgroChile”

Elaborar el Plan estratégico y Comercial de la nueva organización

Implementación de los servicios de la nueva organización.

Sostenibilidad de la nueva Organización (apoyo inicial y crecimiento)



Productos Esperados: Objetivo Específico N° 3: Difusión.

Resultados esperados

Creación de consejo asesor Regional para identificación y **compromiso público y privado** de apoyo al programa

Sistematización de las metodologías utilizadas, sus ajustes y recomendaciones de mejora

Seminarios y Talleres de difusión de la experiencia y sus resultados parciales y finales en el Sector Público y Cooperativas.

Reuniones y talleres con los organismos públicos responsables del fomento del sector agroalimentario. (**Replicar y Escalar el modelo**)





FACULTAD DE CIENCIAS
AGRONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE CHILE

Escalamiento

***“Programa de Fortalecimiento Colaborativo de
Cooperativas Agroalimentarias”***

Regiones de Coquimbo y Valparaíso



¡GRACIAS!



Coordinadora Programa : Verónica Díaz M.



Correo electrónico : CoopAgro@Udechile.cl



Web Programa : www.cooperativasagroalimentarias.uchile.cl/



Programa de Fortalecimiento Colaborativo de Cooperativas Agroalimentarias.

unaf

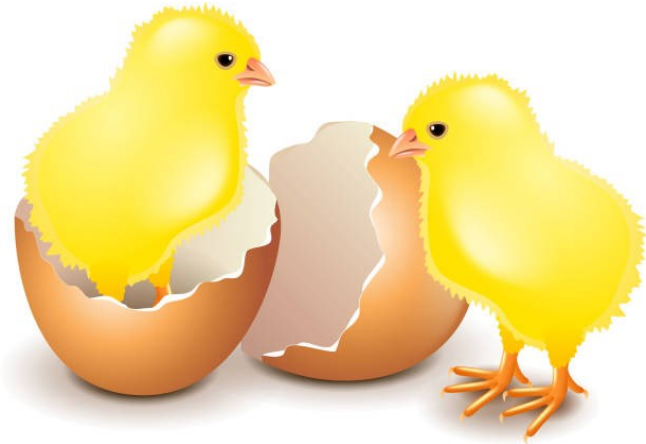
UNIÓN NACIONAL
DE AGRICULTURA FAMILIAR
COOPERATIVA / CHILE

2023

Experiencia y alcances del Mercado Cooperativo (MerCoop).

Juan Francisco Serón Leiva

ASOCIACION GREMIAL UNION NACIONAL DE LA AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA COOPERATIVA – UNAF COOP CHILE



A.G. UNAF - CHILE
Fund. 30/12/2009
Registro N° 4066
MINISTERIO ECONOMIA



..... **13 Años**



MISIÓN

Aportar mediante el desarrollo del Cooperativismo Agroalimentario, a que nuestros asociados y su entorno logren un mayor bienestar económico y social, apoyando sus procesos productivos y comerciales de productos sanos y saludables, y la gestión de las organizaciones de representación gremial afiliadas a UNAF COOP CHILE.

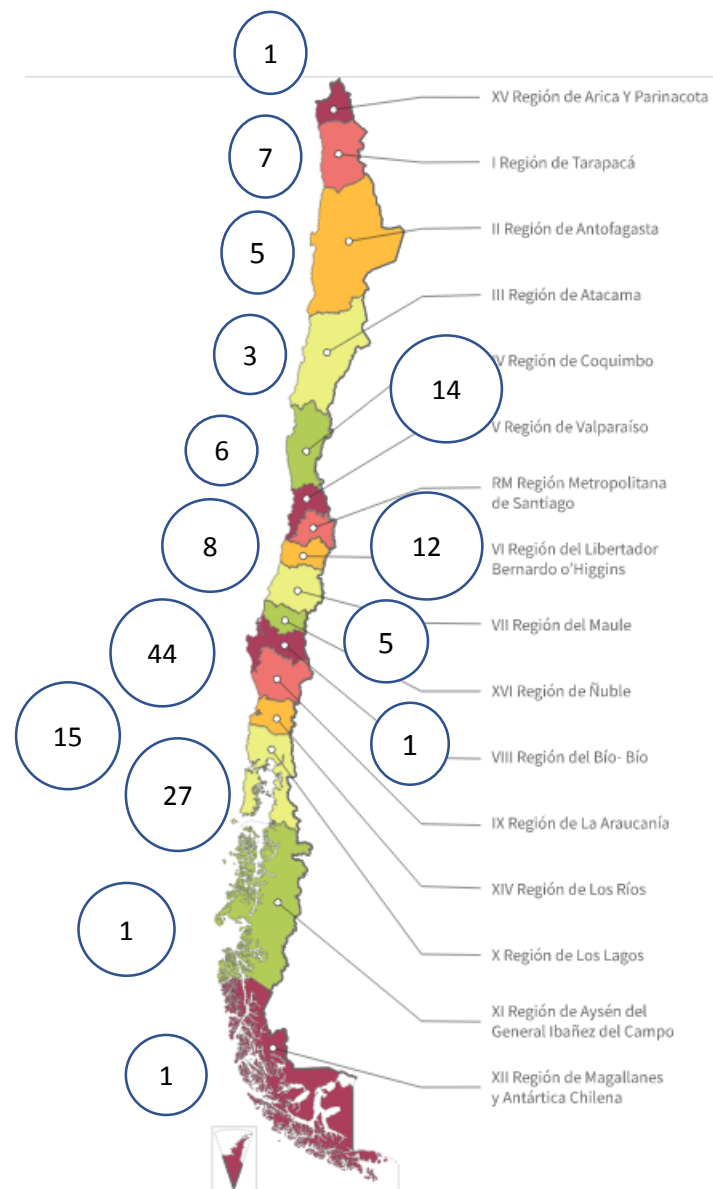
VISIÓN

Ser reconocida como una Asociación Gremial de empresas cooperativas agroalimentarias de la Agricultura Familiar Campesina de nuestro país, que impulsa la generación de valor compartido, a través de una oferta de servicios que mejoran los procesos de producción, gestión y comercialización, para aportar a un mayor bienestar de las organizaciones socias de UNAF COOP CHILE.



143
Cooperativas

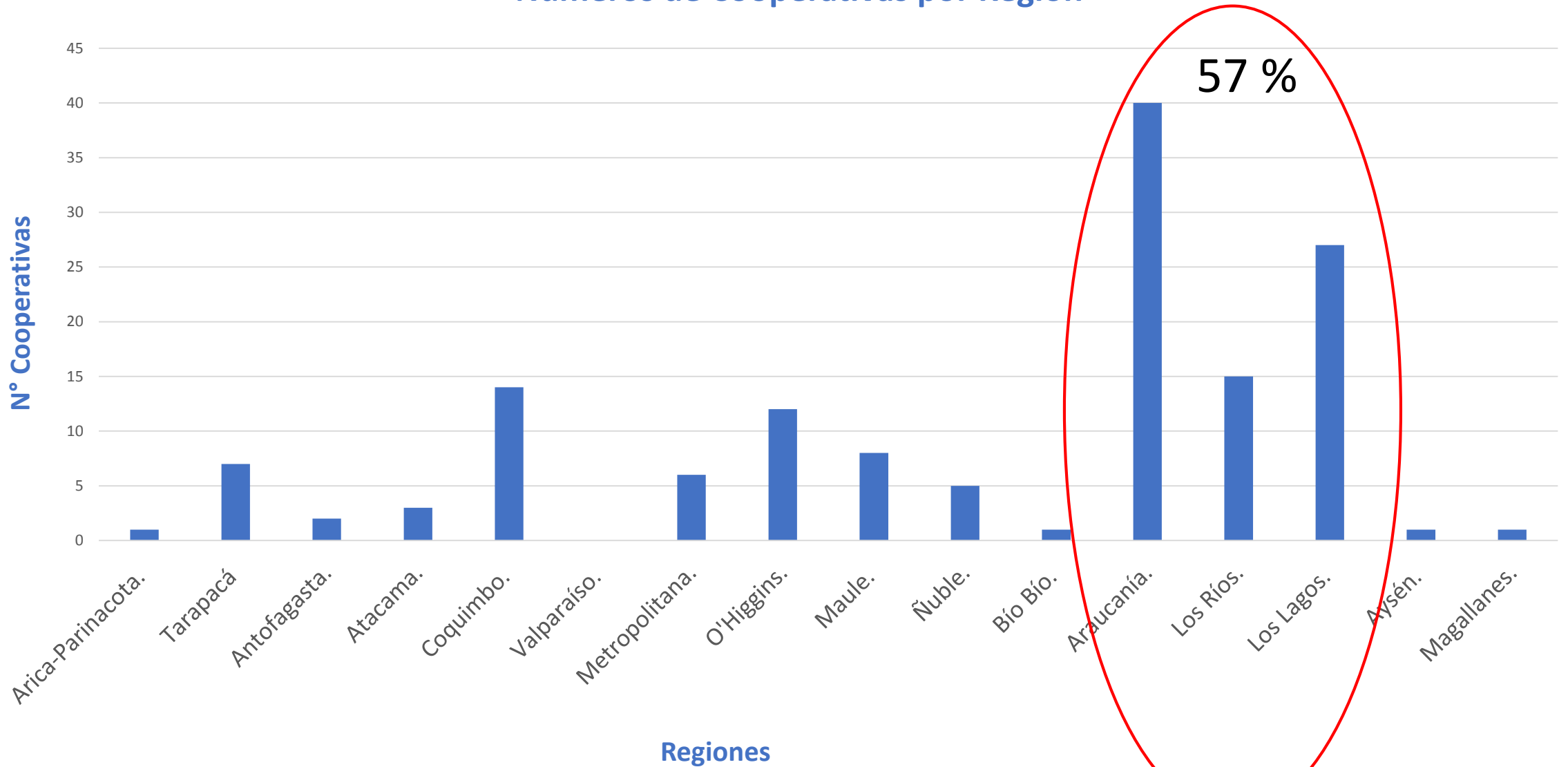
5.096
Socios

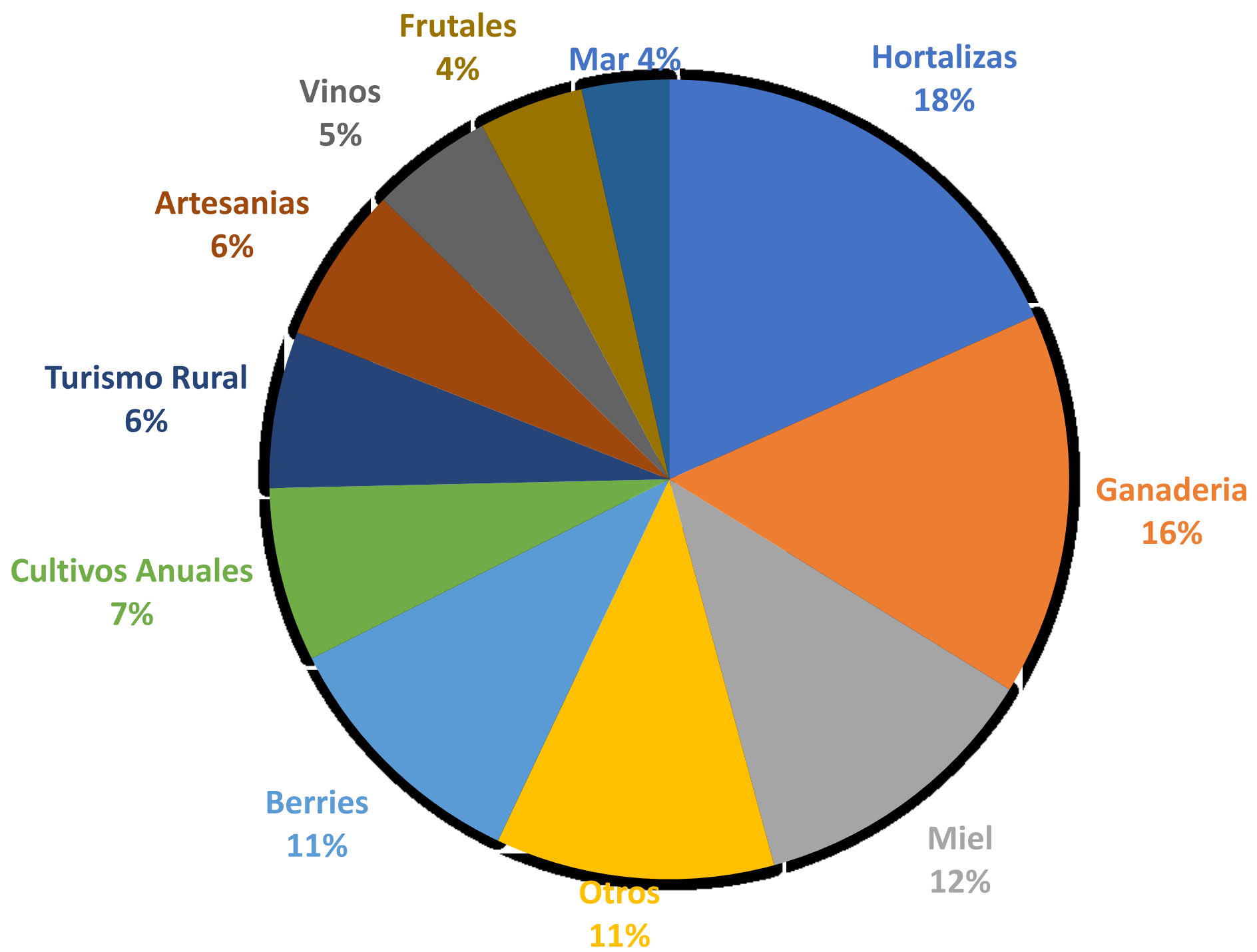


4.840 KM

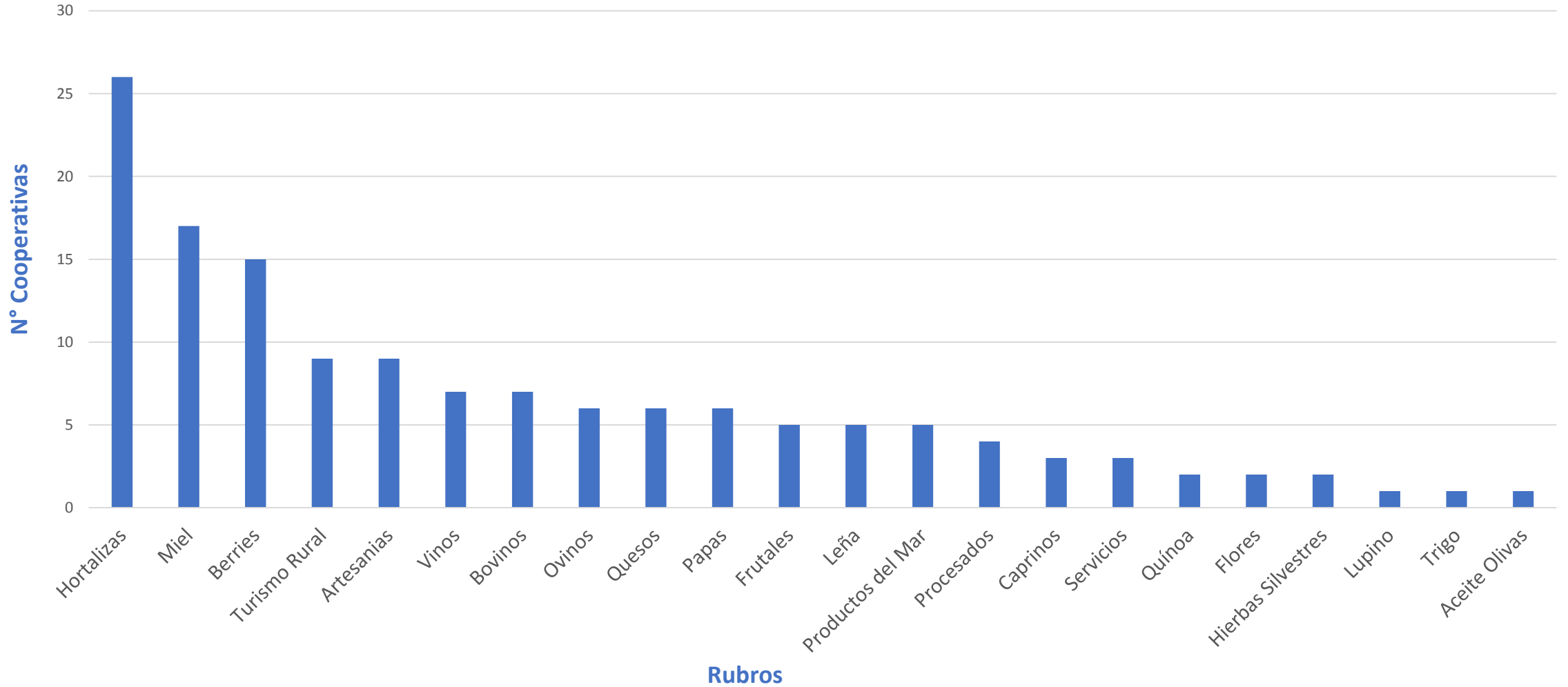


Números de Cooperativas por Región





Distribución de Cooperativas por Rubro





Hortalizas

27 Cooperativas

435 Productores

2.425 Hectáreas

4,1 %

58.892 Hectáreas a nivel nacional



Frambuesas

15 Cooperativas

263 Productores

158 Hectáreas

3,9 %

4.000 Hectáreas a nivel nacional

USD 1.893.600

631 Toneladas



Vinos

7 Cooperativas

235 Productores

1.410 Hectáreas

1,4 %

100.811 Hectáreas a nivel nacional



Miel

17 Cooperativas

479 Apicultores

6,0 %

8.666 Apicultores a nivel nacional

unaf

UNIÓN NACIONAL
DE AGRICULTURA FAMILIAR
COOPERATIVA / CHILE



Pertenencia

- Este proyecto pertenece a las cooperativas agrupadas bajo UNAF COOP CHILE.
- El esfuerzo y dedicación pertenece a todas las cooperativas, así como también los beneficios que se esperan.



Objetivos

- i) Incrementar la capacidad comercializadora de las cooperativas asociadas a UNAF COOP CHILE
- ii) Aportar a la solución de problemas derivados de la distribución y llegada al mercado de productos agrícolas de las cooperativas asociadas
- iii) Incrementar la presencia en el mercado de las cooperativas asociadas
- iv) Incorporar tecnologías a todo el proceso con énfasis en la transparencia y control por parte de las cooperativas asociadas
- v) Incrementar los ingresos de las cooperativas asociadas



Ideas Guía del proyecto

- i) Establecer un centro logístico de acopio y distribución para los productos entregados por las cooperativas
- ii) Desarrollar una imagen tangible de calidad y armonía bajo la marca del proyecto
- iii) Elevar la calidad de aquellas cooperativas más vulnerables mediante asesorías externas y capacitación focalizadas
- iv) Incorporar tecnología de gestión y control a todo el ámbito del proyecto (Logística, ventas, administración y gestión)
- v) Establecer un modelo de participación y presencia en los diversos canales comerciales, para todas las cooperativas, que sea equitativo y basado en méritos de las cooperativas



Esquema General

INTEGRACION



PRODUCTOR

Proveedores agrupados en cooperativas despachan al CD y el valor de compra es el valor de mercado para las calidades enviadas



TIENDA

Posicionamiento de la marca "MerCOOP" en base a calidad y presentacion.



CENTRO DE DISTRIBUCION

Centro de acopio, mercado secundario de compra y venta, centro logístico de distribución



VENTA DIGITAL

Mercado objetivo de alto margen



Nos vemos en el MUT, en un café, llegando en bicicleta, jugando en el jardín, trabajando, en el after office, o simplemente... descansando.

TIENDA



Mix de Productos en la Tienda



Cooperativas Proveedoras de Productos



● Miel Coasba ●



COOPERATIVA CAMPESINA SANTA ROSA ALTO



Centro Logístico

- En este centro se recibirán todos los productos de las cooperativas y desde aquí se distribuirán a canales de venta y clientes
- Este centro también será utilizado como **canal de venta secundario** permitiéndonos rentabilizar el exceso de stock mediante su venta.
- En etapas más avanzadas del proyecto se incorporarán cámaras de frío para la preservación de los productos

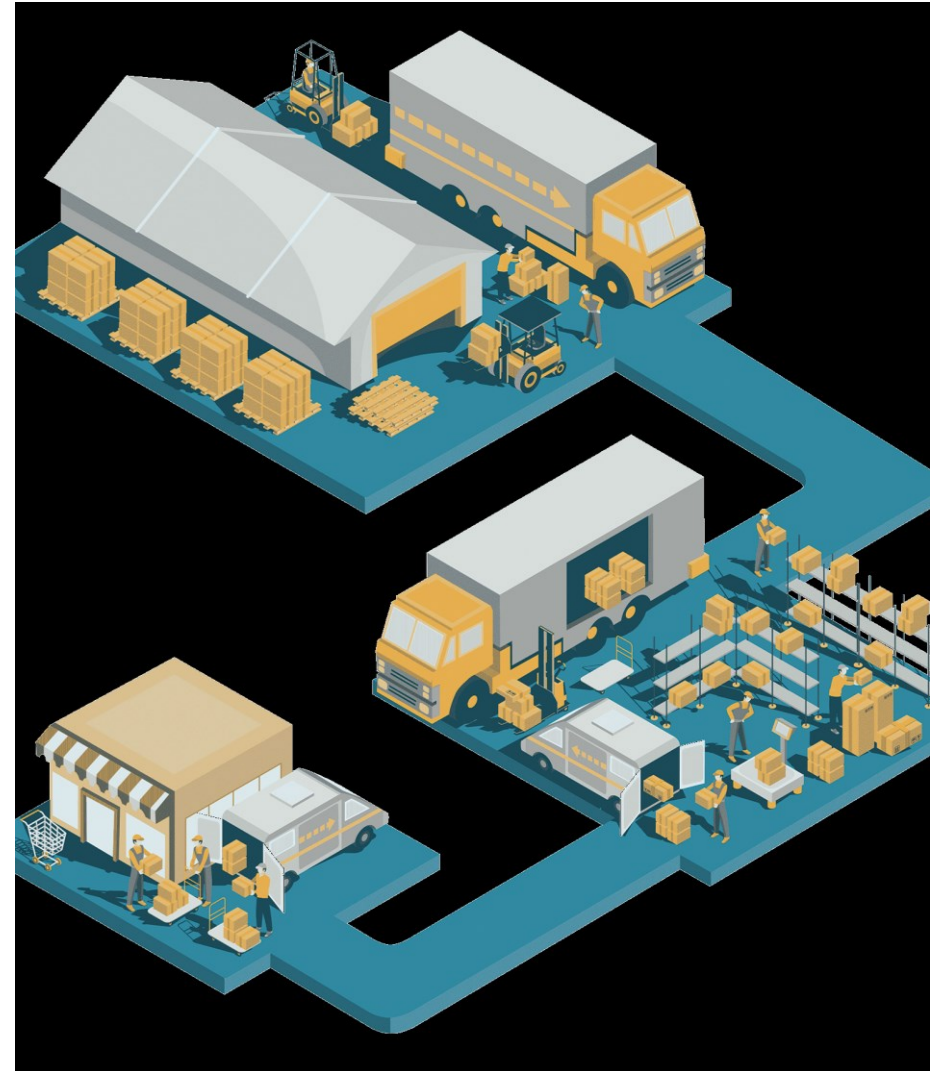


Imagen al mercado

- La imagen se construirá en base a 3 pilares
 - Calidad de nuestros productos
 - Simpleza y elegancia de nuestra(s) tienda(s)
 - Servicio: cordialidad, amabilidad y pronta resolución a problemas de nuestros clientes.
- Nuestra imagen se debe reflejar en:
 - i) Las redes sociales que utilicemos
 - ii) Nuestra(s) tienda(s)
 - iii) Canales de distribución utilizados
 - iv) Centro Logístico



Calidad y Apoyo

- No todas las cooperativas poseen los niveles de calidad requeridos por los diversos mercados.
- Debemos ser capaces, en conjunto, de manejar estándares mínimos de calidad exigibles a cada cooperativa.
- Para ello estableceremos esquemas de información y procedimientos en la definición de estos estándares.
- La capacitación y apoyo a nuestras cooperativas en este punto es fundamental



Tecnología y gestión

- Se incorporan como parte del proyecto diversas tecnologías para ejecutar y gestionar el proyecto de la mejor manera posible.
- Las tecnologías abarcan desde la recepción a la venta, pasando por la administración y gestión.
- Tecnología a utilizar durante la primera etapa:
 - POS (Punto de Venta)
 - ERP (Contabilidad, compras, manejo de stocks)
 - WEB (Pagina web de información y ventas)
- La información generada estará disponible para cada una de las cooperativas entregando un nivel de transparencia muy elevado.

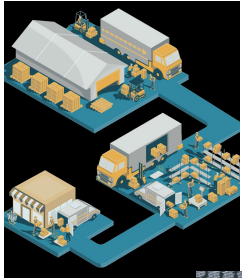


Modelo de presencia en canales

- Se definirá un modelo de participación equitativo en los canales comerciales para productores y cooperativas.
- La participación estará basada en los méritos de cada cooperativa.
- Los precios de transferencia entre las cooperativas y el presente proyecto estarán basados en el mercado y será un precio único para cada producto de acuerdo a su calidad.
- Los precios de compra son los de entrega en el centro logístico



Estructura operacional



- Centro logístico - [Lo Valledor](#)
 - Bodega de acopio y venta secundaria
 - Integración con empresas de distribución local
- Tienda - [\(MUT\) Mercado Urbano Tobalaba](#)
 - Tienda estable de ventas de productos no perecibles (Miel, frutos secos, leguminosas)
 - Tienda al paso con frutas y hortalizas de la mejor calidad apuntando a exceso de demanda
- Operación comercial (en redes)
 - Generación de tienda virtual con venta al detalle (B2C) y venta mayorista (B2B) incluyendo manejos diferenciados por rubros.
 - Presencia en diversas redes sociales e integración con tienda virtual
- Operación logística y gestión
 - Integración con operadores logísticos
 - Desarrollo interno de capacidad logística
 - POS (Punto de Venta) - Evaluación
 - ERP (Contabilidad, compras, manejo de stocks) - Evaluación
 - WEB (Página web de información y ventas) - Evaluación
- Operación capacitación a cooperativas



unaf

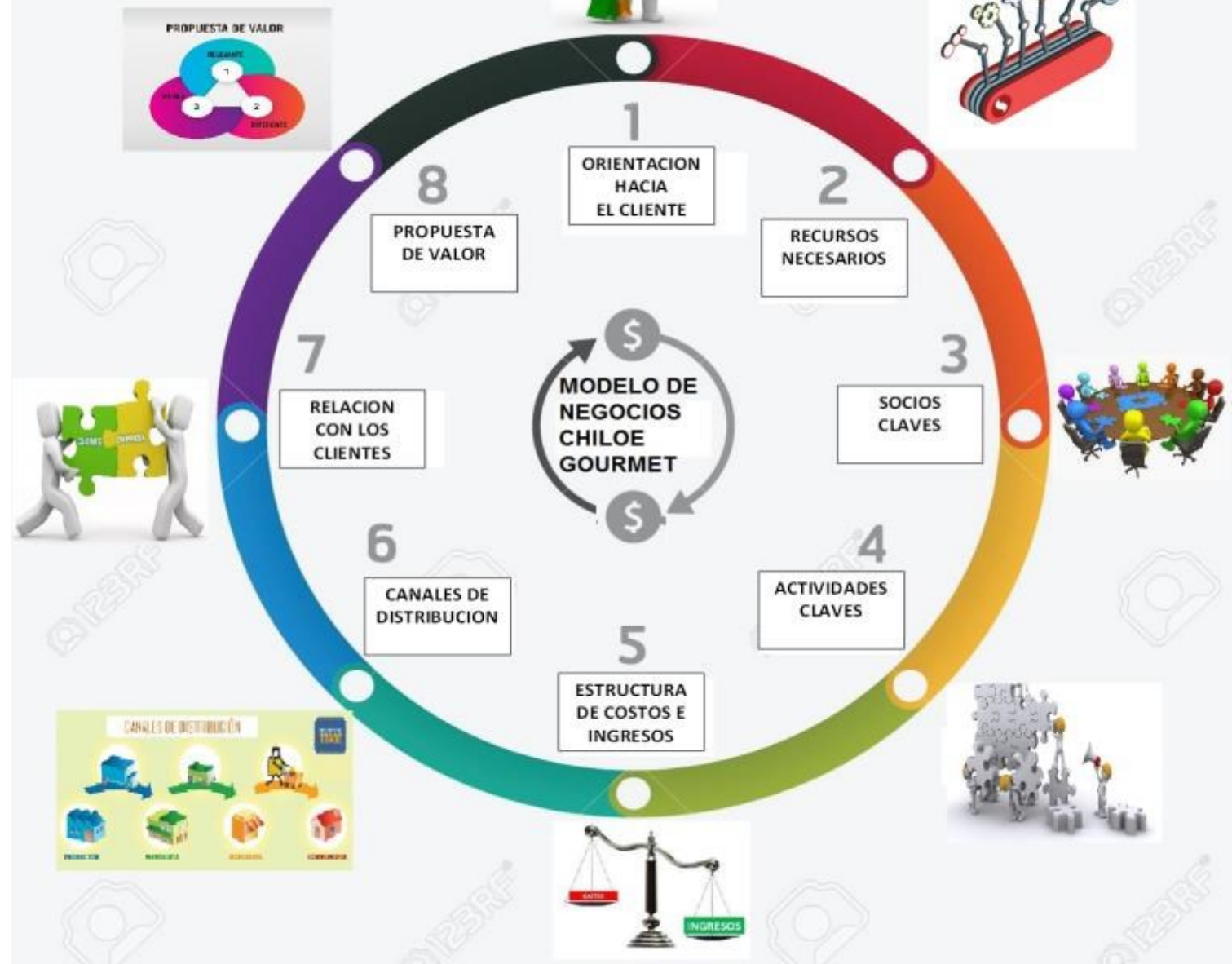
UNIÓN NACIONAL
DE AGRICULTURA FAMILIAR
COOPERATIVA / CHILE

www.unaf.cl

EXPERENCIAN DE COOPERATIVA Y SU MODELO DE NEGOCIO



MODELO DE NEGOCIOS



DESDE LA MATERIA PRIMA AL PRODUCTO PROCESADO



Socios Cooperativa Campesina Punta Chilen



Trabajo con mujeres campesinas



MISION DE LA COOPERATIVA



GENERAR UN PODER DE COMPRA JUSTO Y PERMANENTE DE LA PRODUCCION DE AJO CHILOTE DE LOS COOPERADOS, Y ENTREGARLE VALOR AGREGADO , APLICANDO PRACTICAS DE PRODUCCION AGROECOLOGICA Y BPM, ORIENTANDOSE HACIA LA DEMANDA, DESARROLLANDO UN PRODUCTO DE ALTA CALIDAD, CAPAZ DE POSICIONARSE EN MERCADOS GLOBALES Y EXIGENTES, EFECTUANDO CAPTURA TECNOLÓGICA Y CAPACITACION CONTINUA, Y DESARROLLANDO UNA IMAGEN DE EXCELENCIA DEL PRODUCTO.



LOS INICIOS DE LA COOPERATIVA





**AL INICIO SOLO ERA
VENTA DE MATERIAS
PRIMAS**

**AGREGACION DE
VALOR, HACCP,
EXPORTACION ,
MERCADOS
GLOBALES**



Planta Actual



EQUIPAMIENTO INICIAL



**AUMENTO DE LA
CAPACIDAD
PRODUCTIVA EN
42 VECES**



EQUIPAMIENTO ACTUAL



PRIMERA PASTA DE AJO



PASTAS DE AJO ACTUALES



BENCHMARKING
EN NY Y
TORONTO,
APOYO PROCHILE



Nuestra Propuesta de Valor

«Entregar a nuestros consumidores una familia de productos con atributos funcionales y de conveniencia, reflejados en una línea de seis variedades de pastas de ajo chilote y snack de papas nativas chilotas, listos para consumir. Producidos en la isla de Chiloe por una Cooperativa de campesinos williches, bajo protocolo de producción agroecológico»



MERCADO BELGA



MERCADO EE.UU



PRESENTES EN LA FERIA MUNDIAL DE ALIMENTOS EXPO MILAN



MILANO 2015



Desarrollo de Nuevos Productos, SIEMPRE INNOVANDO



SNACK DE PAPAS NATIVAS CHILOTAS



UNIDAD DE NEGOCIOS
GIRAS TÉCNICAS, PARA COMPARTIR NUESTRO KNOW HOW



CERTIFICACIONES ACTUALES DEL PRODUCTO



APOYOS – ARTICULACION



La Unión Hace la Fuerza





ANDREA CURUMILLA - GERENTE
COOPERATIVA CAMPESINA PUNTA CHILEN
PUNTA CHILEN S/N – COMUNA ANCUD
ISLA DE CHILOE
CELULAR +569 4919 8390

E-MAIL: ventas@chiloegourmet.cl



@CHILOEGOURMET



CHILOE GOURMET

