

**Comercialización de Productos Campesinos:  
Factores para el Exito**  
junio, julio y agosto de 1997

**COMERCIALIZACION DE PAPAS - SODECAM**

**ANTECEDENTES PREVIOS.**

Esta organización esta compuesta por 11 productores, corresponden a pequeños y medianos agricultores, que en conjunto suman una superficie estimada de 180 has plantadas. Además, indirectamente participan alrededor de 15 productores que sin ser integrantes de la sociedad, están ligados a los socios por medio de medierias o arriendos de terrenos, lo cual los hace beneficiarios pasivos de la organización.

Por otra parte, estos agricultores son beneficiarios de los programas de transferencia tecnológica del INDAP, el cual por medio de créditos, ha financiado la construcción de la bodega del centro de acopio, una seleccionadora y los insumos necesarios para la producción. Además, existe una directa relación con la CORFO a través de un PROFO, encargado exclusivamente de la comercialización del producto.

La idea del centro de acopio nació por la necesidad de competir en el mercado por volumen y calidad, de manera de evitar al 93camionero94, quien como intermediario hace bajar la rentabilidad del cultivo al pagar al productor un precio mas bajo que el precio real de mercado.

La puesta en marcha del centro de acopio ocurrió en Marzo de 1996. Desde esta fecha se han acopiado y seleccionado algunas de las papas de los socios de la organización para ser comercializadas por volumen y calidades uniformes en los distintos mercados del país.

**DESCRIPCION DE LA EXPERIENCIA.**

La experiencia vivida por los productores del centro de acopio no ha sido la esperada en lo que se refiere a buenos precios por su producción. Esto se debe a un problema coyuntural de baja rentabilidad en el cultivo de la papa producto de una sobre oferta en el mercado nacional, lo cual ha hecho bajar considerablemente los precios de venta.

Por otra parte se da el caso que la totalidad de los productores poseen a la fecha un gran endeudamiento individual y como organización, lo cual los ha motivado a vender su producción de papas en el momento de la cosecha, a los precios que el camionero ofrece, con el objeto de amortizar parte de sus deudas. Sin embargo los precios de venta han sido considerablemente mas bajos que los costos de producción, lo que lógicamente esta repercutiendo negativamente en la rentabilidad del negocio. Además, a raíz de esto, no se esta cumpliendo el objetivo de almacenar papas en el centro de acopio a la espera de mejores precios.

Lo anterior se debe a que los productores no tienen el grado de solvencia adecuado que les permita suplir los déficit económicos en los tiempos en que son requeridos, ya que la actividad es realizada en pequeñas y medianas superficies y constituye el cultivo principal de su sistema productivo.

Este hecho a motivado al gerente del PROFO en conformidad con la directiva de la organización, a solicitar al INDAP, un crédito de comercialización, en el fondo capital de trabajo, lo cual va a ayudar a financiar parte de la deuda que los productores tienen con los proveedores de fertilizantes, además le permitirá a la organización comprar las papas a sus asociados a un

precio mínimo, esperando un alza de ellos en los meses posteriores, cuya diferencia será cancelada a los agricultores en el momento de realizar la venta.

Otra situación que ha contribuido negativamente a las aspiraciones de la sociedad, radica en el hecho que la comercialización de papas ocurre fundamentalmente en un mercado informal y con documentos a fecha que no siempre cuentan con respaldo, lo cual provoca que los plazos de cancelación por el producto vendido no se cumplan en las fechas estipuladas dificultando

lógicamente el pago de los créditos a los proveedores inmediatos, dando lugar a protestos que enlodan la imagen comercial de la organización.

Como ha sido expuesto, los resultados obtenidos hasta el momento no han sido los esperados. Sin embargo, en el ultimo tiempo ha surgido la posibilidad de exportar papas hacia Brasil a precios competitivos. Esta posibilidad real de comercialización no se ha materializado debido a que no existe calidad de exportación en el producto ofertado, el cual ha sido rechazado en las sucesivas inspecciones realizadas por el SAG. Esta posibilidad debe necesariamente ser considerada en las acciones a futuro ya que ofrece una alternativa de comercialización distinta al tradicional mercado nacional, lo que puede ayudar a aumentar la rentabilidad del rubro y permitirá la sustentabilidad del centro de acopio como organización comercial.

Por otra parte dentro de las acciones futuras de la sociedad, esta el hecho de constituirse en proveedores permanentes de un sector del mercado ya sea para la papa semilla, papa consumo y eventualmente papa para la industria.

Cualquiera de estas alternativas debe ser realizada por medio de una agricultura de contrato, en la que además se incorpore el concepto de economía de escala, con el fin de bajar los costos unitarios de producción, asegure un precio mínimo de venta del producto que arroje un margen de rentabilidad positivo y lógicamente asegure la venta, de modo de hacer el negocio perdurable y atractivo.

## ANALISIS

Sin lugar a dudas el principal factor que ha contribuido negativamente en la rentabilidad del negocio de la papa en el presente año ha sido la sobre oferta del producto en el mercado y la falta de capital de trabajo en los agricultores para cancelar sus créditos en los plazos estipulados, lo que los ha motivado a vender su papas a precios por debajo de los costos de producción.

Sin embargo la sociedad comercial y ganadera Las Dichas S.A, tiene ciertas ventajas competitivas en relación a otros productores individuales. Primero cuentan con un lugar físico apto para el almacenaje y selección de su producto, además cuentan con suelos de calidad, asistencia técnica y crediticia y una tradición papera lo cual les permitirá posicionarse en forma estable y con productos de calidad en cualquier mercado.

Por otra parte se hace necesario que la organización cuente con el capital de operación necesario con el fin de poder soportar la incertidumbre en el pago de sus acreedores sin afectar la solvencia de la sociedad.

No obstante, se debe necesariamente replantear la metodología productiva considerando en forma mas especifica y detallada los costos de producción e incorporar los paquetes tecnológicos mas adecuados de manera de mejorar la calidad del producto en función de las exigencias del mercado.

Personalmente considero que esta experiencia es aplicable a otros proyectos desarrollados o en vías de desarrollar en el futuro en las distintas zonas del país. Nuestra obligación como profesionales radica en un diagnóstico certero tanto de los distintos mercados que se pretendan abordar como de las potencialidades de los beneficiarios, ya que la inestabilidad cada vez creciente en el negocio agrícola, nos obliga a ser cautelosos en nuestras decisiones. Debemos pensar que el endeudamiento que asuman nuestros productores puede ser crucial para su desarrollo, pero también un proyecto mal formulado o con desconocimiento de los mercados y potencialidades de nuestros agricultores llevara irrevocablemente a la quiebra a estos mismos.

**Organización : Sociedad agrícola y ganadera Las Dichas S.A.**

Lugar : Freire

Area INDAP : Pitrufoquen - IX Región

**Empresa T.T : Sodecam Ltda.**

Rodrigo Cea Abarzua

Ingeniero Agrónomo Jefe Técnico SODECAM

Pitrufoquen - IX Región