

Ficha de Valorización de Resultados

46

GESTIÓN

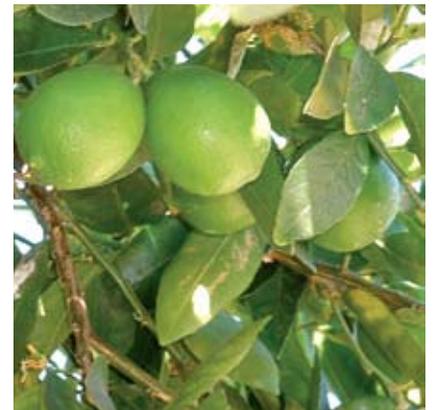
Gestión Productiva y Comercialización de Limón de Pica

Proyecto de Innovación en I Región de Tarapacá

El limón de Pica (*Citrus aurantifolia*) corresponde a una lima sutil que se caracteriza por su tamaño pequeño, cáscara muy delgada y peculiar aroma. Se diferencia de las demás limas ácidas principalmente por su mayor aroma, que está determinado por el alto contenido de limoneno (aceite esencial) en su cáscara.

Este fruto se produce principalmente en las localidades de Pica y Matilla, en la Región de Tarapacá, donde el año 2007 se registró una superficie total de 66 ha, de las cuales aproximadamente 42 se encuentran en producción. Las condiciones climáticas de esta zona favorecen la producción de limón durante todo el año, con un máximo entre abril y julio, y otro entre diciembre y febrero. También existen plantaciones en la Región de Coquimbo (10 ha, todas en producción).

Aunque es bastante conocido en el mercado, donde los consumidores lo diferencian perfectamente de otros limones, no ocurre lo mismo con las demás limas sutiles, ya que se diferencian principalmente por el aroma y contenido de jugo, características difíciles de visualizar antes de su consumo. Esto favorece que las limas sutiles provenientes de otros lugares se puedan comercializar bajo el mismo rótulo de limón de Pica, con lo cual se benefician del reconocimiento de las características organolépticas de este fruto.



Esta ficha resume los resultados y lecciones aprendidas de este proyecto, expuestos en detalle en el libro correspondiente de la serie



Gestión Productiva y Comercialización de Limón de Pica

Proyectos de Innovación en la I Región de Tarapacá

Origen	<p>Esta ficha fue elaborada a partir de la publicación que sistematiza los resultados, experiencias y lecciones aprendidas en tres proyectos financiados por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), cuyo objetivo común fue desarrollar acciones de estandarización, diferenciación y gestión para la producción de limón de Pica que, junto con favorecer la obtención de una denominación de origen, permitieran abrir nuevas líneas y mejorar las condiciones de comercialización de esta fruta.</p> <p>Los proyectos fueron ejecutados por la Cooperativa Agrícola de Pica Ltda., entre los años 2000 y 2007, en la Región de Tarapacá.</p>
Propósito	<p>El Modelo de Gestión Limón de Pica, que surge de los proyectos desarrollados, tiene como objetivo mejorar las condiciones de comercialización de los pequeños agricultores que producen un producto típico de su territorio y que puede diferenciarse de otros similares mediante la obtención de un sello distintivo, como la indicación geográfica o denominación de origen, junto con definir una estrategia de comercialización que les permita acceder directamente a los puntos de venta, disminuyendo los intermediarios en la cadena de comercialización.</p>
Modalidad operativa	<p>La organización de productores se estructura en torno a dos unidades operativas básicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Servicios de Certificación y Proceso: opera en la zona de producción y su función es establecer, de común acuerdo con la organización, los estándares de calidad del producto y la estandarización de los procesos de producción. Esta unidad, conformada por un centro de acopio, presta servicio de normalización del limón de Pica, que incluye: selección, lavado, certificación y embalaje. • Unidad Comercializadora (gestión de ventas): es la responsable de comercializar los limones recibidos en el centro de acopio, entregados tanto por los productores que tienen un contrato de provisión, como por otros que deseen vender su producto a través de esta empresa comercializadora. En esta etapa se produce la liquidación a los productores según el volumen de limones aportados y los precios que hayan sido definidos por cada categoría del producto.
Estrategia de implementación	<p>La estrategia de implementación involucra la realización de cuatro etapas, donde el logro de cada una de ellas es condición necesaria para el éxito de sus objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • agrupación bajo una institucionalidad que garantice el logro de su misión y objetivos; • estandarización de la calidad del producto y de sus procesos productivos; • instalación de un centro de acopio y unidad de comercialización; • obtención de un sello de diferenciación geográfica. <p>La implementación del Modelo debiera considerar una adecuada articulación de la organización con redes de apoyo locales, públicas o privadas, que dentro de sus objetivos esperen fortalecer y apoyar organizaciones de pequeños productores especialmente, en aquellos aspectos organizacionales y estratégicos que escapan a su conocimiento.</p> <p>Es importante destacar que esta estrategia tiene la particularidad que comienza con un producto con características propias que lo diferencian de otros similares, cuyas condiciones organolépticas son reconocidas por los consumidores y están asociadas directamente con la zona donde se produce. Así, una acción que caracteriza a este Modelo y que potenciaría los beneficios de cualquier organización que busca mejorar la calidad de sus productos, es la obtención de una indicación geográfica o denominación de origen como estrategia de diferenciación, que permita acceder a mercados más exigentes.</p>
Claves de viabilidad del Modelo	<p>Se han distinguido cinco aspectos fundamentales sobre los cuales se basa la viabilidad del modelo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los intereses personales de cada uno de los participantes debe estar alineado con el objetivo global de la institución que los agrupa. • La definición de estándares de calidad y de procesos debe ser acorde a las capacidades y limitaciones de los participantes, de manera que puedan ser cumplidos efectivamente. • Autocontrol del cumplimiento de los protocolos de estandarización: es importante que cada



uno de los productores participantes implemente en su predio el sistema de calidad definido de común acuerdo en la organización, para los procesos de cultivo, cosecha y selección.

- Los beneficios económicos que cada productor obtiene del trabajo conjunto deben ser mayores a los que obtendría operando en forma independiente. Aunque el modelo presenta una oportunidad para mejorar las condiciones de comercialización de los productores, ésta sólo resultará interesante en la medida que signifique una mejora en la rentabilidad del ejercicio individual de cada integrante de la organización.
- Compromiso de los productores con la organización e identidad colectiva y cumplimiento de los protocolos de producción establecidos por la propia organización.

Valor del Modelo

Constituye un aporte a la organización de pequeños productores, de manera que puedan insertarse en las cadenas de comercialización y acceder en mejores condiciones a los mercados locales e incluso internacionales.

El modelo organizacional planteado se orienta a una empresa capaz de comercializar directamente con los centros de compra, la producción de sus asociados y de otros productores, manteniendo el control de todas las gestiones del proceso, desde la producción en el campo hasta la distribución a los clientes, incluido el desarrollo de estrategias de comercialización. Así aseguran que se cumplan los estándares de calidad y normas que regulan los procesos que la misma organización ha definido.

Cabe destacar el trabajo que han realizado los productores con el apoyo de especialistas, para conseguir la identificación geográfica para el limón de Pica. Una vez que se obtenga esta distinción, no sólo debe considerarse como un logro legal o administrativo, sino que debe valorarse como un activo, que debe ser explotado y cuidado por toda la comunidad, de manera que les permita acceder a mercados nichos donde se valora la diferenciación de productos.

