




III Cumbre Cooperativa de las Américas

2 al 7 de noviembre 2014
Cartagena • Colombia

Por una integración que genere un cambio social

COOP
Cooperativas
de las Américas
Región de la Alianza
Cooperativa Internacional



Desafíos y estrategias para desarrollar los agronegocios y comercialización de la Agricultura Familiar

Dr. Jim French, Gerente de Agronegocios y Comercialización, IICA

5 de noviembre 2014



III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia

Agricultura Familiar con gran potencial

- Son mayoría absoluta
- Son parte importante de la solución de Seguridad Alimentaria y desarrollo territorial
- Combinan eficientemente los recursos productivos
- Es la actividad económica con mayor potencial para aumentar la oferta de alimentos y mejorar las condiciones de vida de la población rural más vulnerable.
- Hay experiencias exitosas que deben replicarse

Por una
integración
que genere
un cambio
social



Cooperativas
de las Américas
Región de la Alianza
Cooperativa Internacional

Dificultades y desafíos de los pequeños productores

- Atomizadas
- Baja nivel de educación
- Limitada capacidad/experiencia empresarial
- Limitada acceso a tecnologías
- Limitada capacidad/experiencia organizativa (hasta independientes)
- Limitada acceso a información y conocimiento
- Limitada acceso a financiamiento
- Costos de transacción altos (costo por unidad mayores)
- Baja poder de negociación (compras y comercialización)
- Limitada institucionalidad de apoyo
- Limitada acceso a mercados y agregación de valor



III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia

Por una
integración
que genere
un cambio
social

COOP
Cooperativas
de las Américas
Región de la Alianza
Cooperativa Internacional



III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia

Estrategias para agregación de valor y inserción en los mercados

Desarrollo de políticas de apoyo a la Agricultura Familiar

- Inversión en educación, investigación, financiamiento, seguros.
- Fortalecimiento de la Gestión de Apoyo institucional de servicios (capacitación, asistencia técnica, tecnología)
 - Priorizar Agricultura Familiar
 - Fortalecimiento de Sistemas de Innovación
 - Agricultura familiar en el centro de procesos
 - Interactivo con actores públicos-privados
 - Cooperativas identificando prioridades, fijando agendas
- Innovación tecnológica y empresarial: mejoras en productividad, calidad y diferenciación de productos
- Desarrollar Sistemas de información – Tics
 - Sistemas de extensión y asesoría
- Fomentar y apoyar la Asociatividad

Por una
integración
que genere
un cambio
social



III Cumbre Cooperativa de las Américas

2 al 7 de noviembre de 2014
Cartagena Colombia

FACTORES DE ÉXITO PARA LOGRAR VINCULAR EXITOSAMENTE DEMANDA Y OFERTA



Por una integración que genere un cambio social

CCOP
Cooperativas de las Américas
Región de la Alianza Cooperativa Internacio



III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia

Estrategias para agregación de valor y inserción en los mercados

Estrategias empresarial de Cooperativas

- Segmentación de consumidores y mercados nichos - productos diferenciados
- Calidad - servicio al consumidor:
 - sellos de calidad
 - Sistemas productivos
- Agroturismo – desarrollo de rutas agroalimentarios
- Alianzas para la producción, procesamiento y comercialización
- Incidencia en la formalización de políticas
- Ser proactivo en gobernanza de las cadenas

Por una
integración
que genere
un cambio
social



Mercados globales, consumidores segmentados, productos diferenciados

Mercado Global

NICHOS

Orgánico

Saludable

Étnico

De nostalgia

Hedónico / gourmet

Justo

Identidad Territorial

Diferenciación de productos

Adicionales a calidad sanitaria e inocuidad

Atributos especiales reconocidos por grupos de consumidores

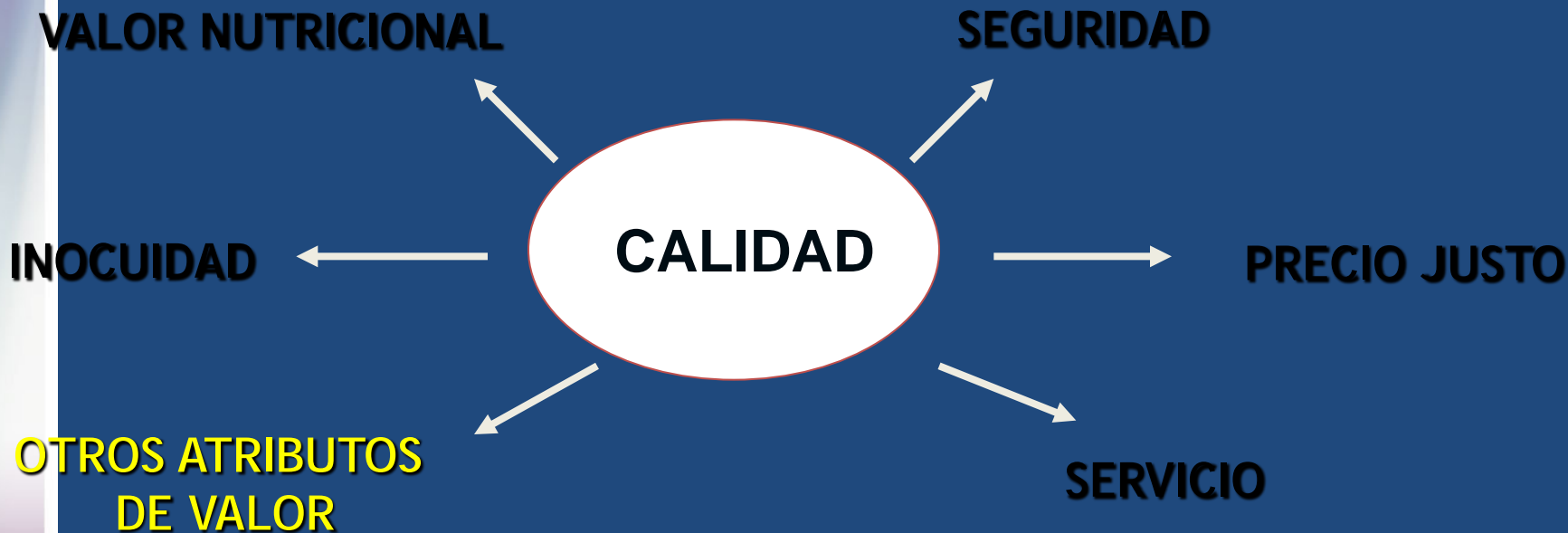
Por una integración que genere un cambio social

ELEMENTOS DE LA CALIDAD



III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia



La combinación de esos elementos le ofrece al cliente seguridad y satisface las expectativas que tiene con respecto al producto y a la empresa.

Por una
integración
que genere
un cambio
social



Sellos de calidad: instrumentos para garantizar al consumidor que un producto presenta efectivamente uno o más atributos de valor.

Los más conocidos:

- Producción orgánica
- Comercio justo
- Sellos de identidad territorial (do, ig)
- Sellos verdes



CASOS DE ÉXITO DE DESARROLLO DE PRODUCTOS DIFERENCIADOS Y DE CALIDAD



III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia

1. Quinoa orgánica de Bolivia

◀ Mercado local
◀ Mercado orgánico
internacional

2. Derivados de fruta de Chile

Mercado “justo”

3. Panela aséptica de Colombia

Mercado medicinal

4. Añil de El Salvador

Mercado “natural”

5. Limón de Guatemala

Mercado natural y exótico

6. Queso de Costa Rica

Mercado “de origen”

7. Bioferia de Lima

Mercado orgánico

Por una
integración
que genere
un cambio
social



CASO 1

**DERIVADOS
DE QUINUA**



**MERCADO LOCAL
(BOLIVIA)**

**QUINUA
ORGANICA**



**MERCADO
INTERNACIONAL
(ALEMANIA)**

**ASOCIACION DE
PRODUCTORES DE
QUINUA SALINAS DE
GARCI MENDOZA**



- INCREMENTO VENTAS LOCALES
- PENETRACIÓN A MERCADO ALEMANIA / EEUU
- ALIANZA DE NEGOCIOS
- RECONOCIMIENTO – VISIBILIDAD

Por una
integración

**- DESARROLLO EMPAQUES Y
ETIQUETAS**

- PROMOCIÓN COMERCIAL

- PROCESO CERTIFICACION

- CONSULTORES ESPECIALIZADOS
- IICA / PRODAR



III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia

Quinoa de Salinas de Garci Mendoza, Bolivia



Por un
integrac
que gen
un cam
sociá

CCO
Cooperativas
de las Américas
Región de la Alianza
Cooperativa Internacional

Proyecto: "Incremento de índices de exportación de la quinoa orgánica de Salinas de Garci Mendoza"



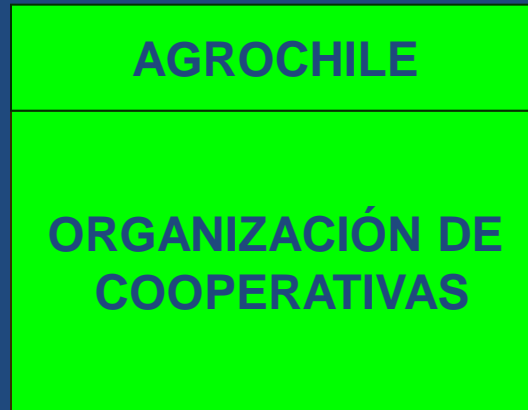


CASO 2

CARTERA AMPLIA DE PRODUCTOS



MERCADO JUSTO (TIENDAS OXFAM-BELGICA)



- DESARROLLO COMERCIAL (CLIENTES, CANALES, PRODUCTOS, CONDICIONES)

- AGROCHILE
- IICA / PRODAR

- IDENTIFICACIÓN PRODUCTOS PROMISORIOS
- ACCESO A MERCADO
- DESARROLLO SISTEMA DE PLANIFICACIÓN
- GUIA METODOLÓGICA



III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia

Agro-Chile en Promoción Comercial de Productos Campesinos para el Comercio Justo de Bélgica



Por una
integración
que genere
un cambio
social

coop
Cooperativas
de las Américas
Región de la Alianza
Cooperativa Internacional

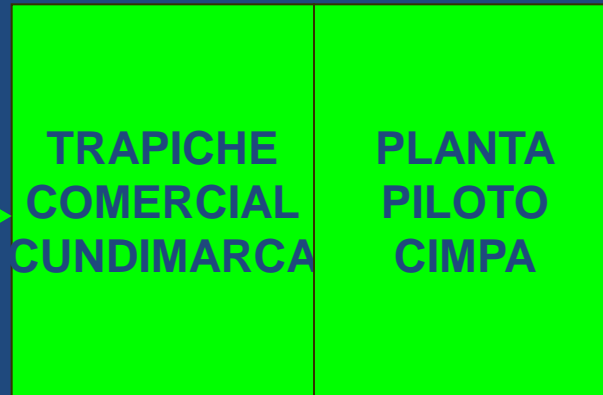
			
	pâte à tartiner Equita		miel
	cruncho		thé
	riz violet		barrita bio mangue-noix de coco
	cafés		barrita bio chocolat
	bananes bio		mascao bio aux noisettes
	jus d'orange		Vin rouge du Chili
	sucre de canne bio		Vin blanc du Chili



CASO 3

PANELA “ASEPTICA”

PRODUCTO PARA TRATAMIENTO DE QUEMADURAS



- DESARROLLO PRODUCTO
- CONTROL CONDICIONES
- PROCESO Y CALIDAD

- PRUEBA EN PACIENTES

- DESARROLLO EMPAQUES
- PRUEBA DE MERCADOS

- COMPROBACIÓN TECNICA Y CIENTIFICA – SABER POPULAR
- CARACTERIZACION PROCESOS
- CARACTERIZACIÓN MERCADOS

- CORPOICA
- U. JUAN N. CORPAS
- IICA / PRODAR





III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia

Panela aséptica Colombia



Por una
integración
que genere
un cambio
social



CASO 4

PRODUCTO SEMITERMINADO AÑIL

MERCADO INTERNACIONAL INGREDIENTES NATURALES (COLORANTES PARA CONFECCIONES Y COSMÉTICA)

ASOCIACION DE PRODUCTORES DE AÑIL DE EL SALVADOR

- RESCATE DEL SABER –HACER
- ESTANDARIZACIÓN PROCESOS
- CAPACITACIÓN EN USO
- PROMOCIÓN COMERCIAL
- (INTELIGENCIA DE MERCADOS)

social

- PROCESO VALORIZADO
- PRODUCTO Y TRADICIÓN RESCATADA
- ACCESO A MERCADO EUROPEO
- DESARROLLO NUEVOS PRODUCTOS Y MERCADOS

- IICA-PRODAR
- GTZ
- COOP. JAPONESA
- U. EL SALVADOR



III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia

Asociación de Añileros de El Salvador



Por una
integración
que genere
un cambio
social





III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena

Procesamiento del añil



Cosecha del añil



Remojo del añil en pilas



Oxigenación agua-colorante



int
qu
ur

Extracción pasta sedimentada



Filtración en tendales



Secado en bandejas



CASO 5

LIMÓN SECO

INGREDIENTES PARA BEBIDAS EN PAISES ARABES

MERCADO LOCAL DE INFUSIONES

COOPERATIVA AGRICOLA EL LIMON (GUATEMALA)

- INTELIGENCIA DE MERCADOS
- DESARROLLO PRODUCTO
- CONTACTOS COMERCIALES

- EXPORTACION PERMANENTE A PAISES ARABES
- INTRODUCCION DE NUEVOS PRODUCTOS A MERCADO LOCAL
- FORTALECIMIENTO ORGANIZACIÓN

- Asistencia Técnica Local
- AGEXPROM

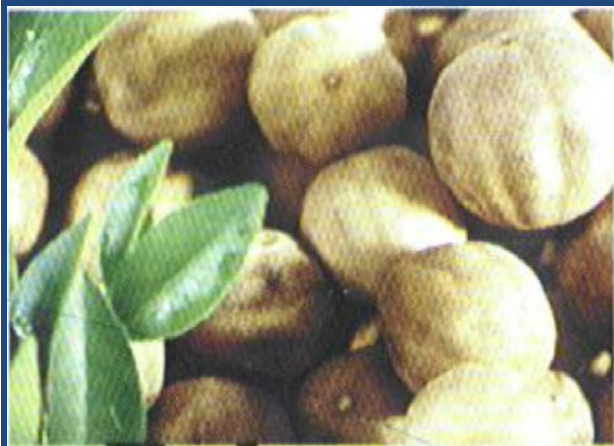
integración que genere un cambio social



III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia

Cooperativa El Limón - Guatemala



Por una
integración
que genere
un cambio
social



CASO 6

QUESO "TURRIALBA"

BÚSQUEDA DE "PROTECCIÓN" Y DESARROLLO MERCADO "FORMAL" DE ORIGEN

ASOCIACION DE
PRODUCTORES DE
QUESO TURRIALBA
(COSTA RICA)

- CASO PILOTO APLICACIÓN NORMATIVA NACIONAL
- IDENTIFICACION DE FACTORES QUE SUSTENTAN LA DIFERENCIACIÓN
- ESTANDARIZACIÓN PROCEOS
- PROCESO LEGALIZACIÓN

- MINAG
- CNP
- IICA / PRODAR

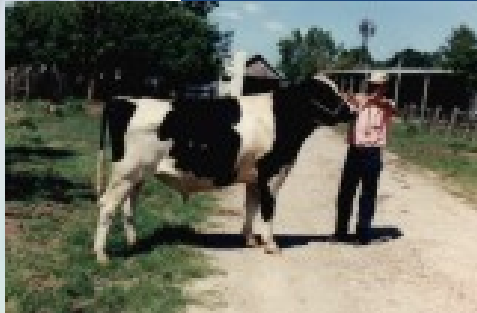
- EVIDENCIA DE NECESIDAD INFORMACIÓN CIENTÍFICA SOPORTE
- HETEROGENIEDAD PROCESO
- PRODUCTO GENÉRICO

Quesos de Turrialba – Costa Rica



III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia





CASO 7 – BIOFERIA LIMA

**PRODUCTOS
ORGÁNICOS
CERTIFICADOS**



**CANAL DE
COMERCIALIZACIÓN
ESPECIALIZADO**

**ORGANIZACIÓN DE
PRODUCTORES
ORGÁNICOS
(10 organizaciones /
10 productores)**

- CERTIFICACIÓN
- ALIANZA ESTRATÉGICA
CON DISTRITO MUNICIPAL
- AUTOCONTROL

- POSICIONAMIENTO
- DIVERSIFICACIÓN DE CANALES
- EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR
- US\$ 200,000 VENTAS ANUALES
- US\$ 1-0 MM ANUALES



III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia

LA BIOFERIA DE LIMA

- Un espacio creado por productores para
productores -



Por una
integración
que genere
un cambio
social

**Puesto móvil de la Bioferia
ubicada en un parque en
Miraflores, Lima**

Vendedoras de la Bioferia



III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia

LECCIONES APRENDIDAS

- ✓ ASOCIATIVIDAD
- ✓ SE REQUIERE VOLUNTAD, ORGANIZACIÓN Y ACTITUD DE PARTE DE PRODUCTORES => LIDERAZGO PROPIO
- ✓ ESTABLECIMIENTO ALIANZAS CON ENTIDADES APOYO, PROCESOS PARTICIPATIVOS Y DE APRENDIZAJE
- ✓ LOS SEGMENTOS DE MERCADO SON OPORTUNIDADES

Por una
integración
que genere
un cambio
social



Cooperativas
de las Américas
Región de la Alianza
Cooperativa Internacional



III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia

Recomendaciones Finales

- Asegurar políticas integrales y congruentes entre sí.
- Promover a la AF dentro de los procesos de desarrollo territorial.
- Generar incentivos (sociales y económicos) para que la generación de reemplazo continúe en la actividad agrícola.
- Abandonar el enfoque de “tecnología por oferta” para construir sistemas de innovación y gestión del conocimiento.
- Incrementar la inversión para innovación que permitan adaptar la AF a la degradación ambiental y al cambio climático.
- Promocionar una mejor integración de la AF en las cadenas de valor.

Por una
integración
que genere
un cambio
social



Cooperativas
de las Américas
Región de la Alianza
Cooperativa Internacional



III Cumbre Cooperativa
de las Américas

2 al 7 de
noviembre
de 2014
Cartagena
Colombia

Muchas gracias

Por una
integración
que genere
un cambio
social

COOP
Cooperativas
de las Américas
Región de la Alianza
Cooperativa Internacional

IICA



Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura

