



**Estudio:**

PROGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL  
DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL  
CANAL AGROALIMENTARIO TRADICIONAL

Luis Sáez, Juan Carlos Arriagada, Carlos Díaz,  
Marco Tejero, Raúl Contreras.

Informe Final  
Diciembre de 2015

Oficina de Estudios y Políticas Agrarias  
[www.odepa.gob.cl](http://www.odepa.gob.cl)

Estudio encargado por la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (Odepa)  
del Ministerio de Agricultura

2015

Directora y Representante Legal  
Claudia Carbonell Piccardo

Informaciones:

Centro de Información Silvoagropecuaria, CIS  
Valentín Letelier 1339 - Código Postal 6501970  
Teléfono (56-2) 2397 3000 - Fax (56-2) 2397 3044  
[www.odepa.gob.cl](http://www.odepa.gob.cl)

El presente estudio es susceptible de ser reproducido total o parcialmente bajo condición de que sea citada su fuente. Se hace presente, que si bien la investigación en este caso ha sido encargada por Odepa, las conclusiones de que da cuenta no necesariamente representan la opinión de esta última.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La producción de alimentos frescos en Chile es comercializada mediante diversos canales, entre los que destaca el denominado “canal tradicional”, el canal “retail” que agrupa a los supermercados, el canal agroindustrial, y en menor medida el canal HORECA (hoteles, restaurantes y catering).

De estos canales, el canal tradicional o canal agroalimentario y pesquero tradicional, incluye a productores, mercados mayoristas, ferias libres y consumidores, corresponde, entre otros, al canal más importante desde el punto de vista social, debido a la gran cantidad de personas involucradas, si se consideran los participantes del sector productivo y extractivo primario, los comerciantes y los consumidores que concurren a ferias libres y otros minoristas para abastecerse de alimentos frescos. Desde el desarrollo productivo, el canal presenta gran importancia si se considera que gran parte de los actores que lo abastecen (pequeños agricultores y pescadores artesanales) corresponden a grupos que reciben apoyo para el fomento productivo de parte de la institucionalidad pública.

A pesar de lo anterior, aún existen importantes brechas en diversos ámbitos que impiden un mayor posicionamiento del canal y sus actores, como el sector relevante en materia alimentaria. En este contexto, el diseño e implementación de políticas públicas que promuevan el desarrollo del canal tradicional se dificulta al no contar con información sobre sus características y la dinámica de las relaciones entre sus integrantes, por lo que se espera que la información generada en el presente estudio, contribuya a generar propuestas de políticas públicas que sean coherentes con las características y dinámicas existentes al interior del canal, contribuyendo con ello al desarrollo económico y social del canal agroalimentario tradicional.

Para el logro del objetivo propuesto, se realizó una revisión bibliográfica y un análisis de información secundaria y primaria, a través del cual se construyó un diagnóstico en torno a los aspectos sociales y económicos del canal y sus actores, así como de la normativa legal vigente y en discusión atinente a dichos actores. Con estos elementos y de manera participativa a través de la interacción, entre otras formas, mediante la realización de talleres, entrevistas, cuestionarios, con grupos de informantes claves representantes de la diversidad de los sectores e instituciones partícipes del canal, se elaboró una propuesta de visión de mediano y largo plazo, en la que destaca el sentido de familiaridad entre los

integrantes del canal, lo que no obstante contrasta con la dinámica de las relaciones que predomina en el canal, en su mayoría competitivas, ya sea por margen de ganancia o por participación de mercado.

A partir de la visión participativa que se construyó, se identificaron brechas que dificultarían el desarrollo de dicha visión. Estas brechas se relacionan en su mayoría con la capacidad de articulación estratégica entre y dentro de los eslabones que conforman el canal, lo que se relacionaría con la complejidad de generar vínculos y redes de colaboración entre actores que tienden a competir entre sí. Junto con la baja capacidad de articulación estratégica, a lo largo del canal operan de forma difusa y en algunos casos opaca, otros actores tales como intermediarios comerciales y profesionales o empresas que brindan asesoría técnica.

Se elaboró una cartera de proyectos, organizada en seis lineamientos estratégicos, los que fueron construidos a partir de lo propuesto en los talleres participativos por los actores del canal y representantes de instituciones públicas relacionadas. Estos lineamientos corresponden a:

- Mejorar el abastecimiento de alimentos frescos y saludables;
- Consolidar el rol del canal tradicional y de sus actores;
- Sensibilizar y difundir la importancia y rol del canal a nivel público y de la ciudadanía;
- Adecuar y generar instrumentos y/o normativas de las instituciones públicas para el desarrollo y fortalecimiento del canal tradicional y de sus actores;
- Mejorar las condiciones en que operan los actores del canal;
- Incrementar el rol del Estado en los procesos de adquisición de alimentos provenientes desde la AFC y la pesca artesanal;
- Fortalecer los programas educativos para profesionales y técnicos respecto al tema alimentario, nutricional y comercial de la pequeña agricultura y pesca artesanal.

Entre las principales conclusiones del estudio, se tiene que aún no existe una única definición sobre el concepto de “Canal Alimentario Tradicional Agrícola y Pesquero”, lo que genera diferencias entre actores y sectores en la operación cotidiana de sus dinámicas y su impacto en la provisión de alimentos sanos para la población. De igual manera, se observa un escaso, y prácticamente nulo, respaldo político institucional que aborde de manera integral la situación problemática que afecta al canal tradicional,

sumándose a la importancia que requiere una mirada local y de sus particularidades para el desarrollo de este canal tradicional. Esto último ha repercutido de forma importante en el estancamiento observado del desarrollo del canal tradicional y sus actores.

Finalmente, entre las recomendaciones propuestas, destacan aquellas que promueven el establecimiento de un plan de trabajo coordinado en el corto plazo, entre las instituciones públicas y los actores del canal, que les permita reconocer y decidir estrategias locales y nacionales en función del desarrollo del canal. Junto a ello es fundamental sensibilizar a la población y sus organizaciones, respecto de la importancia de la alimentación saludable y el rol del canal en ese tema y la necesidad de su mayor incidencia.

Se propone instalar el debate para una generación de política alimentaria nacional, que pueda reconocer en los integrantes del canal a los actores que fortalezcan el acceso a alimentos sanos. Para lo anterior, se proponen trabajos en diferentes niveles, centrándose a corto plazo en la coordinación de los diferentes mecanismos institucionales presentes en la actualidad, relativos al ámbito del estudio, los que por medio de un trabajo integrado permitirían lograr importantes avances en la materia. Este trabajo debe contar con el apoyo de estudios y proyectos que vayan en la dirección del fortalecimiento del canal, estableciendo información estratégica, nuevos mercados para el canal tradicional y asociaciones con diversas instituciones académicas y/o de estudios técnicos que sirvan de insumo para el desarrollo de nuevas iniciativas nacionales y regionales.

Por último, y en el mismo sentido de fortalecer la coordinación e integración del trabajo entre actores e institucionalidad, se destaca el rol de lo local y regional por parte de los entrevistados y desde el equipo técnico. Es ahí donde el fortalecimiento de organizaciones representantes de los actores que conforman el canal en diversos territorios (productores, pescadores, comerciantes, consumidores) requiere de un impulso, el cual debe provenir desde la propia institucionalidad pública y en coordinación con los diferentes sectores de representación nacional. A partir de este estudio, se ha podido observar una presencia territorial importante, centrada en las bases productivas y gremiales, la cual demanda una mayor representatividad, competencias técnicas y de fortalecimiento en lo organizacional.

## INDICE

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>3</b>
<b>INDICE .....</b>	<b>6</b>
<b>I.- INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>9</b>
<b>II.- OBJETIVOS DEL ESTUDIO .....</b>	<b>11</b>
A.- OBJETIVO GENERAL .....	11
B.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
<b>III.- METODOLOGIA.....</b>	<b>12</b>
<b>IV.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>29</b>
A.- INFORME DE REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA Y DIAGNÓSTICO DEL CANAL.....	29
1.- <i>Antecedentes generales.....</i>	29
2.- <i>El canal tradicional.....</i>	34
3.- <i>Composición del canal tradicional.....</i>	37
4.- <i>Aporte económico, nutricional y social del canal tradicional.....</i>	40
5.- <i>El Canal en el Marco Institucional.....</i>	46
6.- <i>Principales desafíos, nuevas demandas de la población.....</i>	47
B.- ANÁLISIS DE LA NORMATIVA LEGAL.....	49
1.- <i>Principales brechas normativas transversales (o comunes entre actores del Canal).....</i>	50
2.- <i>Aspectos no abordados en la normativa vigente ni en la normativa actualmente en discusión o tramitación, por sector / actor:.....</i>	54
3.- <i>Brechas normativas Sector Mayoristas_ Centrales de Abastecimiento.....</i>	59
4.- <i>Brechas normativas Sector Minoristas_ Ferias Libres, Verdulerías y Almacenes.....</i>	60
5.- <i>Brechas normativas Consumidores.....</i>	64
C.- VISIÓN PARTICIPATIVA DE MEDIANO Y LARGO PLAZO PARA EL CANAL.....	65
1.- <i>Características del canal alimentario agrícola y pesquero tradicional.....</i>	65

2.- Cooperar y competir al mismo tiempo.....	67
3.- Visión sobre el rol de los intermediarios.....	70
4.- Visión del canal sobre las instituciones del Estado.....	71
5.- Visión de las instituciones del Estado respecto del canal.....	73
6.- Definición del canal tradicional.....	76
7.- Visión de mediano y largo plazo para el canal.....	77
<b>D.- ANÁLISIS PARTICIPATIVO DE BRECHAS PARA LOS ACTORES DEL CANAL....</b>	<b>78</b>
1.- Incapacidad de articular estratégicamente las demandas del canal:.....	78
2.- Ausencia de redes de colaboración entre los integrantes de los eslabones del canal:.....	79
3.- Falta coordinación entre actores del canal:.....	79
4.- Falta coordinación entre instituciones públicas:.....	79
5.- Participación difusa de algunos actores:.....	80
<b>E.- EVALUACIÓN DE LA OFERTA DE INSTRUMENTOS.....</b>	<b>83</b>
1.- Elementos de contexto.....	83
2.- Análisis de iniciativas públicas.....	88
3.- Levantamiento de iniciativas públicas del canal y sus actores.....	98
4.- Brechas institucionales.....	117
5.- Recomendaciones y futuras acciones.....	120
<b>F.- CARTERA DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES VINCULANDO ACTORES E INSTITUCIONES CON INSTRUMENTOS DE APOYO.....</b>	<b>122</b>
<b>G.- PROPUESTA DE MESAS REGIONALES DEL CANAL TRADICIONAL.....</b>	<b>125</b>
1.- Importancia del canal y su urgente coordinación regional.....	126
2.- Elementos de Agenda común.....	128
3.- La relación entre los actores.....	130
4.- De la relación de actores con instituciones públicas.....	132
<b>V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>134</b>

A.- CONCLUSIONES .....	134
B.- RECOMENDACIONES.....	138
<b>VI.- BIBLIOGRAFÍA EMPLEADA.....</b>	<b>142</b>
<b>ANEXO 1: INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA Y DIAGNÓSTICO PRELIMINAR.....</b>	<b>147</b>
<b>ANEXO 2: NORMATIVA LEGAL .....</b>	<b>161</b>

## I.- INTRODUCCIÓN

La producción de alimentos frescos en Chile es comercializada mediante diversos canales, entre los que destaca el denominado “canal tradicional” (que incluye a productores, mercados mayoristas y ferias libres), el canal “retail” que agrupa a los supermercados, el canal agroindustrial, y en menor medida el canal HORECA (hoteles, restaurantes y catering). De estos canales, el canal tradicional correspondería al canal más importante desde el punto de vista social, debido a la gran cantidad de personas involucradas, si se consideran los participantes del sector productivo y extractivo primario, los comerciantes y los consumidores que concurren a ferias libres y otros minoristas para abastecerse de alimentos frescos.

Por otra parte, diversas voces han destacado la importancia estratégica del “canal tradicional” como el principal abastecedor del mercado interno de alimentos frescos y así mismo, tendría un importante rol en la provisión de alimentos saludables como frutas, hortalizas y pescados, lo cual resulta de toda relevancia en un contexto de mayor prevalencia de enfermedades asociadas a la mala alimentación, por exceso en el consumo de alimentos procesados, ricos en azúcares, sal y grasas.

Desde el punto de desarrollo productivo, este canal también tiene gran importancia si se considera que gran parte de los actores que lo abastecen (pequeños agricultores y pescadores artesanales) corresponden a grupos que reciben apoyo para el fomento productivo de parte de la institucionalidad pública, y más recientemente, otros integrantes del canal como las ferias libres, se han incorporado como beneficiarios del sistema de fomento productivo mediante diversas iniciativas de modernización de infraestructura y equipamiento.

A pesar de lo anterior, y si bien existen varias razones por las cuales se podría afirmar que este “canal tradicional” tiene gran relevancia económica y social en el abastecimiento de alimentos, lo cual ha sido reconocido en diversas instancias gremiales y de la institucionalidad pública; no es claro si la visión como “canal” propiamente tal es percibida por la totalidad de sus integrantes o por otros actores sociales e institucionales. Lo anterior se reflejaría en el hecho de que la información que existe del canal, corresponde más bien a información desagregada de los diferentes sectores o actores que lo componen, sin que exista consenso respecto de qué actores integran el canal, ni tampoco sería clara la dinámica de las relaciones entre dichos actores. A ello se suma la informalidad con que operan algunos de los actores que conformarían el canal, como los

intermediarios que actúan de manera informal o aquellos que no poseen infraestructura, de los cuales no existe mayor información.

En este contexto, el diseño e implementación de políticas públicas que promuevan el desarrollo del canal tradicional se dificulta al no contar con información sobre sus características y la dinámica de las relaciones entre sus integrantes, por lo que se espera que la información generada en el presente estudio, contribuya a generar una propuesta de política pública que sea coherente con las características y dinámicas existentes al interior del canal.

### **ABREVIATURAS EMPLEADAS EN EL DOCUMENTO**

ACHIPIA	Agencia Chilena para la calidad e inocuidad alimentaria
AFC	Agricultura familiar campesina
ASOF	Asociación gremial de organizaciones de ferias libres, persas y afines
CORFO	Corporación de Fomento a la Producción
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura
FAP	Fondo de Administración Pesquero
FIA	Fundación para la Innovación Agraria
FOSIS	Fondo de Solidaridad e Inversión Social
IICA	Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura
INDAP	Instituto Nacional de Desarrollo Agropecuario
INE	Instituto Nacional de Estadísticas
JUNAEB	Junta Nacional de Auxilio Escolar y Becas
JUNJI	Junta Nacional de Jardines Infantiles
MINSAL	Ministerio de Salud
ODEPA	Oficina de Estudios y Políticas Agrarias de Chile
PRODESAL	Programa de Desarrollo Local
SERCOTEC	Servicio de Cooperación Técnica
SII	Servicio de Impuestos Internos
SUBPESCA	Subsecretaría de Pesca

## II.- OBJETIVOS DEL ESTUDIO

### A.- OBJETIVO GENERAL

El presente estudio tuvo por objetivo generar propuestas para el desarrollo de políticas públicas (programas, planes o instrumentos) para el desarrollo económico y social del canal agroalimentario tradicional.

### B.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para el logro de este objetivo general, las actividades del estudio tuvieron los siguientes objetivos específicos:

1. Determinar una visión de mediano y largo plazo para el canal (OE1).
2. Identificar las brechas existentes para los actores del canal y que de cerrarse permitirían alcanzar la visión definida en el OE1 (OE2).
3. Elaborar una cartera priorizada de proyectos y actividades vinculando actores e instituciones con instrumentos de apoyo (OE3).
4. Evaluar la oferta actual de instrumentos públicos para el canal (OE4).

El cumplimiento de los cuatro objetivos específicos propuestos, se asoció al desarrollo y entrega de los siguientes seis productos, para los que se indica además la relación con el objetivo específico a cuyo logro contribuyen.

Producto 1: Informe de revisión bibliográfica, y un diagnóstico con antecedentes de información secundaria y primaria que permita dimensionar social y económicamente al canal y sus actores (Vinculado al OE1).

Producto 2: Informe de la normativa legal (vigente y en discusión) atinente a los actores y el canal (Vinculado al OE1).

Producto 3: Informe con la visión participativa de mediano y largo plazo para el canal (Vinculado al OE1).

Producto 4: Informe con las brechas para los actores del canal (Vinculado al OE2).

Producto 5: Cartera de proyectos y actividades vinculando actores e instituciones con instrumentos de apoyo (Vinculado al OE3).

Producto 6: Informe con la evaluación de la oferta de instrumentos públicos para el canal (Vinculado al OE4).

Adicionalmente, el estudio considera la incorporación de productos adicionales, los que corresponden a la incorporación de la información relativa al sector pesquero artesanal, en los diversos análisis realizados, así como la elaboración de una propuesta para el desarrollo de redes de trabajo para el canal, a nivel regional.

### **III.- METODOLOGIA**

Para el cumplimiento del objetivo general del estudio, se empleó un enfoque metodológico multidisciplinario, que tomó en consideración la complejidad derivada de la diversidad de actores que componen el canal, así como de la diversidad dentro de cada uno de los sectores que componen el canal tradicional, lo que se tradujo en el levantamiento de diferentes visiones y sensibilidades al interior del canal.

Con el fin de recoger tal diversidad de sensibilidades y visiones, se empleó un enfoque participativo y descentralizado, basado en un proceso permanente de recolección de datos y antecedentes desde fuentes primarias y secundarias, su sistematización y el posterior contraste de la información generada con miembros de las organizaciones que representan a los diferentes sectores que componen este canal tradicional, así como con académicos, expertos y directivos de organizaciones de fomento productivo.

En este sentido, la organización y estructura del trabajo se basó en un esquema de levantamiento de información y posterior validación en diferentes niveles, partiendo en un primer nivel por los propios actores o participantes directos del canal en el sector primario (agricultura familiar campesina y pescadores artesanales); comerciantes mayoristas y minoristas<sup>1</sup>; y, consumidores.

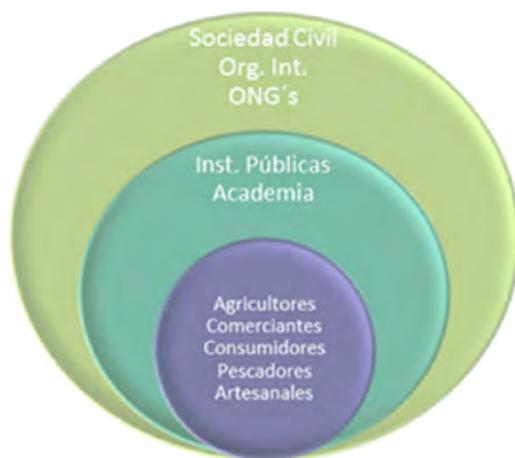
Posteriormente, se levantó información desde niveles secundarios y terciarios, correspondientes a los actores que tienen diversos niveles de influencia importante en el desarrollo del canal alimentario agrícola y pesquero tradicional, que corresponden a los organismos públicos, mercados mayoristas, organismos internacionales, no gubernamentales y sociedad civil.

Las fuentes secundarias empleadas correspondieron a estudios previos respecto a los sectores silvoagropecuario de la agricultura familiar campesina, comercial (ferias libres)

---

<sup>1</sup> Como comerciantes mayoristas se entenderá a centrales de abastecimiento agrícola, terminales pesqueros e intermediarios. Por su parte, los comerciantes minoristas serán las ferias libres y verdulerías de menor tamaño.

y/o consumidores. En relación al levantamiento desde las fuentes primarias, se utilizó una combinación de técnicas y herramientas como entrevistas presenciales y no-presenciales, así como talleres de trabajo con dirigentes y representantes nacionales de los diferentes actores, en todos los niveles (**¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**) entendiendo la complejidad del canal y sus sectores respecto al manejo de información y coordinación de las actividades. El enfoque a emplear considerará una comunicación fluida con los representantes territoriales con quienes se levante y analice la información a generar. Por medio de este proceso de triangulación se garantizará la validez interna del estudio o el efecto de visiones sesgadas que puedan afectar la objetividad de los resultados.



*Figura 1: Niveles de recolección y validación de información del*

A fin de promover la confluencia de visiones lo menos centralizadas posible, y en función de los tiempos y recursos disponibles, se focalizó el alcance del trabajo en cuatro regiones del país, así como los diversos sectores que componen el canal tradicional, de acuerdo a lo cual se levantó información desde las regiones de Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins y Biobío.

*Metodología asociada al producto 1:*

*Informe de revisión bibliográfica, y un diagnóstico con antecedentes de información secundaria y primaria que permita dimensionar social y económicamente al canal y sus actores.*

Para el desarrollo del producto 1 se realizó una revisión bibliográfica y documental de los principales estudios, políticas públicas, estrategias sectoriales desde el año 2006 en adelante. A partir de la información recopilada se realizó un diagnóstico preliminar sobre

los principales aspectos sociales y económicos del canal, incluyendo posibles tipologías de los actores involucrados; características como:

- el número de productores, pescadores, feriantes, número de familias, compradores, número de consumidores, entre otros;
- la organización del sector;
- el número y tipo de organizaciones existentes, así como su distribución geográfica;
- la estimación del volumen de producción y/o ventas;
- análisis de la situación legal del canal en términos del nivel de formalidad-informalidad con que operan los diversos actores;
- análisis de la institucionalidad pública con que se relaciona el canal.

Posteriormente, la información preliminar fue sistematizada y contrastada mediante un panel con dirigentes nacionales en la RM y representantes de instituciones públicas vinculadas al canal, y a la realización de entrevistas semiestructuradas, presenciales y/o no-presenciales con dirigentes de los sectores que componen el canal que no hubiesen podido participar del panel, así como a directivos de instituciones públicas relacionadas al canal, académicos, representantes gremiales y otros expertos relevantes en la materia.

#### *b.- Metodología asociada al producto 2:*

##### *Informe de la normativa legal vigente y en discusión atinente a los actores y el canal.*

El desarrollo de este producto se realizó mediante una apreciación de la situación actual (normativa legal vigente) relacionada al canal alimentario y pesquero tradicional y a los actores que lo conforman, así como de la normativa que pueda influir o afectar al canal y se encuentre actualmente en discusión. El enfoque metodológico empleado se fundamenta en el hecho de que en la actualidad no existe un cuerpo normativo y legal específicamente destinado a tratar al canal alimentario agrícola y pesquero tradicional en su conjunto, sino que más bien existen diversas regulaciones específicas, las que cubren parcialmente diferentes aspectos para los distintos sectores que componen el canal.

En función de lo anterior, el análisis inicial de la normativa tuvo como función identificar y agregar las diferentes normas que contribuyan al desarrollo del canal alimentario agrícola y pesquero tradicional, a fin de generar información que permita relacionar y concordar normas sectoriales e institucionales para la elaboración de propuestas más integrales, que aporten a construir un esquema general normativo para el canal.

En función de lo anterior, el análisis de la normativa se enfocó a los siguientes ámbitos:

- Aspectos legales de los sectores que componen el canal,
- Fortalecimiento comercial,
- Normativa en el ámbito económico – financiero,
- Desarrollo organizacional y gremial,
- Política e institucionalidad,
- Ordenamiento territorial,
- Calidad de vida,
- Otros,

A partir de estos componentes, el análisis se estructuró sobre la base de tres componentes:

- i) Identificación y análisis de la normativa vigente: en este punto se revisaron las principales normativas vigentes en relación a criterios centrales para el desarrollo del canal en su conjunto y de sus actores, así como su influencia en el emprendimiento, el fomento productivo, la organización del canal, y el accionar de la institucionalidad pública en torno al canal, entre otros elementos.
- ii) Identificación y análisis de las principales normativas en discusión: este segundo componente del análisis se enfocó a la revisión de los principales proyectos de ley o iniciativas legales que puedan ser relevantes para la promoción del canal, como por ejemplo el proyecto de ley para el impulso y modernización de las ferias libres o el proyecto de ley que fortalece la institucionalidad de los derechos de los consumidores, así como de los diversos proyectos o iniciativas que contribuyan a mejorar el acceso del canal a incentivos o recursos productivos, crédito, o apoyos a su desarrollo.
- iii) Identificación y análisis de las principales brechas normativas: Para el último componente del estudio normativo, se abordaron los aspectos no cubiertos por la normativa actual o en discusión, así como deficiencias debido a la falta de regulación legal vigente en torno al funcionamiento, fomento, derechos de consumidores, entre otros aspectos.

Para el desarrollo de los tres componentes propuestos para el estudio normativo, se recopiló información secundaria obtenida desde estudios y proyectos previos y se realizó un análisis jurisprudencial a nivel nacional de los principales elementos relacionados a materias normativas del canal.

c.- Metodología asociada al producto 3:

*Informe con la visión participativa de mediano y largo plazo para el canal.*

Para el desarrollo de este producto se tomó en consideración lo heterogéneo de su conformación y la diversidad actores que lo componen, siendo posible encontrar organizaciones de productores, sindicatos de ferias libres, organizaciones de pescadores, centrales mayoristas, entre otras. Del mismo modo, otras organizaciones como servicios públicos y gobiernos locales se relacionan con los actores del canal desde sus diferentes roles, principalmente en lo que respecta al fomento productivo y fiscalización del cumplimiento de la normativa que afecta al canal.

Debido a lo anterior, es razonable esperar la convergencia de visiones e ideas diversas desde los integrantes de las distintas organizaciones que la componen, lo que tiende a generar muchas veces la superposición de las visiones personales con los propósitos institucionales de la organización. En este sentido, desde un punto de vista sistémico se puede afirmar que las redes que forman el canal son mucho más complejas que la suma de sus partes (las organizaciones que lo componen), y que la estructura de esta organización tiende a adoptar la forma de red, cuya forma o arquitectura depende de los movimientos y relaciones que se establezcan sus integrantes.

En virtud de estas características, el enfoque empleado se basó en la facilitación de conversaciones significativas entre los diversos actores que componen el canal, las que se realizaron mediante talleres de 2-3 horas, en las que los junto con el equipo de facilitadores desarrollaron una visión participativa de mediano y largo plazo a partir de preguntas dinamizadoras, se identificaron aquellos procesos que actualmente funcionan bien en las organizaciones a que representan y aquellos procesos que funcionan bien en el canal alimentario agrícola y pesquero tradicional de su región, así como desafíos estratégicos del canal en general ([Figura 2](#)).



Figura 2: Ejemplos de preguntas

Entre los participantes convocados a los talleres, se consideraron representantes de los actores que componen el canal en las regiones Metropolitana, del Libertador Bernardo O'Higgins, Biobío y de Valparaíso, incluyendo organizaciones de pescadores artesanales, representantes de sindicatos de ferias libres, representantes de organizaciones de la agricultura familiar campesina y representantes de organizaciones de consumidores. Del mismo modo se realizaron talleres de trabajo con profesionales de las diversas instituciones que brinda apoyo a los diferentes actores, en los que participaron representantes de gobiernos locales, así como representantes de las diferentes secretarías regionales ministeriales y de servicios públicos ([Tabla 1](#)).

Tabla 1: Participantes de talleres y entrevistas

Organización	Participantes - Cargo
Organizaciones Nacionales	<p>Héctor Tejada - Presidente ASOF – UNAPYME.</p> <p>Olga Gutiérrez – Presidenta CODEMA.</p> <p>Hernán Calderón – Presidente CONADECUS.</p> <p>Cesar Valdés – Directorio CONADECUS.</p>
Instituciones Nacionales	<p>José de la Fuente – Encargado de Fomento y Desarrollo Fondo de Administración Pesquera FAP.</p> <p>Natalia Aliaga – Secretaria ejecutiva Programa Elige Vivir Sano – Ministerio de Desarrollo Social.</p> <p>Patricia Zamora – Asesora Departamento de Alimentos y Nutrición MINSAL.</p> <p>Andrea Rivera – Asesora Departamento de Alimentos y Nutrición MINSAL.</p> <p>Mina Namdar – Asesora Dirección Nacional INDAP.</p>
Organizaciones e Instituciones Región de Valparaíso	<p>Fernando Espinoza – Presidente Sindicato Feria Libre.</p> <p>Fernando Vienne – Secretario Ejecutivo Fondo de Administración Pesquera FAP.</p> <p>Cynthia Monzor – Analista Secretaria Regional Ministerial de Desarrollo Social.</p> <p>Ricardo Astorga – SEREMI Agricultura</p> <p>Víctor Rodríguez – Programa Desarrollo Local I. Municipalidad de Quillota.</p>
Organizaciones e Instituciones Región Libertador Bernardo O’Higgins	<p>Cristian Rivera – Presidente Asociación Gremial Ferias Libres de Colchagua.</p> <p>Julio Campos – Dirigente Feria Persa Rancagua.</p> <p>Aida Bustos – Dirigente Feria Persa Requinoa.</p> <p>Robinson Pinto – Dirigente Regional Ferias Libres</p> <p>Lisette Bosshard – Profesional Secretaria Regional Ministerial de Agricultura.</p> <p>Patricia Vergara – Jefa Gestión Estratégica Dirección Regional INDAP.</p> <p>Iván Céspedes – Subsecretaria de Pesca.</p> <p>Marisol González – Profesional Secretaria Regional Ministerial Desarrollo Social</p>

<b>Organización - Institución</b>	<b>Participantes – Cargo (Continuación)</b>
Organizaciones Región del Niobio	Moisés Alvial – Dirigente Regional ASOF. Alex García – Dirigente Regional ASOF. Marcos Gonzáles – Dirigente Regional ASOF. Eliana Alarcón – Representante Feria Libre Coronel. Paula Reyes – Dirigente Regional CONAPACH. Jorge Rocagliolo – Secretaría Regional Ministerial de Desarrollo Social. Sergio Viveros - Secretaría Regional Ministerial de Desarrollo Social. Berenice Bizama – Fondo Administración Pesquero FAP. Pablo Mena – Subsecretaria de Pesca. Lino Alarcón – Secretaria Regional Ministerial de Salud.

La metodología del taller se enfocó en propiciar espacios de conversación mediante preguntas clave, luego de ello, se facilita un espacio de levantamiento de ideas fuerza y acuerdo entre los participantes del taller, finalmente se visualizan y se repasan los resultados con los mismos participantes a modo de verificación de los acuerdos e ideas conversadas. La pauta de facilitación empleada en el desarrollo de los talleres, se diseñó con la finalidad de promover la participación de los concurrentes a la actividad, para reunir la mayor cantidad y diversidad de visiones respecto del canal y sus posibles brechas de acuerdo al siguiente esquema ([Tabla 2](#))

Tabla 2: Pauta de facilitación de talleres

Tiempo	Actividad	Descripción
5 min	1. Instalación	Se presentan las personas que convocan la reunión exponen los propósitos del taller y los tiempos
10 min	2. Presentación y socialización de expectativas	<p>Se solicita a los participantes presentarse de la siguiente forma, tomar una etiqueta adhesiva “pos-it” y escribir su nombre, en el momento de presentarse dirá en voz alta la siguiente información, pegando el “pos-it” en un pliego de papel que se encuentre visible en alguna parte de la sala: <b>a) Nombre, b) Sector que representa, y c) Expectativas del taller.</b></p> <p>La persona que facilite escribirá frente al “pos-it”, las expectativas de los participantes intentando resaltar aquellos que se alinean con los objetivos del taller.</p>
30 min	3. ¿Qué significa para nuestros sectores y región ser parte de un canal agroalimentario y pesquero tradicional?	<p>El facilitador explica la metodología abriendo el primer espacio de conversación, con la pregunta: <b>¿Qué significa para nuestros sectores y región ser parte de un canal agroalimentario y pesquero tradicional?</b></p> <p>El facilitador da un tiempo de 20 minutos para que las personas inicien la conversación, se recomienda recordar la pregunta a responder cada cierto tiempo. Cinco minutos antes de terminarse el tiempo de conversación, el facilitador solicita que de forma conjunta identifiquen las ideas fuerza, acuerdos y desacuerdos de lo conversado. Solicitando que escriban una idea por “post-it” y en un nuevo pliego de papel igualmente visible colocar los “post-it”.</p>
20 min	4. ¿Quiénes son los actores que hacen parte del canal agroalimentario y pesquero tradicional?	<p>El facilitador introduce la siguiente pregunta, explicando que la dinámica inicial será mediante la técnica de “Lluvia de ideas”, la cual consiste en aportar la mayor cantidad de ideas (una por “pos-it”) en el menor tiempo posible, la pregunta a responder es: <b>¿Quiénes son los actores que hacen parte del canal agroalimentario y pesquero tradicional?</b></p> <p>Se solicita que escriban la mayor cantidad de actores relacionados con el canal agroalimentario y a medida que lo va escribiendo, lo dice en voz alta y lo pega en el pliego de papel. Para ello, el grupo cuenta con 3 minutos. Luego el facilitador solicita al grupo que se acerque al papel donde pegaron los post it y revisen si esta la totalidad de los actores, si hace falta alguien. De igual manera, se le solicita al grupo que los actores que falten escribirlos uno por post it y colocarlos en el pliego de papel.</p> <p>Finalmente el facilitador motiva una conversación respecto al mapa de actores, haciendo énfasis en algunos aspectos como: <b>¿Cuáles son los actores más activos del canal en la región? ¿Qué actores son importantes y son lejanos al canal?</b></p>

		Para el taller con funcionarios públicos se introdujo una pregunta adicional y muy importante referente a <b>¿Mediante cuáles mecanismos e instrumentos (de la oferta pública) se relacionan interactúan los actores?</b> (esto hace referencia a programas, comités, mesas de trabajo intersectoriales etc.). El facilitador hace un resumen general de lo que ha pasado hasta el momento e invita a un receso
15 min	Receso	
40 min	5. ¿Cuál es el propósito mayor del canal agroalimentario y pesquero tradicional en la región?	<p>El facilitador luego del receso invita a los participantes a conversar entorno a la siguiente pregunta: <b>¿Cuál es el propósito mayor del canal agroalimentario y pesquero tradicional en la región?</b></p> <p>El facilitador da un tiempo de 20 minutos para que las personas inicien la conversación, se recomienda recordar la pregunta a responder cada cierto tiempo. Cinco minutos antes de terminarse el tiempo de conversación, el facilitador solicita que de forma conjunta identifiquen las ideas fuerza, acuerdos y desacuerdos de lo conversado. Solicitando que escriban una idea por “pos-it” y en un nuevo pliego de papel igualmente visible colocar los post it.</p> <p>Finalmente solicita al grupo a diseñar entre todos una frase que evidencie la mirada de ellos frente al propósito mayor del canal, para ello les solicita que cada uno escriba una frase y quien considere que la tiene la socialice, el facilitador la escribe en un pliego de papel e invita al resto que la complementen. Una vez se pongan de acuerdo invita al grupo a leer la frase</p>
10 min	6. Cierre - ¿qué me llevo de este espacio? - Los siguientes pasos y compromisos desde el estudio	<p>El facilitador agradece el espacio y solicita que en voz alta y de manera breve cada uno de los participantes comparta ¿qué se lleva de este espacio?</p> <p>Y finalmente solicita a los convocantes a cerrar el taller delimitando los siguientes pasos y compromisos por parte del estudio</p>

El desarrollo de este producto se basó en la facilitación de conversaciones significativas, organizadas mediante reuniones y talleres entre los diversos actores que componen el canal. Dichas reuniones fueron apoyadas por facilitadores, que ayudaron a dichos actores a generar una visión conectada con sus propósitos personales o de las redes que representan, con el sentido institucional que esperan de del canal y de las instituciones públicas o privados que en él participan. En función de estas características, se diseñaron e implementaron diversos talleres con representantes regionales de las organizaciones involucradas con el canal tradicional.

d.- Metodología asociada al producto 4:

*Informe con las brechas para los actores del canal (contrastar la situación vigente con la deseada).*

El enfoque empleado para el desarrollo de este producto se basó en el levantamiento de información desde informantes calificados, principalmente desde las instituciones de fomento (SENCE, SERCOTEC, INDAP, SERNAPESCA, Municipios, academia, gremios u otros relacionados, ya sea mediante grupos focales o entrevistas semiestructuradas en las regiones priorizadas para el estudio (Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins, y Biobío).

En la realización de los grupos focales se expusieron a los participantes los principales resultados de los talleres realizados con representantes de los sectores que componen el canal tradicional, a fin de realizar un análisis del escenario proyectado y la comparación con el estado o situación actual, así como de diversos puntos de referencia regionales, nacionales o internacionales. Como resultado de estas actividades se elaboró una matriz de brechas transversales y específicas de los integrantes del canal, expresadas en desafíos que el canal y las instituciones de fomento, u otros sectores que concurren al desarrollo del canal, debiesen asumir para el logro de dicha visión.

e.- Metodología asociada al producto 5:

*Informe con la evaluación de la oferta de instrumentos públicos para el canal.*

La institucionalidad que presenta una importante influencia sobre el desarrollo del canal alimentario agrícola y pesquero tradicional, es de carácter transversal y diverso, con acciones que se encuentran reguladas en diferentes instituciones del Estado. Es así como la pesca artesanal, agricultores, comerciantes y consumidores, mantienen una estrecha

relación colaborativa con las instituciones de gobierno, en busca de la generación de diferentes iniciativas de trabajo.

Estudios previos<sup>2</sup> hablan de una institucionalidad actual del sector agropecuario y pesquero con funcionamientos de característica sectorial y centralizada, que establece mecanismos de apoyo a sus beneficiarios por medio de instrumentos que requieren de una revisión integral y de un análisis respecto a sus mecanismos de coordinación tanto vertical como horizontal. Esta revisión se fundamenta en la necesidad de fomentar el desarrollo del canal alimentario tradicional, donde son partícipes múltiples actores, con diferentes objetivos, pero con una meta común: contribuir a una justa y sana alimentación de la población.

A partir de un trabajo realizado en el marco del proyecto de cooperación técnica (PCT) FAO/MINAGRI/ASOF *Fortalecimiento de la Competitividad Agroalimentaria y Pesquera de las Ferias Libres*, se pudo determinar la necesidad de ampliar la mirada sectorial presente, incorporando a todos los actores del canal alimentario. Si bien el sector feria libre es uno de los que permite un mejor acceso a productos alimenticios sanos y de buena calidad para la población (FAO, 2014)<sup>3</sup>, se hace necesaria la incorporación de todos los actores relevantes que son parte del canal.

Es en este sentido donde la institucionalidad que respalda y promueve acciones para una mejor alimentación, requiere de un análisis más exhaustivo. Es así como un diagnóstico de las iniciativas (políticas, programas, estrategias y proyectos) llevadas adelante por el Estado se hace necesario, pero bajo nuevos conceptos de análisis.

El PCT, mencionado anteriormente, logró establecer ciertas variables que el canal alimentario tradicional considera esenciales para su desarrollo. Entre ellas se pueden mencionar: fortalecimiento comercial; desarrollo organizacional y gremial; calidad de vida; aspectos legales; ordenación territorial; políticas públicas e institucionalidad. A partir de estas variables, el estudio ahondará en su significancia y acciones contenidas en ellas.

Al contar con actores de múltiples orígenes, el canal tradicional presenta una amplia y diversa interacción con las instituciones gubernamentales. Si bien existe una amplia gama de programas y proyectos que fomentan el accionar de los propios actores del canal, ésta requiere ser revisada, determinando cuáles de ellos se encuentran focalizados en la

---

<sup>2</sup> Ostrom. (2005). *Understanding Institutional Diversity* Princeton University Press, 2009. 376 páginas; FAO. (2009). *La institucionalidad agropecuaria para América Latina y el Caribe*. Ed. Piñeiro.

<sup>3</sup> Proyecto de Cooperación Técnica 3303. *Fortalecimiento de la Competitividad Agroalimentaria y Pesquera de las Ferias Libres*

demanda social expresada en las variables recientemente mencionadas. De esta forma, el análisis de la oferta institucional y su información, fueron relevados desde los organismos públicos, analizando su ámbito de acción, alcance, pertinencia y objetivos a lograr, entre otros.

El mecanismo de recolección de información empleado, considero una revisión de información secundaria, y por medio de entrevistas, en aquellos casos que requiera un mayor análisis, debido a la importancia que pueda tener dicho instrumento para el sector/canal. Asimismo, se realizó un levantamiento de demandas desde los propios actores durante los talleres participativos realizados. Las variables preliminares a abordar en el análisis de la oferta pública se presentan en [Tabla 3](#).

*Tabla 3: Listado de iniciativas públicas y sus mecanismos de acción para el desarrollo del canal.*

Instrumento/ Institución	Variable principal	Líneas de acción	Objetivos	Alcance	Ámbito	Impacto	Percepción
Instrumento 1							
Instrumento 2							
Instrumento n							

A partir del levantamiento de iniciativas realizado y de la identificación de sus mecanismos de acción, se realizó un análisis integral del impacto que tales iniciativas han tenido a favor del desarrollo del canal. Este análisis se realizó de forma cualitativa, a partir de las variables identificadas, y de forma participativa con todos los actores involucrados en el canal, vale decir, desde el primer nivel de involucramiento hasta el tercero (definidos inicialmente en el esquema de trabajo). Esta acción permitió integrar diferentes perspectivas y valoraciones al impacto que las iniciativas han tenido en los diferentes actores del canal. Este análisis permitió sentar las bases para una propuesta de acción de política pública, que se sustente tanto en el accionar sectorial de las instituciones, como de forma integral y coordinada, beneficiando al canal en su conjunto.

El informe contiene una evaluación de la oferta institucional, basada en el análisis de dicha oferta, pero estableciendo un nuevo estado deseado de políticas, el cual se sustentó en la información levantada desde los talleres y el trabajo realizado de forma

coordinada con los actores de primer, segundo y tercer nivel de involucramiento en el estudio.

Es así como el informe tendrá elementos de diagnóstico global del canal, pero con la consecuente identificación de las brechas institucionales para alcanzar un mejor desarrollo, tanto del canal integro, como también de sus respectivos actores.

Se elaboró una matriz con los diferentes instrumentos públicos, estableciendo un mayor detalle en aquellos en los que se observó una evidente sustancial injerencia en el desarrollo del canal. Para esto, se elaboró de una ficha con la información propia del instrumento a detallar y sus acciones/efectos en el canal alimentario y sus actores.

Posteriormente, y a partir de esta identificación y validación, se entregan recomendaciones de una nueva política pública institucional, incluyendo mecanismos de acción recomendados para su ejecución, generando un nuevo producto a incorporar como resultado de este estudio ([Figura 3](#)).

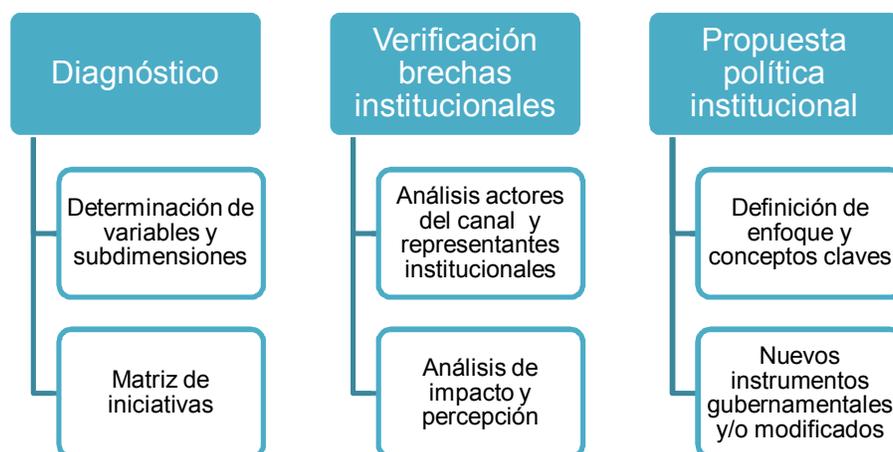


Figura 3: Esquema metodológico producto 5

f.- Metodología asociada al producto 6:

*Cartera de proyectos y actividades vinculando actores e instituciones relacionadas al canal tradicional con instrumentos de apoyo.*

En el desarrollo de este producto se tomó en consideración el hecho de que actualmente no existe una política pública específicamente orientada al desarrollo del canal alimentario agrícola y pesquero tradicional propiamente tal<sup>4</sup>, sino que existe un conjunto de acciones sectoriales por parte de diversas instituciones públicas, relacionadas con determinados actores del canal, que responden a normativas y objetivos propios de cada institución y que realizan aportes, sin mayor interacción entre sí, o sin pleno conocimiento de lo que otras instituciones están realizando en similares aspectos.

La metodología para la conformación de una cartera de proyectos y actividades, que vincule a actores e instituciones con instrumentos de apoyo, se estructuró sobre la base de los siguientes componentes:

- i. Identificación de aquellas instituciones públicas que se relacionan con el canal tradicional en la actualidad.
- ii. Identificación de proyectos, estudios e iniciativas de instituciones como municipios – corporaciones privadas de derecho público, universidades, corporaciones de derecho público vinculadas al canal tradicional.
- iii. Análisis de los diversos mecanismos de relación y funcionamiento acorde a territorialidad, historia previa, niveles de organización, normativas e hitos críticos vinculados a las brechas existentes.
- iv. Sistematización de instrumentos públicos existentes para abordar hitos críticos del sector.
- v. Evaluación de las capacidades en la institucionalidad pública para asumir la integridad del canal considerando la existencia de normativas y objetivos propios.
- vi. Evaluación de la experiencia de las instancias de trabajo público-privadas o proyectos de cooperación como el Proyecto de Cooperación Técnica, PCT, FAO-ODEPA-ASOF<sup>5</sup>, por su aporte a una concepción integral del canal alimentario agrícola y pesquero tradicional.
- vii. Confección de una propuesta preliminar de Proyecto de Acción para el cierre de brechas y desarrollo del canal tradicional para su revisión por parte de la institucionalidad vinculada al canal tradicional.

Con la información se confeccionó una matriz con la información base de cada institución pública, vinculada a variables iniciales, que considerará objetivos estratégicos, líneas de acción, proyecto y/o iniciativas, actores vinculados, períodos de ejecución. Esta matriz

<sup>4</sup> Urgen Políticas Públicas para la Alimentación Sana de los Chilenos, que consideren el Canal Agroalimentario y Pesquero Tradicional. Documento a Dra. Michelle Bachelet. 30.09.2013

<sup>5</sup> PCT, Proyecto de Fortalecimiento de la Competitividad Agropesquera Alimentaria de las Ferias Libres, 2011-2013

tomó en consideración las actividades en curso, las planificadas para 2016 en adelante y otras que estén en discusión hasta el 2018 ([Tabla 4](#))

*Tabla 4: Propuesta de Matriz para la confección de una cartera de proyectos*

Objetivo Estratégico	Líneas de acción	Proyecto – Iniciativas	Actores involucrados	Plazos – Productos
Objetivo 1				
Objetivo 2				
Objetivo n				

La matriz de resultados preliminares fue contrastada mediante entrevistas con informantes calificados para precisar hitos críticos principales en las brechas existentes, apreciación sobre los programas existentes en las instituciones públicas y los aportes propios en la reducción o superación de esas brechas.

Principal atención recayó sobre la “variable principal”, que fue estimada a partir del enfoque u objetivo principal del instrumento estudiado, así como también del alcance que estuvo presente. A partir de este análisis, se examinaron tres enfoques de acción del instrumento: i) fomento a la actividad productiva sectorial; ii) mecanismos de apoyo a la comercialización; y iii) fomento al desarrollo del canal. Esta caracterización se realizó principalmente por el origen de los actores y las relaciones potenciales a beneficiar, consideradas en los programas institucionales.

Especial atención se puso en aquellos instrumentos que fomentan el fortalecimiento organizacional, los cuales tendrán un análisis particular en base al desarrollo y/o temática a abordar por dichos programas, debido a su presencia transversal en todos los actores. Estos elementos de fortalecimiento se consideraron centrales al momento de definir actividades que apunten a la promoción del desarrollo del canal. La presencia de más de uno de ellos en el alcance del instrumento, determinó el enfoque bajo el cual ha sido concebido el instrumento ([Tabla 5](#)).

*Tabla 5: Marco análisis de instrumentos públicos*

<b>Grupos beneficiarios</b>	<b>Alcance del instrumento</b>
Productor/extractor, comerciante y consumidores	Instrumento que beneficia al canal
Productor/extractor y comerciante	Instrumento que mejora la comercialización
Productor/extractor y consumidores	Instrumento que mejora la comercialización
Consumidores y comerciantes	Instrumento que mejora la comercialización
Productor/extractor o comerciante o consumidores	Instrumento de fomento

Una vez completado el levantamiento de instrumentos, se ahondó de manera especial en aquellos instrumentos de mayor relevancia para el canal y sus actores, entregando un breve detalle de sus lineamientos y acciones institucionales. Junto a esto, se destacaron acciones institucionales que dirigen sus esfuerzos en la promoción de una alimentación sana, opciones de mejoras en la relación de los actores del canal y en acciones de fomento a través de sus objetivos programáticos.

Como se ha dicho anteriormente, el análisis se realizó a partir de la consideración de que la composición del canal cuenta con actores que provienen del sector pesquero artesanal, pequeña agricultura - hasta mediana que atiende al mercado interno -, comerciantes minoristas, centrales mayoristas, y consumidores.

El análisis institucional consideró un levantamiento general de los instrumentos públicos disponibles para el canal en su conjunto, como también para sus actores. Si bien existe un número importante de instrumentos sectoriales que apoyan la labor de fomento de todos los sectores involucrados en el canal, sólo se considerarán aquellos instrumentos que tendrían una vocación comercial y/o de encadenamiento entre los actores.

Este levantamiento recayó sobre aquellas instituciones identificadas como las que tienen una mayor cercanía o trabajo directo con los actores del canal, vale decir: Ministerio de Agricultura y sus agencias: ODEPA, INDAP, ACHIPIA, FIA, INIA; Ministerio de Economía a través de SERCOTEC, CORFO, SUBPESCA, SENCE. Por su parte, también se realizará un análisis posterior a las intervenciones de apoyo que realizan el Ministerio de Salud, a través de su Departamento de Nutrición y Alimentos y, el Ministerio de Desarrollo Social por medio de FOSIS y del programa Elige Vivir Sano.

## **IV.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **A.- INFORME DE REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA Y DIAGNÓSTICO DEL CANAL.**

#### **1.- Antecedentes generales**

##### *Cambios en los paradigmas alimentarios*

La apertura comercial experimentada por Chile ha modificado el foco que presentaba hasta entonces la agricultura nacional, pasando desde tener un rol relevante como sector responsable de la alimentación nacional, a una actividad enfocada en proveer de alimentos a un mercado global (CEPAL, 2014). Este cambio de paradigma hacia una agricultura entendida como sector proveedor de mercados extranjeros, años más tarde sería reivindicada a través de la política en torno a “Chile Potencia Alimentaria y Forestal”, sustentada en una agricultura comercial, regulada por los mercados internacionales y un importante número de tratados de libre comercio, lo que permitió posicionar a Chile como un importante productor hortofrutícola, aunque en desmedro del mercado nacional y del consumo local de dichos productos de calidad exportable.

Por otra parte, la consolidación en Chile de las tendencias globales, como la expansión del canal “supermercado” o “*retail*” y su impacto en el sector agroalimentario, se presenta como un hecho altamente relevante para el sistema agroalimentario en el último decenio, esto debido a su influencia sobre la demanda y los hábitos de consumo alimentarios de la población, así como por sus efectos en los eslabones primarios, productivos y extractivos, de la cadena alimentaria. Este escenario, en varios casos, ha sido considerado como un factor competitivo desigual con los canales comerciales tradicionales de la misma cadena comercial alimentaria (ODEPA – RIMISP, 2002).

Desde el punto de vista de la alimentación de las personas, “los cambios en la composición de las dietas y el aumento del consumo de alimentos elaborados son el resultado de la evolución de los estilos de vida y la rápida expansión de los establecimientos de comida rápida y de las cadenas de supermercados” (FAO, 2004). Es así como se comenzaron a instalar en la población, hábitos alimenticios considerados como negativos, lo que generalmente desemboca en el desarrollo de estilos de vida poco saludables y en la mayoría de los casos, alejados de la riqueza y variedad productiva que el propio país ha ido destacando, pero desde la vereda comercial.

De acuerdo a información generada a partir de la Encuesta Nacional de Salud 2009-2010, elaborada por el Ministerio de Salud MINSAL, el 39,3% de la población chilena sufre de sobrepeso, mientras que el 25,1% alcanza la obesidad y el 2,3% llega a la obesidad mórbida, a partir de lo cual, el 66,7% de la población nacional presenta algún grado de problemas en su salud, relacionados a la mala alimentación y hábitos no saludables.

En relación al consumo de alimentos, según los datos de la Encuesta de Presupuesto Familiar de INE para el año 2007, el gasto en alimentos y bebidas ocupa el segundo lugar en el promedio nacional de hogares (22,5%) siendo transportes y comunicación el primero (22,7%), situación inédita desde el inicio de esta medición en 1957. Los resultados de la encuesta, junto con mostrar el decrecimiento porcentual de los alimentos, también muestra cambios en la composición de ese gasto, por cuanto solo el 17% del gasto de los hogares en alimentos y bebidas se destina a frutas, verduras, tubérculos y pescado (lo que corresponde al 4% del gasto total).

En el estudio de la evolución de ingresos y gastos de INE 1997-2007, se señala que los alimentos sanos son “los perdedores en la prioridad del gasto”, y sólo se destaca el crecimiento del gasto en los almuerzos fuera del hogar, las gaseosas, el consumo de pollo, los embutidos, los quesos, la leche, las tortas, las papas, el yogurt, los alimentos para animales, y los platos preparados (CODEMA, 2015).

Diferentes agencias internacionales, como FAO y la OPS/OMS, han destacado que uno de los principales problemas para tener una población alimentada de forma saludable es el acceso a dichos alimentos. En este sentido es importante destacar que la población mundial, en especial aquella con menores recursos, presenta un acceso mucho más rápido y simple a alimentos procesados y de mala calidad nutricional, reemplazando en gran medida a aquellos producidos en huertas familiares y de mayor tamaño (CEPAL, 2014).

Junto a esto, el conocimiento desde los propios consumidores acerca de la procedencia de los alimentos que componen su alimentación diaria, es cada vez más limitado. Diversas leyes y normas de los propios países, así como también de organismos internacionales, han realizado intentos por promover acciones que permitan acceder a información sobre el origen y trazabilidad de los alimentos, encontrando fuertes resistencias en las empresas transnacionales que están detrás de tales producciones (CEPAL, 2014). Es aquí donde conceptos como soberanía alimentaria, mercados locales y más justos, cobran relevancia y son una emergente tendencia en los últimos años.

Es interesante distinguir el comportamiento alimentario entre los diferentes grupos socioeconómicos del país. Es sabido que la mayor proporción de las ferias se sitúan en los grupos de menor ingreso económico (FAO, 2013), siendo este grupo el que cuenta con una elasticidad ingreso-demanda bastante alta, es decir, ante cualquier variación de su poder adquisitivo, su demanda por alimentos varía, viéndose afectado su consumo de frutas y verduras. Por su parte, los sectores más acomodados, no ven afectado el referido consumo ante variaciones de sus ingresos, debido a que tienen sus necesidades alimenticias satisfechas. Un aumento en los ingresos no se reflejará en un mayor consumo de alimentos (Boitano, 2011).

### Comercialización a lo largo del canal

En Chile, la comercialización de productos agropecuarios y pesqueros han sido temas que recientemente se están abordando desde el aparato gubernamental. El país tiene un reconocimiento importante en el fomento productivo, sin embargo, la deuda está en la comercialización de dichos sectores. En el estudio realizado por ODEPA y RIMISP (2002), las recomendaciones se centraron en que *“las miles de micro y pequeñas empresas detallistas del sector alimentario, como ferias libres, verdulerías, carnicerías, almacenes de abarrotes, etc., cuyo destino, al igual que el sector de producción primaria, está irremediamente atado a su capacidad de adecuación a las nuevas condiciones en que se desarrolla la comercialización y el consumo de alimentos, deben constituir un objetivo de política pública, tanto por su gran capacidad de generar empleo, como por la necesidad de mantener condiciones reales de competencia en esos mercados. Los programas públicos debieran atender sus requerimientos de financiamiento, asistencia técnica y capacitación, orientados a mejorar la infraestructura y los servicios, sus tecnologías y capacidades de gestión empresarial, así como - en este ámbito muy relevante – estimular su formalización como empresas.”*

Del texto citado en párrafo anterior, se desprende que no existe por parte del estudio una recomendación mayor que enfatice la comercialización como nudo primordial a abordar por parte de las acciones públicas.

Tradicionalmente la comercialización se ha definido, de forma un tanto restrictiva, como “el conjunto de servicios que se necesitan para trasladar un producto (o materia prima) del lugar de producción al lugar de consumo” (ODEPA 2012, pp 2), no obstante, en la actualidad, esta definición queda bajo márgenes acotados en una realidad más compleja. Elementos de carácter económico, mercados competitivos, valor agregado, valores socio-

culturales, acceso a la información, entre otros, quedan fuera de tal definición, demostrando que la comercialización es un proceso no solo económico, sino también cultural. De manera adicional, el proceso comercial no sólo hace énfasis en la producción, sino también en los consumidores, destacando su rol cada vez más importante en la definición del modelo comercial.

Esta visión integral y de sistema sobre la producción y posterior comercialización de productos hortofrutícolas y pesqueros, resalta la importancia de la interdependencia entre los factores de la cadena comercial tradicional. Cualquier elemento de mejora en un actor, debe ser reflejado y visto de manera potencial en toda la cadena, fomentando así el accionar conjunto y coordinado de sus actores (Boitano, 2011).

En su ponencia durante el Seminario realizado el año 2013 por CEPAL, sobre la importancia de la comercialización a través de circuitos cortos, el representante de la Asociación Nacional de Ferias y Persas Libres, Sr. Héctor Tejada mencionaba:

*“Es necesario señalar que, en Chile, el Ministerio de Agricultura se preocupa de la puerta del predio hacia adentro y en la pesca, de la caleta pesquera hacia el mar. El espacio que está entre el productor y el consumidor —o sea la comercialización— está entregado, absolutamente, al mercado. La dispersión organizacional del sector productivo se agrava por el hecho de que muchos productores son también trabajadores temporarios en la agricultura, y por tanto, no tienen un criterio de desarrollo empresarial. Todo ello dificulta establecer una relación más directa entre productores y feriantes” (Héctor Tejada, seminario CEPAL, 2014; pp 94).*

Sólo en los últimos años el mercado interno es motivo de análisis e inicio de propuestas, para que los sectores agrícola y pesquero aporten a mercados más justos y eficientes. A pesar de esto, la FAO e INDAP (2014) reconocen que a nivel nacional un poco más del 50% de las frutas y verduras consumidas provienen de la agricultura familiar, siendo el 70% de ellas comercializadas a través del canal feria libre. Por su parte, el sector pesquero artesanal/productos frescos,) comercializa cerca del 35% de sus productos en este canal (FAO, 2014; USACH, 2008).

Los mercados locales históricamente han tenido una importancia sustancial en la alimentación de la población nacional. Las ferias libres son más que un espacio de intercambio comercial, sino que son puntos de encuentro y conocimiento (CEPAL, 2014), donde los saberes locales se transmiten de generación en generación, traspasando la

importancia del oficio que es la comercialización y el consecuente acercamiento a la población de alimentos más saludables.

La comercialización del mercado interno se realiza principalmente con productos de procedencia desde la agricultura familiar y pesca artesanal (FAO, 2014). La complejidad del sector, referida, entre otros aspectos, a la dispersión geográfica de la producción, la capacidad logística de los productores primarios y las condiciones de competencia en el mercado, no permiten una colocación rentable de sus productos en el mercado (ODEPA, 2012; pp 1).

Los instrumentos de apoyo para el sector muchas veces no abarcan la totalidad de las demandas provenientes desde los pescadores, sumándose a una institucionalidad dispersa respecto a los instrumentos públicos de apoyo (PUCV, 2013; p 1), de manera similar a lo que ocurre con las demandas de otros actores como la Agricultura Familiar Campesina y las Ferias Libres.

La visión de mercado de estos sectores primarios de comercialización y los agentes que comercializan dichos productos, presenta una orientación a la demanda, es decir a lo que el consumidor requiere. La comercialización es un proceso que se hace sostenible en el tiempo si cuenta con la correcta identificación de la demanda (Econometrics, 2012). Si bien ésta demanda es constante en el tiempo (frutas-verduras-pescados y mariscos), ésta sufre ciertas variaciones respecto al surgimiento de nuevos formatos de alimentos, elementos de trazabilidad y conocimiento por los procesos de producción de dichos alimentos, agregando exigencias por parte del consumidor.

Es así como los diferentes actores del canal ven en la comercialización un requerimiento de accionar conjunto, coordinado y eficiente, destacando la visión integral y de sistema que la comercialización de sus productos requieren (FAO, 2014). El canal tradicional ha estado presente en nuestra sociedad durante muchos años, confirmando y relevando su importancia en una sociedad que cada día busca y necesita de un mayor acceso a una alimentación sana y de calidad.

## **2.- El canal tradicional**

El denominado “Canal Agroalimentario Tradicional Agrícola y Pesquero”, involucra a sectores diversos como lo son la Agricultura Familiar y el de la Pesca Artesanal, cuya gravitación económica y social está fundamentada por el gran número de actores que participa del mismo. Junto a este sector productivo y extractivo, se encuentra un conjunto diversos de actores que representan la principal vía de comercialización de los productos hortofrutícolas de la agricultura familiar campesina y los productos frescos de los pescadores artesanales en el mercado interno, por la cantidad de empleos que genera y por su aporte a una alimentación saludable, especialmente en aquellos estratos socioeconómicos de menores ingresos. A este canal, se suman finalmente los consumidores que concurren a las variadas ferias libres a adquirir productos alimenticios frescos.

El Canal ha demostrado, además, ser parte del patrimonio cultural y un reservorio de la cultura local y tradiciones gastronómicas, asociadas a mejores hábitos alimenticios y de convivencia en la población (CODEMA, 2015), ya que es a través de este canal donde la pequeña y mediana agricultura realiza la comercialización de sus productos, principalmente por medio de la colocación de ellos en mercados mayoristas, intermediarios y ferias libres.

Además existe, aunque en menor medida, la venta por medio de supermercados, agroindustria y restaurantes (ODEPA, 2012; pp 1), sin embargo, existen importantes niveles de desconfianza entre los propios actores del canal, por falta de relaciones, experiencias negativas previas o, por el desconocimiento general de la forma en cómo operan sus distintos eslabones. Existe un reconocimiento del canal muy débil por parte de sus actores y de la importancia que este sector juega en la comercialización de alimentos.

La competitividad presente en los actores del canal tradicional, como también la del propio canal en su globalidad, se ha visto disminuida a lo largo de los últimos años respecto a otras instancias comerciales como lo son el “retail”, supermercados y mercados alimentarios mayoristas. Sin un diagnóstico claro que permita el reconocimiento de los problemas de competitividad de la cadena, se dificulta la creación de alianzas entre los actores del canal y también de una mayor representatividad territorial a lo largo del país (CODEMA, 2015).

Con respecto a estudios e investigación previa sobre las dinámicas, ya sean productivas, sociales y/o económicas, estos han sido muy escasos, razón por la cual que se tiene un

muy bajo conocimiento de la operatividad que presenta el canal en términos de eficiencia, logística y mercadeo en general (Boitano, 2011; pp 3).

Junto a estos elementos que complejizan el desarrollo del canal, es importante mencionar que sus actores presentan algunos problemas de carácter transversal y estratégicos, entre ellos se mencionan: la avanzada edad de gran parte de los actores del canal, el bajo nivel educacional y el escaso capital de trabajo con el que cuentan estos actores.

En el caso del sector agrícola, la situación problemática en torno a la escasez hídrica que afecta a gran parte del territorio, afecta sin duda su producción, especialmente a la AFC y con ello al abastecimiento del canal. En los casos más extremos, la disponibilidad de agua para consumo humano y para la agricultura se ha vuelto crítica en algunas comunas de la zona centro norte del país. Al mes de abril del año 2015, el Ministerio de Agricultura había decretado a 194 comunas de nueve regiones del país bajo Emergencia Agrícola por déficit hídrico. Además, a esta escasez del recurso, se suma la competencia por el uso de este, conflicto que se observa en muchas zonas agrícolas, especialmente con la minería, resultando en muchas ocasiones perjudicada la pequeña agricultura, por motivos de priorización por la rentabilidad del capital más que de rentabilidad social (CODEMA, 2015).

Por su parte, el sector de la pesca artesanal ha contado con un escaso desarrollo, presentando problemas relacionados a los procesos productivos mismos de la pesca y también aquellos que tienen relación con la institucionalidad. Estos últimos se centran en los instrumentos de fomento y bajo los cuales se rige la actividad de la pesca artesanal (PUCV, 2013).

Según CODEMA (2015), actualmente el canal tradicional ha mostrado una pérdida sostenida de posición de mercado frente al canal alternativo, representado por el retail integrado<sup>6</sup> (conformado principalmente por cadenas de supermercados y grandes tiendas), que ha capitalizado mejor, y también incidido, en los cambios de los hábitos y preferencias de los consumidores y se ha posicionado mejor en el desarrollo urbano actual.

El retail integrado tuvo un fuerte desarrollo a partir de la década de los noventa, con una fuerte estrategia de desarrollo inmobiliario, vinculado directamente con las empresas de este sector, y con una política de desarrollo urbano que lo favorece. Por el contrario, el

---

<sup>6</sup> El término fue utilizado por el H. Tribunal de Libre Competencia en la Resolución 24/2008, 1.6. Retail integrado y poder de mercado.

canal tradicional se ha mantenido estancado en sus espacios tradicionales, sin acceso al desarrollo urbano del país. Es así como de manera general se muestra el grado de complejidad que presenta el canal, ya sea tanto en su nivel completo e integral como también según cada actor. Es por esto que importa conocer qué es lo que está pasando en cada sector, rescatar la magnitud que tienen los actores del canal, la capacidad de generar sinergias y de poder contar con políticas públicas en beneficio de su sector, y por ende, del canal en su totalidad (Boitano, 2011; pp 2).

Un elemento de gran preocupación por los diferentes actores del canal, radica en el acceso y manejo de la información de mercado. Al ser este un mercado tradicional, basado muchas veces en la confianza, y que “juega” con las reglas del libre mercado liderado por las importantes cadenas de alimentación que entrega el retail, el canal se ve perjudicado ante una asimetría de información impactante, que no permite competir en igualdad de condiciones, ni generar capacidades competitivas acordes a las demandas actuales del mercado (ODEPA, 2011). En este sentido, este canal requiere de un cambio de fondo, que le permita pasar de un estado informal, a un canal agroalimentario tradicional organizado, con objetivos, propuestas de trabajo y de visibilidad de sus acciones, con elementos de identidad corporativa, que les permita ser actores primordiales e irremplazables en la alimentación segura de la población, no obstante, en la política pública no existe una mirada que considere al canal de manera integral, desde la producción primaria hasta el consumidor, y las iniciativas existentes apuntan a segmentos específicos y dificultan una mirada estratégica más general que fortalezca el Canal, considerando su dimensión económica y social, de manera de equilibrar su posición en el mercado respecto al canal del retail integrado (CODEMA, 2015).

Recién en el año 2006 se realizó el Taller del Canal Agroalimentario, con coordinaciones público – privadas, participando ODEPA, INDAP, SERCOTEC, ASOF-AG por las organizaciones feria libre, centrales mayoristas y representantes campesinos. Esa coordinación resolvió una Primera Agenda, que implicó la iniciativa de La Tierra a su Feria (2008), el desarrollo de Seminarios en Regiones como Canal Agroalimentario (2008), Estudios de ODEPA de Caracterización de las ferias libres como canal de comercialización en la RM (2008), Estudio de caracterización del canal feria para la distribución de productos hortofrutícolas en la V y VIII Regiones (2009) y un Convenio MINAGRI – ASOF (2008).

Tras ello, se realizó el Proyecto de Cooperación Técnica PCT de FAO/ASOF/ODEPA orientado a fortalecer las ferias libres para el mejoramiento de la competitividad del canal agropesquero alimentario (2011 – 2013). Un canal tradicional fortalecido, tanto como un sistema alimentario y por cada uno de sus actores, mejorará el acceso a la población a una alimentación sana y justa. Como lo describe Antonio Prado (CEPAL, FAO, OPS/OMS, 2014): *“Se trata, en definitiva, de crear innovaciones sociales alternativas a la racionalización industrial y mercantil de los bienes alimentarios, que permitan una circulación diferente de los bienes y de las informaciones asociadas, haciendo posible sociedades más sustentables, más justas y más integradas”* (p. 14).

### **3.- Composición del canal tradicional**

Existen algunas definiciones para el canal agroalimentario y pesquero desde diferentes perspectivas. Si bien la mayoría de ellas habla de la entrega de productos a consumidores, los enfoques utilizados y la inclusión de diferentes actores en ellas hacen diferir entre tales definiciones. Es así como la Universidad de Santiago (2008), y posteriormente Boitano (2011), ocupan la misma definición respecto al canal tradicional, estableciéndolo como aquel que *“está compuesto por los pequeños productores agrícolas, las centrales de abastecimiento y toda la red de intermediarios, comerciantes de ferias libres y otras formas menores de comercio al detalle (verdulería, fruterías, almacenes) y los consumidores, pertenecientes a diversos sectores socioeconómicos”*. Sin embargo, en esta definición no se incluye al sector pesquero artesanal como parte del canal, siendo que este sector si es parte del comercio tradicional que se da, por ejemplo, en las ferias libres y algunos mercados mayoristas.

Reconociendo esta deficiencia, CODEMA en el Artículo 4º de sus estatutos, propone como definición del canal al *“circuito constituido por un conjunto de personas naturales o jurídicas que participan en diferentes roles en el proceso de comercialización de productos agrícolas, pesqueros desde productores y pescadores hasta los consumidores finales y que tiene como uno de sus intermediarios comerciales principales a las ferias libres”*. A partir de esta definición, es donde se establecen elementos que caracterizan a un sistema dinámico de comercialización y que reconoce la diversidad de sus actores, mencionando la existencia de circuitos, productos agrícolas y pesqueros e intermediarios comerciales, siendo uno de ellos las ferias libres.

Este canal ha sido estudiado (RIMISP y ODEPA, 2002; USACH 2008; FAO, 2013), principalmente a partir de las características que entrega la comercialización en ferias

libres, destacando ciertas ventajas competitivas que presentaría respecto a otros mecanismos de comercialización de alimentos.

Entre estas ventajas se pueden mencionar:

- Mayor amplitud de la oferta, diferenciada en calidades y precios, lo que permite cubrir los requerimientos de distintos segmentos socioeconómicos;
- La condición “fresca” de los productos que se expenden(no han sido almacenados en frigoríficos);
- La cercanía y la atención personalizada;
- El fenómeno, según diversos observadores, también tiene un fundamento cultural.

El canal tradicional agroalimentario y pesquero se encuentra constituido por múltiples actores, de diferentes orígenes, sectores y con funciones diversas. Al estar establecidos dentro de un canal de comercialización, cada “eslabón” de esta cadena cuenta con funciones particulares que dependen y se relacionan entre ellos (Boitano, 2011). Es así como los actores del canal<sup>7</sup> pueden ser agrupados como:

- productores primarios: productores pequeños y pescadores artesanales;
- mayoristas: centrales de abastecimiento, intermediarios (de la pesca y agricultura) y terminales pesqueros;
- minoristas: ferias libres, verdulerías y pequeños almacenes;
- consumidores

Vale mencionar que estos grupos de actores, son aquellos que cumplen un rol importante y trascendental en el canal, es a través de ellos que se produce el intercambio comercial de alimentos en su forma mayoritaria. Es posible que existan otros pequeños grupos de actores, pero que no cuenten con un rol determinante como los expresados por este grupo y que por lo tanto queden fuera del análisis realizado por este estudio.

Con respecto a las funciones que cada actor o grupo de actores realiza como parte de este canal, Boitano (2011), define tres tipos de funciones, a saber: funciones de intercambio, que tienen relación con los procesos de compra y venta del producto; funciones físicas, relativas a la transferencia física o modificaciones de los productos; y funciones auxiliares, que son aquellas desarrolladas para el correcto cumplimiento de las otras funciones ya mencionadas. Se destaca, en el año 2013, la creación de la

---

<sup>7</sup> Estos actores serán descritos con mayor detalle, tanto en su definición como su accionar, en el siguiente capítulo de este estudio.

Corporación Observatorio del Mercado Alimentario, CODEMA, para el canal tradicional, la cual busca fortalecer el trabajo de los actores partícipes del canal tradicional alimentario, destacando la visión integral y coordinada en la producción y comercialización de alimentos provenientes de la agricultura familiar y pesca artesanal.

Corporación Observatorio del Mercado Alimentario (CODEMA)

Como se ha mencionado anteriormente, los principales actores del canal tradicional alimentario, representados por pescadores artesanales, agricultores familiares, comerciantes de ferias libres y representantes de organizaciones de consumidores, se unieron por primera vez en el país formando CODEMA. Esta corporación surge a partir de la necesidad de poder contar con una representatividad del sector tradicional que provee más del 50% de alimentos frescos (hortalizas y frutas) y poco más del 30% en pescados y mariscos frescos. Adicionalmente, esta primera construcción conjunta, ha contado con el respaldo del sector público, entre otros, por medio del Ministerio de Agricultura, Economía, Salud, Desarrollo Social, Subpesca, de organizaciones internacionales como FAO e IICA y la academia por medio de la Universidad de Santiago de Chile y la Universidad de Chile.

Es importante destacar que las organizaciones que han participado del estudio por medio de diferentes informantes clave, representan a los sectores pesqueros, agrícolas y de ferian a nivel nacional, por lo que en ellas se encuentra representada la visión de los diferentes territorios del país, contando con una mirada diversa y rica respecto a las realidades que se encuentran a lo largo y ancho del país. Esta corporación al contar ya con la legalidad correspondiente, ha definido y validado su misión, visión y objetivos de desarrollo, los cuales se describen a continuación:

*Misión: La Corporación tiene por misión fomentar el desarrollo sustentable del canal tradicional de alimentos de origen agropecuario y del mar, a través de facilitar el encuentro e intercambio de ideas y la generación y difusión de información, que permitan la circulación equitativa de alimentos saludables entre los integrantes de la agricultura familiar campesina, los pescadores artesanales y los consumidores, en formatos que respeten el espacio público de las ciudades, aporten a la convivencia social y mejoren la calidad de vida de los integrantes del canal.*

*Visión: Como institución pionera en la coordinación e integración de la cadena tradicional de alimentos nuestros esfuerzos se orientan a ser un referente tanto para integrantes de la agricultura familiar campesina, pescadores artesanales, feriantes y consumidores, como también, para instituciones y organizaciones públicas y privadas interesadas en promover el derecho a la alimentación saludable y segura de la población.*

**Respecto de los objetivos de esta Corporación, se encuentran los siguientes:**

- Promover y apoyar políticas públicas, normativas o iniciativas legales que garanticen el derecho a la alimentación saludable de la población y fortalezcan el desarrollo de cada uno de los integrantes que componen el Canal Tradicional Agroalimentario y Pesquero.
- Mejorar el acceso equitativo a hortalizas, frutas y productos del mar de calidad por parte de la población.
- Fortalecer la integración sustentable del mercado tradicional agro-pesquero.
- Generar y difundir información para todos los sectores del Canal.
- Educar a la población sobre el consumo de hortalizas, frutas y productos del mar.

**4.- Aporte económico, nutricional y social del canal tradicional**

Ya desde el año 2003, un informe conjunto de la FAO y la OMS, alertaba sobre los patrones de consumo que se presentaban en la población mundial moderna. En él se señala, según el Dr. Ricardo Uauy, “sobre la relación entre el régimen alimentario, la nutrición y la actividad física por una parte, y las enfermedades crónicas por otra”, haciendo hincapié en las consecuencias de una mala alimentación. A pesar de esto, un estudio realizado por INTA (2013), señala que en la actualidad se ha pasado desde una alimentación diversa en términos de alimentos y nutrientes a una que promueve el consumo de alimentos con una alta densidad energética. Es por esto que hoy en día, existe una población más informada que demanda alimentos de origen natural y que contengan elementos nutricionales saludables como los son las frutas y hortalizas.

El estudio de la FAO y la OMS, en ese entonces, ya recomendaba el aumento de la ingesta de frutas y hortalizas frescas, aumentando el consumo de nutrientes, vitaminas y

fibra para una mejor alimentación. Por ejemplo, en la actualidad existen mayores antecedentes sobre la importancia del consumo de fibra dietética, debido a que su déficit se asocia a problemas de salud, como enfermedades del colon y aquellas no transmisibles como la obesidad, diabetes, cardiovasculares, cáncer, entre otras; las cuales se presentan de manera importante en la sociedad actual (INTA, 2013). El desafío está en mejorar el acceso a estos alimentos por parte de la población más afectada por este tipo de enfermedades.

Hoy en día el principal punto de venta de alimentos frescos hortofrutícolas y pesqueros es la feria libre. Como se ha mencionado anteriormente, es aquí donde se concentra cerca del 50% de los pescados y mariscos frescos del país y el 70% de frutas y verduras (FAO, 2013). También junto con ser un lugar de intercambio comercial, las ferias libres son lugares que representan expresiones culturales propias, que traspasan generaciones. Es aquí donde se encuentra lo rural con lo urbano, sus actores y costumbres. Se dice que aproximadamente 2 millones de santiaguinos visitan las ferias libres cada fin de semana (USACH, 2008). Como otro actor relevante en la comercialización de alimentos hortofrutícolas del canal se encuentra Lo Valledor, mercado mayorista que acoge cerca del 85% de los productores de hortalizas del país (Boitano, 2011), siendo el lugar más importante de encuentro comercial entre agricultores y comerciantes (intermediarios y feriantes).

Con relación al sector de la pesca artesanal, este tiene diversas formas de comercialización y con una amplia gama de productos: pescados frescos, moluscos, crustáceos, entre otros. Sus principales vías de comercialización para productos frescos se establecen según la [Figura 4](#) (Econometrics, 2012).

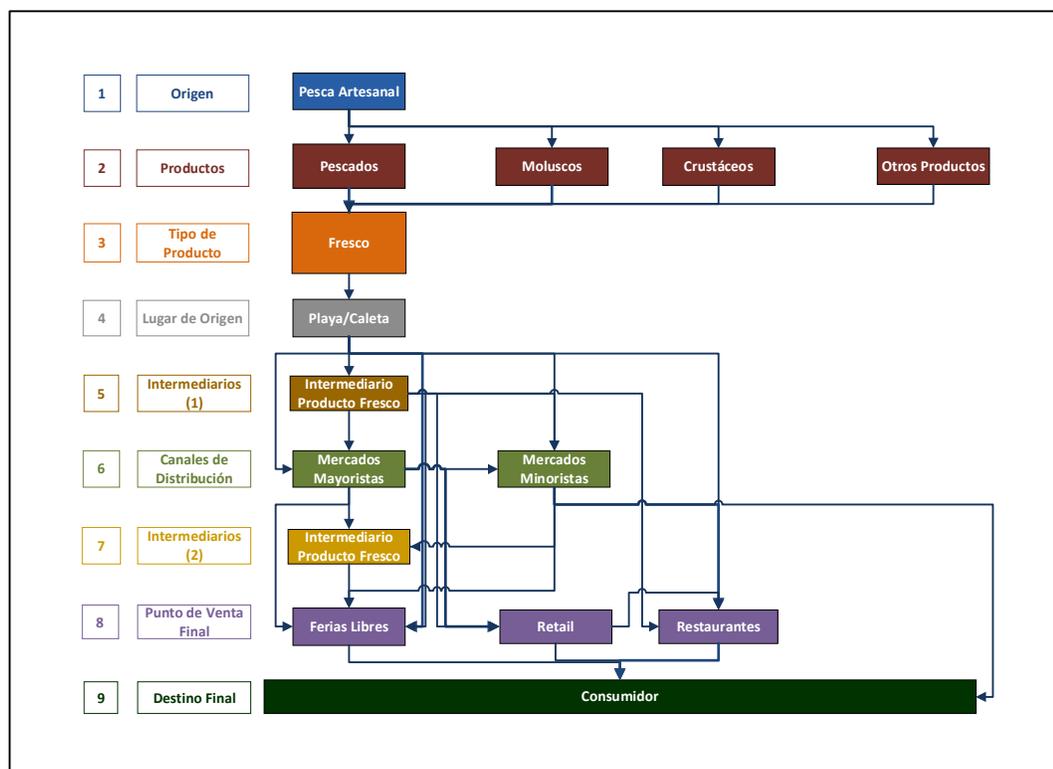


Figura 4: Circuitos de comercialización productos acuícolas frescos.

En lo que respecta al canal feria libre, el sector pesquero representa entre el 30% y 40% del consumo fresco aproximadamente, donde existen alrededor de 5.245 puestos de venta de pescados y mariscos, representando el 7,9% del total de puestos de todas las ferias libres del país. Sus productos representan 5.525,99 toneladas, equivalentes a \$41.615,4 millones en su valor de compra, y a \$72.811 millones en su valor de venta. Estos valores para la población chilena corresponden a \$24,8 de gasto diario per cápita y a 18,86 gramos de consumo diario per cápita. Al momento de calcular estos valores para un año completo, es decir 52 semanas, se tiene que en el rubro productos del mar se transan 11.972,9 toneladas, equivalentes a \$90.166,9 en su valor de compra y a \$157.757,2 en su valor de venta (FAO, 2014)<sup>8</sup>.

Una característica que se puede observar a nivel socio económico en los productores/extractores de menor escala, es la escasa incorporación de tecnología en sus procedimientos, así como también una importante asimetría de información respecto a sus competidores, disminuyendo (para este último caso) la capacidad de incorporarse a

<sup>8</sup> Para este rubro se analizaron 10 productos, estos son: Merluza (*Merluccius gayi*), Almeja (*Venus antiqua*), Chorito (*Mytilus chilensis*), Reineta (*Brama australis*), Cholga (*Aulacomya atra*), Congrio dorado (*Genypterus blacodes*), Surtido de mariscos, Jurel (*Trachurus murphyi*), Picoroco (*Austromegabalanus psittacus*) y Atún (*Thunnus spp.*).

mercados más justos. Junto a ello, presentan generalmente importantes costos de transacción, relacionados a la logística comercial principalmente (ODEPA, 2012).

En este mismo sentido, la capacidad organizativa que presentan las diferentes organizaciones de cada actor del canal se centra principalmente en las personas, más que en el propio capital. Esta característica muchas veces ha permitido la subsistencia de dichas organizaciones, resaltando el nivel de gestión, pero desde una perspectiva sociocultural más que económica financiera (Caro, 2015; pp 175). En este sentido, la organización del sector pesca artesanal destaca en su capacidad organizativa y de movilización a nivel nacional, en comparación a otros actores del canal.

En comparación con este sector productor/extractor, los comerciantes de ferias libres si cuentan con una estructura organizacional propensa hacia el desarrollo de proyectos comerciales y de mejoras para sus actores. Es así como un 60% de los feriantes declara haber sido parte de algún proyecto en su feria, ya sea de su propio puesto o como feria en su totalidad. Junto con este dato, la percepción sobre el trabajo que la organización representativa en feria debe tener, arroja que un 71% considera prioritario que sus representantes promuevan la participación y coordinación de proyectos para su sector (FAO, 2013).

Esta diferencia notable entre un sector productor/extractor y un representante comercial de la cadena, grafica la especialidad que cada actor dentro del canal posee. Esta “especialidad” se condice con las características sociales y culturales que los diferentes actores del canal poseen, demandando por un apoyo particular hacia sus acciones, pero a partir de una visión integral de canal comercial.

Por su parte, el sector hortícola del país, según antecedentes publicados por el INE (2010), comercializa sus productos principalmente en el mercado local, siendo su desarrollo principalmente en la zona central del país (Boitano, 2011; pp 26). A pesar de no superar el 50% de la producción de frutas que se comercializa en el mercado local y de sí presentar un mejor porcentaje en las hortalizas, la producción de ambos sectores a nivel nacional si se comercializa de forma importante, siendo las ferias libres el principal canal de comercialización de dichos productos.

El abastecimiento de sus productos hortofrutícolas por parte de los feriantes se realiza principalmente en la Central de Abastecimiento de Lo Valledor, alcanzando sobre el 70% de las preferencias de compra. Esto se ratifica con la apreciación de comerciantes de la central de acopio mayorista, que señalan a las ferias libres como principal adquirente de

sus productos” (Boitano, 2011). Según datos de USACH (2008), se estima que se compra y vende de manera semanal MM\$ 2457 y MM\$ 3745 respectivamente.

Los datos entregados anteriormente reflejan la importancia económica que presenta el sector a nivel comercial. A esto se suma que para cada fin de semana, se estima que cerca de 2 millones de personas visitan las ferias libres del país (Boitano, 2011). A pesar de esto, el crecimiento de las ferias libres muestran un estancamiento en los últimos años, esto se condice con el cada vez más poderoso sector del “retail”, que junto con la fuerte expansión urbana de los últimos años ha postergado de manera importante el posicionamiento del sector feria libre (USACH y ONG Espacio y Fomento, 2008, mencionado en Boitano, 2011).

Se estima que en el país existe un total de 75.244 opciones de venta para abastecerse de alimentos saludables, siendo un 65,7% correspondiente a hortalizas, 27,3% a frutas y un 7% para compra de pescados y mariscos, según se muestra en [Figura 5](#) (FAO, 2013).



Figura 5: Opciones de venta por rubro en ferias libres.

A partir de la estimación de la población chilena realizada por el INE en *Población país y regiones: Actualización población 2002-2012 y proyecciones 2013-2020*, Instituto Nacional de Estadísticas (INE), se pudo determinar el consume diario per cápita y el gasto diario per cápita para los productos frutas, hortalizas y productos del mar ([Tabla 6](#)).

Tabla 6: Consumo diario per cápita según tipo de producto

	Consumo en gramos	Gasto en \$
Frutas	205,4	\$ 95,3
Hortalizas	275,7	\$ 126,1
Productos del Mar	18,86	\$ 24,8
Total	499,96	\$ 246,2

Fuente: FAO, 2014. Informe de precios y volúmenes transados en ferias libres.

Con respecto a los valores de transacción correspondiente a los rubros de frutas, verduras y productos del mar, se obtiene que: i) para el rubro frutas se transan 130.425,2 toneladas, equivalentes a \$379.958 MM en su valor de compra y a \$604.939,9 MM en su valor de venta; ii) para el rubro hortalizas se transan 175.078,4 toneladas, equivalentes a \$394.326,01 MM en su valor de compra y a \$662.807,17 MM en su valor de venta; y iii) para el rubro productos del mar se transan 11.972,9 toneladas, equivalentes a \$90.166,9 MM en su valor de compra y a \$157.757,2 MM en su valor de venta (FAO, 2014).

Según un estudio realizado por FAO, sobre la percepción de consumidores respecto de las ferias libres<sup>9</sup>, se destaca que los clientes las prefieren porque son vistas como un beneficio para la comunidad, donde no solo se encuentran alimentos sanos, sino también es un encuentro social y cultural propio de su localidad.

La feria no solo juega un rol comercial importante en el acceso a alimentos sanos, sino también cuenta con una importancia social destacable. La mujer cada vez se hace más presente en las ferias libres, estimándose que por cada punto de venta en que el responsable es un hombre, hay 0,7 puntos donde son mujeres, representando a un total de 38.143 hombres comerciantes y 28.372 comerciantes mujeres (FAO, 2013).

A nivel de empleo, las ferias generan un total de 196.712 jornadas de trabajo en la semana, siendo 127.474 de carácter permanente y 69.273 jornadas adicionales para el fin de semana. De estos un 57,4% corresponden a jornadas de hombres, mientras que un 42,6% representan al trabajo realizado por mujeres (FAO, 2013).

<sup>9</sup> FAO, 2013. Percepción de los consumidores de frutas, hortalizas, pescados y mariscos, respecto a "ferias libres". Proyecto Fortalecimiento de la Competitividad agro alimentaria y pesquera en ferias libres. Santiago. Chile.

Con estos antecedentes, se puede estimar que cada punto de venta considerado en este estudio genera diariamente 2,0 fuentes de trabajo excluyendo al dueño/a y, al considerar a los dueño/as este valor llega a 3,0. Según los datos entregados en la encuesta CASEN 2004, las microempresas con menos de 5 trabajadores generan 2.457.470 empleos, de las que las ferias representan el 8%” (FAO, 2013; P. 28).

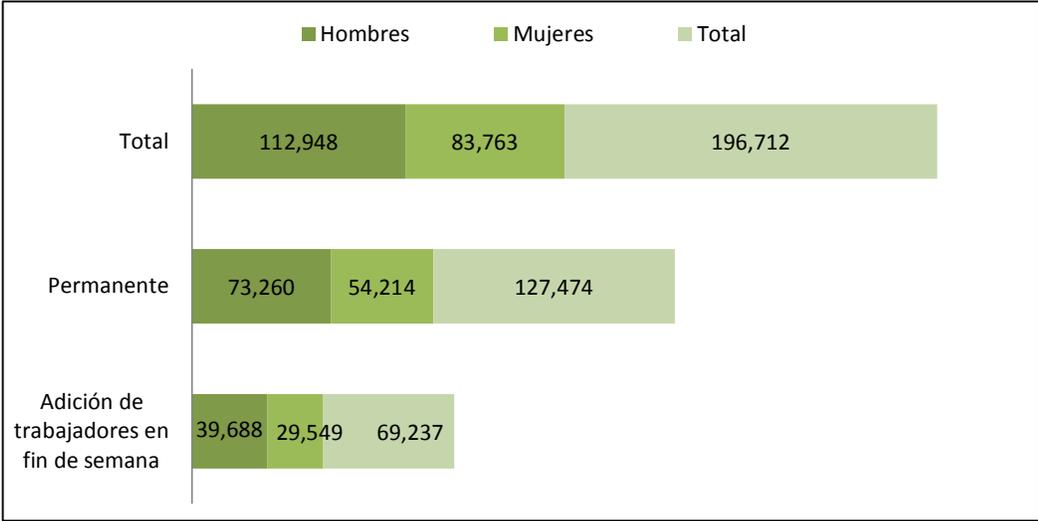


Figura 6: Jornadas de trabajo por sexo.

**5.- El Canal en el Marco Institucional**

El Canal Alimentario Tradicional Agrícola y Pesquero, como se ha presentado a lo largo de este estudio, es un sector productivo cuya gravitación económica y social está ampliamente fundamentada. No tan solo por el gran número de microempresarios que participa del mismo, sino también porque representa la principal vía de comercialización de los productos hortofrutícolas de la agricultura familiar campesina y los productos frescos de los pescadores artesanales en el mercado interno, generando una importante cantidad de empleos y por el aporte en el acceso de la población por una alimentación saludable, de manera especial en los estratos socioeconómicos de menores ingresos.

A pesar de esta importancia que representa el Canal Tradicional, esta no se ha logrado ver fielmente representada en el desarrollo de la política pública en el país. Las características sectoriales y centralistas presentes en la institucionalidad nacional, han impedido un trabajo integral y común por parte de los actores que comprenden el canal tradicional. Si bien es justo mencionar que estas características de la institucionalidad no es exclusiva de Chile, sino más bien están presente en la mayoría de los países de

América Latina, esto no exime de una mayor atención por parte del Estado en dirigir mejor los esfuerzos hacia la inter-sectorialidad de los abordajes políticos.

Actualmente, el sector alimentario presenta un bajo desarrollo organizacional, especialmente a nivel de productores primarios agrícolas, lo que dificulta la interlocución con otros eslabones de la cadena y con el sector público. En este sentido y en base a los talleres de trabajo realizados en las regiones definidas en el proyecto, se logra recoger que existe una escasa visión de los propios actores del Canal como parte del mismo, lo que entre otros efectos, genera escasa confianza, individualismo y competencia (como “lucha” entre uno y otro). No se desarrolla una cultura general de relaciones mutuas de colaboración, y todo esto se traduce en una débil visión estratégica para su desarrollo.

A estos temas se suman problemas estratégicos que afectan el abastecimiento del Canal, entre estos se pueden mencionar, la alta edad de gran parte de los agricultores, pescadores y feriantes; el bajo nivel educacional; así como el escaso capital de trabajo con el que cuentan los actores. Por otra parte, existen deficiencias en infraestructura y capacidades logísticas que permitan un acceso equitativo a elementos fundamentales en la cadena productiva y económica, tales como almacenamientos, cadenas de frío, lugares de intercambio comercial, entre otros.

Por último es importante mencionar que el fomento, desde la propia institucionalidad, hacia los mercados de exportación, ha permitido el crecimiento de un sector de la industria alimentaria, estableciendo brechas importantes respecto al desarrollo del mercado interno y de sus principales proveedores. En este sentido, la institucionalidad se encuentra reformulando ciertos instrumentos y programas que van en apoyo al sector más desprotegido frente al mercado, generando acercamientos entre los diferentes actores del canal.

## **6.- Principales desafíos, nuevas demandas de la población**

Los datos entregados por el Ministerio de Salud el año 2010 respecto al estado de salud nutricional de la población chilena, según los cuales hoy en día existen 8,9 millones de chilenos con exceso de peso, 2,1 millones más que en el año 2003, y que corresponden al 67% de la población (esta cifra considera las personas con sobrepeso, obesidad y obesidad mórbida), reflejan el principal desafío que la sociedad y el Estado chileno presentan actualmente. Este desafío se hace más necesario cuando el país se encuentra en un escenario de crecimiento de la sociedad de consumo y del “retail” integrado, el cual

ha generado consecuencias negativas para la salud y los espacios de convivencia en las ciudades, incrementando, además, la desigualdad alimentaria en los segmentos de la población (CODEMA, 2015).

Según el reporte de vigilancia de enfermedades no transmisibles (ENT) del año 2011 elaborado por el Ministerio de Salud, “la población se perfila como sedentaria, con un bajo consumo de frutas y verduras y con importantes niveles de sobrepeso”, características que son factores de riesgo para ambos tipos de enfermedades. Y en las conclusiones se apoya el desarrollo de programas de prevención de los factores de riesgo, entre los que se menciona el bajo consumo de frutas y verduras, así como del sobrepeso y la obesidad, entre otros (CODEMA, 2015).

La importancia de contar con un canal alimentario tradicional fortalecido, eficiente y coordinado, es otro de los principales desafíos que el sector debe considerar. Boitano (2011), plantea la eficiencia como un factor fundamental y relevante. Asimismo establece que esta eficiencia debe ser definida de forma correcta, planteando para quien es importante dicha mejora en la eficiencia. El incremento de ingresos de los actores del canal o mejorar el acceso de la población nacional por una alimentación sana, parece ser una definición estratégica necesaria.

La inclusión de una mayor competitividad del canal tradicional respecto al sector “retail” requiere de conocer y manejar información relevante del mercado, tanto de las dinámicas comerciales del propio canal como también de los actores que componen el canal. Elementos como la fluctuación de precios y volúmenes comercializados y las tendencias por temporada, son algunos ejemplos de cómo el canal tradicional puede fortalecerse a partir de un correcto manejo de información (Econometrics, 2012).

La riqueza que entrega la diversidad de actores que se interrelacionan en el canal tradicional, requiere de poder potenciar esa multisectorialidad, actuando de manera interdisciplinaria e integrada. Se habla de una economía política, que es un nuevo modelo social asociado a la correlación de fuerzas entre estos diferentes actores sociales (CEPAL, 2014). Este nuevo modelo social requiere de un nuevo entendimiento para generar un fortalecimiento que haga más competitivo a los actores del canal tradicional, reconociendo su diversidad cultural como un factor enriquecedor del modelo alimentario.

El intercambio comercial de alimentos, a partir de actores tan importantes como la agricultura campesina y los pescadores artesanales, debe permitir un acceso justo y

equitativo para la población por dichos alimentos. En este sentido, la OMS recomienda planificar el territorio en busca de mejorar este acceso a alimentación sana.

Junto a ello, la creación de nuevas formas más justas de comercialización para los propios actores del canal se encuentran en desarrollo, es así como los llamados circuitos cortos o cadenas cortas de comercialización ya son una realidad en muchos territorios del país. Si bien son iniciativas que buscan una nueva forma de comercialización, más justa y equitativa, aún se requiere de definiciones políticas que apoyen y fomenten tales iniciativas, apoyando su sostenibilidad.

## **B.- ANÁLISIS DE LA NORMATIVA LEGAL**

En esta sección del estudio se sintetizan las normas legales vigentes, y en discusión, relacionadas con actores del canal, no existiendo norma legal que considere o haga referencia al canal agroalimentario y pesquero tradicional en su conjunto.

A la hora de identificar normas vigentes, se hace necesario, primeramente, hablar de las fuentes formales que componen nuestro ordenamiento jurídico, de tal manera que, de modo general, sea posible comprender y caracterizar lo que se busca identificar.

Nuestro ordenamiento jurídico está compuesto por un conjunto de normas que pretenden ordenar a quienes vivimos en esta sociedad, conminándonos a cumplir determinadas conductas (positivas o negativas), permitiendo, de esa forma, nuestra convivencia pacífica y resguardando nuestros legítimos derechos e intereses. En este ordenamiento, nos encontramos, por ejemplo, con normas de Derecho Público y de Derecho Privado, de Derecho Común y de Derecho Especial, entre otras clasificaciones. Luego, una enumeración jerárquica de estas fuentes formales, considera: a) Constitución Política de la República de Chile; b) Ley (Interpretativas de la Constitución, Orgánico-Constitucionales, de Quórum Calificado y, Comunes u Ordinarias); c) Tratados Internacionales; d) Decretos con Fuerza de Ley y Decretos Leyes; e) Reglamentos, Decretos e Instrucciones.

Adicionalmente, para los efectos del presente Estudio, es conveniente añadir a esta enumeración, y al análisis normativo, cualquier Acuerdo, Convenio, Protocolo u otro similar, ya sea de carácter internacional o nacional (público-privado), los Contratos,

Ordenanzas, Reglamentos, Instructivos y todo otro instrumento que formalmente propenda a organizar y regular al referido Canal y/o a sus Actores.

En nuestro ordenamiento jurídico no se contemplan normas específicas relativas a este Canal, considerado como tal, sin embargo, al analizar y comprobar la ausencia de normativa que considere y se refiera al Canal en su conjunto, es posible detectar una serie de elementos, actividades, derechos y desafíos, referidos al quehacer y desarrollo individual de cada Actor que es parte de él, los que son comunes a todos, o algunos de ellos, traducándose esto último en un indicador concreto sobre la importancia y necesidad de regular unificadamente dichas temáticas comunes. Así, podrá otorgarse al Canal, y consecuentemente, a cada sector que lo compone, herramientas legales que permitan un desarrollo integral y coherente con la actividad conjunta y los beneficios que reportan en su relación con nuestra sociedad, considerando no sólo su importancia como sector productivo, o su dimensión económico-social, sino que también el aporte a la alimentación sana de la población, en su rol de ser la principal vía de comercialización de los productos hortofrutícolas y pesqueros hacia el mercado interno.

En esta sección se realizó un estudio de las principales brechas normativas que podrían aplicar e este Canal. Las características específicas de la normativa que se aplica al funcionamiento de los actores del canal, se describe en el Anexo 2 del presente estudio.

### **1.- Principales brechas normativas transversales (o comunes entre actores del Canal).**

#### *Falta de normativa con visión de canal*

Diversos estudios dan cuenta, en nuestro país, del valor y la importancia que tienen los alimentos agrícolas y del mar, que principalmente se comercializan en las Ferias Libres, para la seguridad/soberanía alimentaria y para una mejor salud de la población. La alimentación sana debe consagrarse como un derecho, y por tanto debiesen existir normas de respaldo a ello. A pesar de lo señalado, no existen normativas legales relacionadas al canal, ni medidas adoptadas en consideración al conjunto de actores de éste, que promuevan, entre otros asuntos, a que la población se alimente sanamente en base al mayor y mejor consumo de estos productos, incorporándolos en las dietas como alimentos esenciales. Las normativas enfocadas en el Canal darían unidad a todas las acciones, proyectos y programas vinculados a los actores en su conjunto, avanzando en criterios comunes que permitan subsanar esta brecha normativa existente.

Para facilitar el desarrollo de este Canal es importante que se puedan flexibilizar ciertas normas, ajustándolas a las realidades de las actividades de sus actores. Esta propuesta de flexibilidad, tiene que ver con que la normativa existente relacionada a los actores del canal, en lo principal, no está pensada o elaborada como una normativa específicamente desarrollada pensando en ellos, lo que a los actores de este canal les genera dificultades para su práctica o cumplimiento, especialmente dadas sus condiciones tan distintas como responsables de actividades, que por sí solas, son muchas veces vistas como “pequeña actividad”.

A modo de ejemplo, se pueden señalar casos prácticos en que este criterio de flexibilidad se ha empleado, por lo que la posibilidad de replicar dichos razonamientos en favor del desarrollo del Canal, y conjuntamente de los beneficios que ello implica a la población, se ven como una adecuada y posible herramienta para acortar brechas en lo normativo. Entre los casos prácticos destacan la modificación, a comienzos de este nuevo milenio, del Reglamento Sanitario de los Alimentos en su Artículo 74º, respecto a los requerimientos que deben cumplir los carros que se instalan en las Ferias Libres, o; la Resolución del Ministerio de Salud por medio de su comisión sobre el Reglamento Sanitario de los Alimentos respecto a la producción de Quesos en pequeña escala:

*“Si claro, ustedes saben que el reglamento sanitario de alimentos sufre modificaciones pero siempre está abierto a estudiar en base a evidencia, por supuesto, cualquier modificación del reglamento sanitario como bien dice, si se modificó todo lo que tiene ver con lo que expenden ferias libres, sabemos que no podemos exigir lo mismo a una planta salmonera que a una pequeña procesadora, hay bastantes experiencias entretenidas con eso, también las pequeñas lecherías, hubo un trabajo fuerte hace unos años también y hay un documento que explicita la producción de queso en pequeña escala, estamos muy abiertos a cualquier modificación o que sea basada en evidencia que por supuesto implique ser honesto con el riesgo mínimo al consumidor, no hay problema con ello.” Representante del Ministerio de Salud, Subsecretaría de Salud Pública, división de Políticas Públicas – Departamento de Nutrición y Alimentos / Inocuidad.*

### Baja incorporación de temas específicos

Otro ejemplo, es aquel relacionado al trabajo con los pueblos indígenas y la discusión para posibilitar una modificación al Reglamento Sanitario de los Alimentos y que los productos indígenas Mapuches (alimentos) puedan ser comercializados en su forma tradicional considerando características propias de su cultura. Se han presentado algunos reveses con la Contraloría General de la República, sin embargo la intención de la autoridad pública es que se pueda realizar, que se materialice el reconocimiento normativo a sus prácticas tradicionales.

El mercado interno en el cual actúa principalmente el canal alimentario agropesquero tradicional, a diferencia del mercado externo, ha tenido baja visibilidad y escaso desarrollo de normas que potencien su importante rol.

No existe formación académica para la generación de profesionales que actúen en el mercado interno y que aporten a una visión de desarrollo sustentable del canal alimentario agropesquero. Por ejemplo, la formación de los ingenieros agrónomos considera un elevado enfoque hacia el sector o negocio exportador, no para el mercado interno, ni menos para el canal alimentario agropesquero tradicional.

Existen brechas económico-sociales que exigen la consideración de normas para enfrentarlas, el envejecimiento de actores principales del canal – agricultores, pescadores artesanales, feriantes – y la necesidad de su relevo; la débil cobertura en su seguridad social, la no consideración de sus enfermedades profesionales, entre otras.

A lo anterior, debe sumarse una serie de brechas, que son comunes para algunos de los actores del canal agropesquero alimentario tradicional, las que sin tener una específica alusión normativa, pueden ser abordadas perfectamente por diferentes tipos de normas no necesariamente con rango de Ley (como podrían ser Decretos u otros) o por instrumentos que se circunscriban a una política mayor y que miren al canal en su conjunto. Por esto, al ser analizadas de manera integral, posiblemente resulte más simple afrontar las siguientes brechas comunes:

Defectuosa conectividad y su consecuente dificultad para comercializar los productos agrícolas y pesqueros. Esto les ocurre tanto a los pequeños productores agrícolas en el campo, como a los pescadores artesanales en puertos y caletas, especialmente en localidades más aisladas y con acentuación en los meses de invierno. Aquí debe considerarse la creación y/o mejoramiento de normativa relativa a infraestructuras

públicas de obras y viales, concesiones, fondos de inversión o proyectos de mejoramiento, entre otras.

Deficiencia en la infraestructura, lo que no permite generalmente cumplir con normas sanitarias. Lo anterior relacionado directamente a la necesidad de mayor capacitación y cumplimiento de buenas prácticas en estas materias. Estas deficiencias no apuntaladas normativamente dificultan, entre otros, el acopio, conservación, clasificación y demás acciones relativas a los actores de la pequeña agricultura o pescadores artesanales.

Baja participación en la cadena de valor del producto. Generalmente los predios y caletas alejadas de los centros urbanos, con dificultades de conectividad y sin una infraestructura adecuada, venden en sus mismos predios o caletas al mejor postor, a intermediarios, y a un precio bastante menor a lo que se podría considerar un justo precio. Claramente acá es conveniente modificar y fortalecer la normativa relativa a la asociatividad y a la creación de más y nuevas formas de comercialización para estos actores.

Institucionalidad de fomento con insuficiente inversión hacia el sector de la pequeña agricultura familiar, la pesca artesanal y las ferias libres. Esto se ve reflejado claramente en la dependencia de estos actores a los “anticipos”, financiamiento informal y/o al financiamiento previo con proveedores o intermediarios, que prácticamente los obligan a relacionarse con el proveedor que lo financió, debido a la imposibilidad de proveerse de capital de trabajo o inversión. Es muy importante para el desarrollo de estos sectores y del canal que se evalúen las normas que reglan a los actuales programas e instrumentos institucionales y avanzar concretamente en estas materias.

Deficitario nivel de profesionalización, insuficiente capacitación. Los pequeños agricultores, pescadores artesanales y feriantes son pequeños empresarios individuales que detentan una gran experiencia, pero una insuficiente preparación en materias específicas, o aspectos técnicos, relacionados a sus actividades, lo que en ocasiones, por ejemplo, les impide conocer y aplicar diferentes tecnologías o normas sanitarias, mejorar su administración y gestión de negocios, su asociatividad, entre otras herramientas. De todos modos, entre ellos, por gremio, existe un elevado nivel organizacional y es ahí donde deben fortalecerse para una mayor y mejor productividad y comercialización. En relación a esta brecha, se destaca una normativa vigente y en discusión su modificación, se trata de la Ley de Cooperativas, cuyos cambios principalmente buscan fomentar el desarrollo de estas organizaciones, minimizar los costos de administración, otorgar estabilidad patrimonial al sector, así como interpretar ciertos aspectos no clarificados en la

Ley vigente, flexibilizar los requisitos de constitución disminuyendo de 10 a 5 los socios para constituirlos, entre otros avances.

Aspectos normativos relativos a una disminución de esta brecha, son por ejemplo las normas contenidas en la Ley de Pesca o en el Anteproyecto de Ley de Ferias Libres, que crean, financian y promueven fondos de fomento, los que a su vez consideran a la capacitación dentro de sus principales finalidades.

Débil utilización de tecnología y redes digitales, en el acceso a internet y otras redes o elementos tecnológicos, esta es una brecha generalizada a la gran mayoría de los actores del canal.

Falta de acceso a nuevos mercados locales – ferias libres, campesinas, u otras formas – pues a pesar del fuerte crecimiento urbano y el agresivo crecimiento del retail integrado en las últimas dos décadas hay una fuerte asimetría entre el crecimiento de unidades del retail integrado, en relación a los mercados vinculados al canal alimentario agropesquero, que no crece. Faltan normas en el diseño urbano que aseguren la creación de mercados locales, para el acceso cercano al alimento fresco y sano, de la nueva población. Del mismo modo se requiere normar en el fomento de proyectos de turismo, gastronomía y otras actividades conexas que promuevan la alimentación sana y que apoyen el desarrollo de los actores y del canal.

Tanto en los sectores pesquero y de la agricultura se presentan contrastes sociales y productivos significativos, fundamentalmente explicados por la idiosincrasia de sus integrantes, seguramente una brecha difícil de resolver, sin embargo el resto de las brechas comunes señaladas, requieren ser analizadas en profundidad.

## **2.- Aspectos no abordados en la normativa vigente ni en la normativa actualmente en discusión o tramitación, por sector / actor:**

### a.- Brechas normativas Sector Agrícola Agricultura Familiar Campesina

- Es necesario normar para mejorar las políticas y planes – especialmente respecto a los niños y en los colegios (Decretos MINSAL/MINEDUC) – y así fomentar una mayor promoción del consumo de frutas y verduras, unido a más información sobre los beneficios para la salud de la población que dichos productos otorgan. Fomentando al consumo de alimentos o productos agrícolas se fortalece su principal canal de comercialización, como son las Ferias Libres.

- Mejoras en las políticas, planes e instrumentos hídricos, acompañados de una mayor educación en el uso eficiente de este recurso. Esta brecha se relaciona con la iniciativa en discusión actual sobre la inversión en el uso eficiente de los recursos hídricos del país, más eficiencia de los instrumentos y recursos que la Ley N° 18.450 le entrega a la Comisión Nacional de Riego – CNR - adecuando los procedimientos para facilitar el acceso de los pequeños agricultores a los beneficios de la Ley;
- Propender a más y mejores instrumentos que permitan fomentar la asociatividad, considerando la necesidad de elaborar normas que permitan destrabar procesos o trámites engorrosos al constituir o asociarse a figuras organizativas legales o con personalidad jurídica. En este sentido existen algunas iniciativas interesantes, como la futura elaboración de un Reglamento para el DL que rige a las Asociaciones Gremiales, o la recientemente opción de “transformar” cualquier organización que tenga personalidad jurídica vigente, y que persiga los mismos fines, en Asociación Gremial, normativa contenida en un Decreto Exento del Ministerio de Economía del año 2015, en la que, principalmente, Sindicatos de Trabajadores Independientes, Agrupaciones Funcionales y otras organizaciones que agrupan a muchos de los actores del canal, pueden transformarse en A.G. manteniendo su historia y su patrimonio.
- Elaborar normativas que permitan mejorar la oferta para estos actores del canal y así propender a un incremento en las compras públicas para el sector.
- Crear normas que fortalezcan el incentivo a la permanencia de las familias en el campo, para así asegurar más protección de los recursos del agro.
- Insuficiente seguridad laboral y seguridad social para los trabajadores rurales, del campo o temporeros y sus comunidades. Esta brecha se relaciona con la normativa actualmente en discusión sobre el Estatuto Laboral Agrícola (Estatuto del temporero y la actividad agrícola de temporada), y también con reformas al sistema laboral y previsional. A modo ejemplar, se destaca el avance que otorgará la Ley que establecerá prontamente la eliminación de la obligatoriedad del pago de la cotización previsional en AFP para poder acceder a los beneficios del Seguro Público de Salud.
- Falta de normativa que otorgue real apoyo y mayores facilidades en la regularización de títulos de dominio, ya que la irregularidad de los títulos constituye una barrera de entrada para acceder a beneficios formales del área, disminuyendo así el número de títulos irregulares. Todo lo anterior, considerando que la principal normativa existente al efecto, consiste en un Decreto Ley del año 1979.

- Insuficiencia en la reglamentación para el actual programa que pretende incentivar el mejoramiento de los suelos degradados, esta normativa está en actual discusión. Es importante considerar que el instrumento para la recuperación de suelos degradados cuenta con un sistema de gestión descentralizado amparado por Ley (N° 20.412 y su Reglamento), el que permite la participación de los agricultores en el sistema de toma de decisiones regional. Sin embargo, es necesario crear y/o fortalecer la normativa que fomente la práctica de toma de decisiones a nivel regional, la incorporación efectiva de los productores, y su vinculación con el nivel central.
- Elaboración y/o reestructuración de normativa que permita mayor flexibilidad en el acceso a capital y/o créditos – fuentes de financiamiento formales.
- Reglamentación que posibilite un mayor fomento a la capacitación técnica de los pequeños productores, como por ejemplo se ha avanzado en normativas relativas a los pescadores artesanales y en los proyectos para los feriantes. Del mismo modo, debiese asegurarse normativamente un mayor acercamiento de la investigación y la transferencia tecnológica a los pequeños productores.
- Normar considerando la necesidad e importancia de fomentar y fortalecer los circuitos cortos y nuevos mercados o formas de comercialización para los actores del canal.
- Propender por medio de normas a un mayor apoyo en la formalización para la elaboración de productos procesados, de tal manera que pueda aumentar su comercialización, lo que se traduce en un valor agregado y beneficios para los pequeños agricultores. Este apoyo normativo debe considerar el aspecto infraestructura, sanitario, capacitación, técnico, comercial, organizacional, entre otros.

*b.- Brechas normativas Sector Pesquero Pesca artesanal*

- Normar en consideración a propender hacia una mayor promoción del consumo de productos del mar, unido a la elaboración y difusión de más información sobre los beneficios para la salud de la población que dichos productos otorgan.
- Mejoras en la reglamentación relativa al monitoreo y acciones de mitigación en relación a las drásticas disminuciones en las cuotas extractivas en diversos productos, ya sea aplicando diversificación productiva o traslado a otras actividades, entre otras alternativas.
- Mayor control y fiscalización para proteger la sustentabilidad, normando firmemente en materias de repoblación, preservación y proyección de la pesca en el tiempo (recursos en peligro de extinción). En relación a esta brecha, se detallan las siguientes

normativas en discusión: Ley de acuicultura de pequeña escala: Pretende igualar las posibilidades para el acceso a la acuicultura, generando facilidades a las micro y pequeñas empresas y a los pescadores y pescadoras artesanales. Bonificación para el repoblamiento y cultivo de algas: Considera presupuesto y facilita el acceso al beneficio definido en el proyecto de la administración anterior, que estableció un sistema de bonificación por parte del Estado con el fin de aumentar la biomasa disponible de las algas de importancia ecológica y económica existente en el territorio nacional. Boletín 9151-21.

- Mejoras en la reglamentación relativa a las condiciones de seguridad laboral y seguridad social de los pescadores artesanales. Esta brecha se relaciona con la normativa actualmente en discusión sobre el Proyecto de Ley que regula el contrato a la parte entre armadores y tripulantes, asegurando para estos últimos su incorporación al sistema de pensiones y salud.
- Limitada asociatividad y colaboración que existe entre los actores de la cadena. En este sentido, por ejemplo, se debe avanzar en normativa que facilite y propenda no sólo a crear organizaciones formales, sino que también a que ellas, sus directivas y asociados sepan y puedan mantenerla vigente y sacarle provecho.
- Mejorar la normativa relacionada a la asistencia técnica y el apoyo financiero, que permita un mayor desarrollo económico y social de los pescadores artesanales y a sus infraestructuras y equipamiento.
- Normar para una titularidad concreta de los pescadores artesanales en la administración de las caletas pesqueras. En relación a esta brecha, se detalla la siguiente normativa en discusión: Regularización de Caletas Pesqueras: Proyecto que establece normas para el desarrollo integral y armónico de caletas pesqueras a nivel nacional y fija normas para su declaración y asignación: Busca dar a las organizaciones de pesca artesanal la titularidad de los espacios en donde realizan su actividad extractiva. Esto posibilita el establecimiento de mejoras en la infraestructura, de manera que puedan transformarse en áreas de desarrollo alternativo para el sector. Boletín 10063-21
- Adicionalmente a la Ley de Caletas, a la normativa relacionada a las caletas ubicadas en terrenos fiscales (Ley 20.062) y a la regulación actual sobre permisos y concesiones, es necesario que dichas normativas puedan considerar reformas que aporten al desarrollo y mejoramiento de la infraestructura portuaria y a las caletas, para apoyar concretamente las oportunidades de diversificación productiva, mejorando la

agregación de valor y la inocuidad alimentaria de los productos de la pesca artesanal. En complementación a lo anterior es conveniente normar para fomentar el aumento de los centros de desembarque de pesca artesanal con capacidades para certificación y control; Dotar a las caletas con potencial, de infraestructura turística, gastronómica o comercial; Dotar a las caletas que lo permitan, con plantas para pre-procesar recursos pesqueros.

- Generación de estrategias asociativas entre pescadores y empresas y la certificación de las competencias laborales del sector.
- Perfeccionar la reglamentación actual y fomentar la denominación de origen de productos del mar y la certificación de producto sustentable y con identidad local, regional o nacional.
- Es necesario fortalecer la regulación que actualmente permite generar acciones tendientes a mejorar las capacidades socio-productivas del sector, mediante la capacitación y fortalecimiento de la microempresa familiar.
- Propender a que los pescadores artesanales tengan las competencias para capturar los recursos que les permitan acreditar la sustentabilidad, y en el tema de innovación utilizar los modelos existentes para modelar repoblamiento de recursos marinos, mejorar artes de pesca y desarrollar alternativas en las áreas de manejo que permitan una producción estable y sustentable en el tiempo, para acceder a los mercados que requieren de productos bajo el concepto de sustentabilidad.
- Se requiere, vía normativa, un mayor impulso a los proyectos de investigación y así, por ejemplo, poder tomar mejores decisiones en la administración pesquera sustentable.
- Mejoras al Proyecto de Ley que crea el Instituto para el Desarrollo Sostenible de la Pesca Artesanal y Acuicultura de Pequeña Escala – INDESPA. Se reformula la propuesta ingresada al Congreso en la administración anterior, buscando mejorar el Instituto, dando cobertura nacional con presencia regional y entregando asistencia técnica directa, de manera de contribuir a mejorar la capacidad productiva y/o comercial de los sectores de la pesca artesanal y de la acuicultura de pequeña escala. Boletín 9689-21. De todos modos, igualmente hay materias o puntos débiles a subsanar en esta propuesta, tales como la escasa – o nula - participación de los pescadores artesanales en la toma de decisiones al interior de este Instituto, lo que contrasta con la participación real de los pescadores artesanales en otras instancias

como el directorio del Fondo de Fomento de la Pesca Artesanal (FFPA) cuyos representantes se eligen democráticamente. Se requiere con más fuerza que el Instituto promueva la asociatividad (Sindicatos, AG, Cooperativas, Federaciones y Confederaciones).

- Disminución de principales recursos pesqueros por los elevados niveles de explotación. Lo anterior implica una disminución en los ingresos de las organizaciones de pescadores artesanales, quienes además deben costear los estudios de seguimiento e invertir en vigilar el área de manejo durante la veda de los recursos. En rigor la brecha existente se traduce en la necesidad de un replanteamiento normativo en el enfoque de manejo, con el fin de evitar la disminución de las poblaciones naturales. Para lo anterior, podrían disminuir las tasas de captura, mejorar e intensificar el control de las extracciones ilegales, podría aumentarse el período entre cada cosecha con la finalidad de “dejar descansar” las áreas más debilitadas durante un período, también debiese mejorarse la calidad de los datos de captura a fin de poder mejorar el análisis pesquero y la toma de decisiones en el manejo respectivo y, que a su vez permita avanzar hacia la eco-certificación de los recursos pesqueros.
- Lo anterior se relaciona con la necesidad de propender a la obtención de mayores y más detallados antecedentes biológicos que incentiven el interés comercial respecto a recursos sub explotados o no explotados y que sean nichos atractivos comercialmente a nivel mundial. Esto podría contribuir a diversificar la producción y mejorar la comercialización.
- Ausencia de Políticas Regionales de Desarrollo Pesquero. Se plantea el imperativo de generar Políticas Regionales de Desarrollo Pesquero, que permitan orientar el esfuerzo de los centros de investigación regionales y garantizar el desarrollo, la diversificación y la preservación de los recursos bentónicos y pesqueros, así como también su comercialización bajo estrictas normas de control y fiscalización, considerando las diversas realidades que existen a lo largo del país.

### **3.- Brechas normativas Sector Mayoristas\_ Centrales de Abastecimiento.**

Las principales falencias normativas en este sector, dicen relación con su privatización en décadas pasadas (ver anexo), y la casi nula participación y responsabilidad pública en la gestión de las centrales de abastecimiento y terminales – a diferencia de toda América del Sur y de Europa – lo que genera brechas entre el interés público y el privado que es necesario considerar en las normativas orientadas a la seguridad alimentaria de la

población. Junto a lo anterior, cabe revisar cómo se califica el funcionamiento y la gestión en aquellas centrales no privatizadas y, al mismo tiempo, definir si correspondería y/o convendría, o no, una mayor incidencia estatal en este ámbito.

Además, es conveniente, y de interés de las propias centrales de abastecimiento y/o terminales, que se propenda a elaborar normas tendientes a facilitar una mayor transparencia y fiscalización del funcionamiento de estos espacios, de las formas en que administran los locales o patios que en ellos existen, mejorando así sus relaciones comerciales – con productores y compradores minoristas –, entre otros asuntos.

Superar estas brechas, también debiese implicar la elaboración de mecanismos legales que permitan que la preponderante regulación normativa de derecho privado que rige a este Sector, pudiese integrarse, relacionarse mejor y articuladamente con las políticas públicas y sus organismos respectivos, toda vez que este Sector es también un importante actor en las materias de seguridad y soberanía alimentaria, permitiendo una mejor alimentación y salud de la población.

Finalmente, igual cabe destacar de manera general, que hay brechas normativas que saldar en materias sanitarias / infraestructura, laborales / seguridad, entre otras.

#### **4.- Brechas normativas Sector Minoristas\_ Ferias Libres, Verdulerías y Almacenes.**

En este sector, principalmente las mayores brechas dicen relación con la falta de políticas y planes integrales de fomento, crecimiento y protección a estos mercados de comercialización. En este sentido, es indispensable analizar las ventajas y desventajas que de manera transversal en nuestra sociedad se generan al no fomentar el desarrollo del sector minorista como canal tradicional de comercialización de los productos agrícolas y pesqueros, en desmedro del crecimiento desmedido del retail integrado.

En el caso particular de las Ferias Libres, existen brechas históricas que se resumen en la necesidad de una norma con rango de Ley que regule de manera más eficiente y eficaz la creación, funcionamiento y administración de las Ferias Libres de nuestro país y, que de paso, que venga a “ordenar” las cientos de ordenanzas municipales referidas al funcionamiento de las Ferias Libres en cada comuna (de las que cuentan con este instrumento, ya que hay varias comunas que no poseen ordenanza ni reglamentación formal al respecto).

Contar con una norma sería un gran avance para un sector como las ferias libres, por su relevancia económica y como distribuidor de alimentos sanos y frescos. Este cuerpo legal

propio, debe establecer un marco institucional para su progreso y el desarrollo de políticas e instrumentos públicos hacia las Ferias Libres. El objetivo es que las Ferias sean una actividad económica y social más estable, moderna, mejor organizada e incorporada a los planes de desarrollo, fomento, capacitación y financiamiento.

En las Ferias Libres existen concretas circunstancias que deben regularse, y de manera muy clara lo ha señalado en Noviembre del año 2014 la Presidenta de la República Michelle Bachelet.

*Haciendo un compendio de su discurso en la inauguración del 3° Congreso Nacional de Ferias Libres*

*se pueden observar los aspectos de fondo aludidos por la Presidenta de la República, en frases tales como:*

*“...es necesario emparejar la cancha...” - “... espacio irremplazable...”, “...los Feriantes no se deben quedar atrás...” - “...empoderar a los Feriantes...” - “... que sean determinantes en las políticas públicas del sector...” - “... contar con una Ley representativa de las necesidades de los Feriantes...” - “...deben trabajar conjuntamente con los Municipios...” - “... la Ley es un paso necesario para terminar con las incertidumbres que cada año viven los Feriantes...”, entre otras.*

La inexistencia de normativa con rango legal en las Ferias Libres, justifica una serie de fundamentos que debiesen impulsar su elaboración, y aprobación, los que al mismo tiempo pueden ser considerados como brechas en los siguientes aspectos:

- i. - No contar con una normativa de rango legal debilita el desarrollo de la actividad, dificulta la promoción, consolidación y modernización de las Ferias Libres del país;
- ii. - Es indispensable conceder mayor estabilidad a la actividad (en relación a los espacios de trabajo o puestos de Feria) y a sus trabajadores, mediante el otorgamiento de concesiones de los espacios ubicados en BNUP o municipales, uniformando materias tales como la duración o plazo de las concesiones, las condiciones de creación, instalación, funcionamiento y traslado de las Ferias Libres, entre otras y que posibilite invertir en un bien que ya no es precario;
- iii. - Deben fortalecerse y perfeccionarse las relaciones con las autoridades municipales;
- iv. - Es preciso desarrollar a las ferias y a los feriantes, incorporándolos con mayor énfasis a planes nacionales de desarrollo, fomento, capacitación y financiamiento, asimilándolos a la calidad de micro o pequeños empresarios (A.G.);
- v. - Un adecuado desarrollo, también debe considerar el establecimiento de un modelo de organización y administración para las ferias libres y sus feriantes, que fortalezca la autogestión de la feria, su asociatividad empresarial, que permita ejercer armónicamente los derechos particulares de sus trabajadores con los asuntos de interés general de la feria, y una real contribución de los feriantes en las políticas y decisiones comunes.
- vi. - Es necesario considerar a las ferias libres en políticas públicas relacionadas en el desarrollo y crecimiento urbano, y en ello, velar por la creación de nuevas Ferias Libres.
- vii. - Lograr la conciencia y visualización de que esta iniciativa debe ir más allá de la defensa del gremio de los Feriantes, pues existen otros fundamentos importantísimos para normar con rango de Ley y dar así la debida regulación y protección a esta actividad: I) la incidencia de las Ferias Libres en la salud y economía de la población; II) su rol decisivo para el canal agroalimentario y pesquero tradicional; III) su aporte al empleo digno y masivo; entre otros elementos, como por ejemplo su contribución a la economía del país, y su valor patrimonial y cultural innegable.

Finalmente, una Ley podría solucionar, o al menos acortar la brecha relativa a los fondos existentes para el desarrollo de las ferias libres en nuestro país. La Ley debiese crear un Fondo para el Desarrollo de las Ferias Libres, estableciéndose ese ítem como una partida de recursos definitiva incorporada al presupuesto nacional, y no como un programa que inciertamente deba ser aprobado todos los años.

Es necesario crear un Registro Nacional de las Ferias Libres, que sea público y que entregue vital información estadística respecto a las ferias, ubicaciones, días de posturas, entre otros antecedentes.

Todas las medidas propuestas redundarán en un mejoramiento del canal completo, por ende, un positivo impacto en la calidad de vida de los chilenos, ya que uno de los principales aportes de esta cadena de distribución- compuesta por el pequeño agricultor, el pescador artesanal, centrales de abastecimiento, las ferias libres y los consumidores - es el proveer a la población de productos frescos y sanos, considerando que entre estos actores configuran el principal canal de la alimentación de los chilenos.

Estas brechas relativas a las Ferias Libres dicen relación con una normativa en discusión referente a una propuesta de Proyecto de Ley para impulsar el desarrollo y modernización de la actividad de los feriantes. Proyecto de ley que debiese ser presentado prontamente pasa su discusión en el Congreso Nacional. En él se establece un sistema de autorización, administración y funcionamiento de las ferias libres, y busca conciliar los derechos de los comerciantes con los espacios colectivos, además de dar mayor estabilidad a los feriantes en el desarrollo de su actividad. Crea un Fondo de Fomento a las Ferias Libres y un Consejo de Fomento, todo lo anterior, con el fin de impulsar el desarrollo y modernización de las ferias libres. Como consecuencia de la referida Ley, debiesen regularse y modificarse las Ordenanzas Municipales de Feria Libre a lo largo del país.

Respecto a los Almacenes y Verdulerías, desde el punto de vista normativo nos encontramos con la imperiosa necesidad de flexibilizar ciertas normas (como por ejemplo respecto a impuestos, horarios, fuentes de financiamiento, instrumentos de fomento, etc.), ajustándolas a las realidades de las actividades de Almaceneros y Verduleros.

Se propone aplicar criterios de flexibilización de ciertas normativas que los afectan, de tal manera que se permita salvaguardar este tipo de comercio que tiene una gran incidencia en lo alimentario, como en la relación social de la población. Al aplicar estos criterios y políticas de flexibilización, se podrá acortar las brechas existentes para estos actores, creando o adecuando normas específicas que no existen y, son necesarias para el desarrollo y fortalecimiento del Canal y, particularmente, de estos actores.

## **5.- Brechas normativas Consumidores**

En esta materia, y en relación con el Canal, es indispensable robustecer la institucionalidad relativa a la protección de los derechos del consumidor, fortaleciendo las organizaciones de consumidores y también las facultades del Servicio Nacional del Consumidor SERNAC, las que necesariamente deben considerar mayores potestades de fiscalización, posibilidad de multar, posibilidad de solicitar información, realizar investigaciones, emitir advertencias, publicar sanciones, en casos calificados suspender y/o clausurar lugares de venta, facultades normativas para elaborar, por ejemplo, circulares.

Justamente, en razón de la ausencia de las facultades señaladas en el párrafo anterior, es que se produce una de las principales brechas en esta materia, ya que la mayor parte de los consumidores que acuden al SERNAC se desmoralizan, ya que hay una inmensa diferencia entre lo que ellos creen que el SERNAC puede hacer y lo que realmente está facultado para hacer en su defensa. Adicionalmente es necesario potenciar las instancias de resolución de conflictos por la vía de la mediación (ya sean individuales y/o colectivas).

Otro aspecto a mejorar, es el referente a la información y educación en materias de consumo, de tal manera que la población pueda adoptar mejores determinaciones en estas materias. Es indispensable promover y perfeccionar la participación ciudadana en las diversas instancias relativas a las materias de consumo.

Se debe aumentar y crear nuevos fondos para potenciar a las asociaciones de consumidores. Paralelamente, es muy necesaria una mayor protección al consumidor en el ámbito financiero.

En relación a las brechas planteadas, existe actualmente una iniciativa legal en discusión, en calidad de Proyecto de Ley, que busca el fortalecimiento del SERNAC para dotarlo de mayores atribuciones, con las cuales podrá defender a los consumidores de manera más efectiva, y prever con mayor eficacia posibles violaciones a los derechos de los consumidores o prácticas abusivas, acorde con normas internacionales en la materia. Esta reforma busca otorgarle al servicio más atribuciones para poder defender de manera efectiva los derechos de los consumidores, y dejar de ser tan solo un mediador entre los afectados y las empresas. También destaca el carácter regional del Proyecto, ya que más del 80% de los recursos en la nueva Ley del SERNAC van destinados a regiones, donde hay brechas importantes por cerrar.

## C.- VISIÓN PARTICIPATIVA DE MEDIANO Y LARGO PLAZO PARA EL CANAL.

Para la construcción participativa de la visión del canal tradicional, el análisis y sistematización de la información se realizó mediante técnicas de facilitación gráfica y análisis cualitativo de datos textuales, obtenidos desde transcripciones de los talleres realizados con representantes de organizaciones nacionales y regionales. A partir de dichos datos, se construyó una visión de canal que recoge la visión de los diferentes actores que participaron de los talleres, la que fue contrastada mediante entrevistas a informantes calificados.

### 1.- Características del canal alimentario agrícola y pesquero tradicional

Al consultar sobre la visión que diferentes actores tendrían sobre la existencia de un canal alimentario agrícola y pesquero tradicional, los entrevistados reconocen, en primer lugar, la existencia de dicho canal, que es percibido como una cadena por medio de la cual fluyen alimentos, desde quienes los producen o los extraen, hasta los usuarios finales de dichos alimentos.

*...Para mí el canal agroalimentario tiene que ver con, a mi percepción, empieza desde el agricultor, él mueve la tierra, siembra la semillita, saca sus productos y llega al local de venta, eso para mí es la primera parte de lo que es la parte agrícola, después ya viene la parte comercialización que es como la segunda parte, pero también aquí hay un gran, vuelvo a repetir, como la primera respuesta que di en la primera intervención, que es como el desconocimiento que nosotros tenemos como personas o como comerciantes, hay un gran desconocimiento porque nosotros, vuelvo a repetir, nuestro centro es la vega monumental y muchos también salimos a buscar afuera digamos a los huertos, pero el gran desconocimiento que hay es de donde viene esta verdura, de donde viene esta fruta... **(Dirigente Ferias Libres Región del Biobío)***

A pesar de lo anterior, entre los participantes del estudio no hubo claridad para definir de manera precisa quienes son los actores a través de los cuales transitan los productos, ni tampoco consenso para identificar los límites del canal, dado que en algunos casos los comerciantes se reconocían como el último eslabón de la cadena de comercialización, mientras que en otros casos, los comerciantes incluyen a los consumidores como parte integrante del canal.

*Yo al canal lo veo como una cadena, donde se redujo hasta cuando llegó al lugar de la venta y terminamos finalmente nosotros rematando el producto. En esta cadena hay harta desinformación, no hay igualdad porque por ejemplo, los agricultores plantan todos cilantro, llegan a la vega monumental cuesta \$20 pesos el paquete de cilantro por dos semanas y dos semanas después ese mismo paquete vale \$1.000 pesos porque no hay un estudio de si uno vende primero o si se planta otra cosa, sino que todos hacen lo mismo. Lo otro es que no sabemos en la Región del Biobío cuántos somos, cuánto comemos, cuánto consumimos... (Dirigente Ferias Libres Región del Biobío)*

*...canal vendría siendo, hablando de pesca en este caso, ¿todo lo que pasa desde el pescador artesanal que sacó el pescado del agua hasta la persona que está cocinándolo o lo está comprando? **Funcionario Público.***

Un concepto que contribuye a construir la visión del canal, corresponde al sentido de misión de alimentar a la población, que los actores del canal sienten como su gran rol dentro de la sociedad, que puede ser entendida desde diversos puntos de vista. Mientras en algunos casos esta misión es entendida como la de abastecer al mercado interno de alimentos frescos, en otros casos esta misión es entendida como la de proveer de alimentos saludables a la población, especialmente en el contexto del aumento de la incidencia de enfermedades asociadas a la mala alimentación.

De los entrevistados, existe una sensación generalizada de pertenencia al canal, especialmente por parte de productores agrícolas, pescadores artesanales y comerciantes de ferias libres, quienes declaran un mutuo nivel de cercanía y afinidad, ya que gran parte de los integrantes de estos grupos corresponde a emprendimientos familiares. Los entrevistados relacionan la imagen de canal tradicional principalmente con productos frescos, como hortalizas y pescados, los que son producidos o extraídos por pequeños productores o pescadores artesanales, y que circulan en una cadena de intermediarios diversos, en la que los comerciantes de ferias libres se perciben a sí mismos como un intermediario más.

## 2.- Cooperar y competir al mismo tiempo

Un concepto planteado por los participantes, es que al interior del canal existe una dinámica compleja de relaciones, marcada por la competencia entre los diferentes actores. En algunos casos la competencia ocurre entre actores que pertenecen a un mismo eslabón, mientras que en otros casos, la competencia ocurre entre actores de diferentes eslabones de la cadena.

Cuando la competencia ocurre entre actores de un mismo grupo, como cuando ocurre entre agricultores que buscan vender el mismo producto entre comerciantes de un mercado mayorista, o entre comerciantes que buscan vender el mismo producto entre consumidores de una misma ciudad, la competencia tiene como foco el **obtener una mayor cuota de mercado** en relación a los otros actores, lo que en la mayoría de los casos desemboca en una competencia por precio entre agricultores o entre comerciantes.

Por otra parte, cuando la competencia ocurre entre actores de diferentes eslabones, esta se enfoca en **obtener el mayor margen posible de ganancias**, hecho que, en la mayoría de los casos, ocurre en condiciones asimétricas de negociación entre productores o pescadores e intermediarios, lo que desemboca en muchos casos en la sensación de negociaciones bastante injustas y una percepción negativa de la participación de intermediarios en el canal.

*...porque en realidad, hablemos las cosas como son, aquí cada uno mata su piojo, hasta con mi vecino de al lado, yo lo vivo todos los días, tengo que competir con él, porque si no compito, muero, y yo tengo una ideología que "la ganancia no está en la venta, la ganancia está en la compra", porque por ejemplo, 6 cajas de fresas y sabemos que la fresa vale \$6.000 pesos, pero si yo le compro 150 cajas al hombre, me las va a dejar a \$5.500 pesos y yo voy a poder vender a \$1.000 el kilo y no \$1.200, entonces ya estoy viendo que si vendo 150 cajas voy a tener una ganancia x, pero también con mi vecino de al lado, entonces nosotros, y en mi mente somos todos iguales, tratamos de ver lo que nos conviene a nosotros, yo no pienso en mi vecino de al lado. **Dirigente Ferias Libres Biobío.***

Esta situación ocurriría de forma transversal en los diferentes rubros que participan del canal, aunque pareciera ser más asimétrico todavía en el caso de la pesca artesanal, registrándose inclusive situaciones en que el actuar de determinados intermediarios ha obstaculizado la implementación de iniciativas que buscan generar circuitos de comercialización directos entre pescadores artesanales y comerciantes de ferias libres.

*Nosotros tenemos pesca artesanal en Bucalemu, Pichilemu y el sector La Boca Matanzas, no somos grandes productores, no es una gran producción de pescados y mariscos pero se mantiene constante salvo las vedas, lo que sí se ha constatado otras veces que ahí hay como un monopolio, en el sentido que el pescador produce pero quien compra posteriormente, la primera pasada de mano, maneja toda la cadena imponiendo sus términos, y nos ha creado bastantes problemas en el sentido de que cuando nosotros hemos tratado de hacer alternativas para que haya poder de compra de las personas de la feria hacia el pescado artesanal, las primeras iniciativas han sido un poco como boicoteados porque compran pescado, pero después le niegan los mariscos, le niegan todo lo que viene por otro lado, entonces tienden a bajar la iniciativa y siguen manteniendo un poco las condiciones abusivas de las pasadas de mano que hay entre el pescador y los que llegan a las ferias libres. **Dirigente Ferias Libres Región de O'Higgins.***

La dinámica de las relaciones en este sentido, se desarrolla en términos de un conflicto por mejorar el margen de precio, lo que se traduce en negociaciones que tienen como sentido para los comerciantes el comprar lo más barato posible y, en el caso de los agricultores o pescadores el vender al mayor precio posible. En este contexto se dan las relaciones, de competencia en lugar de colaboración.

*Es como una torre de babel, la postura de los pescadores, los agricultores, del mismo feriante, que le interesa comprar barato y vender, no están ni ahí si dejan sucio o no dejan sucio, de donde viene la verdura, de donde no vino, no hay una preocupación real o si dice "yo estoy vendiendo este producto porque veo que es una necesidad", no, a él le interesan meramente las lucas, no hay un tema de consciencia, o si sabe que las verduras fueron regadas con agua servidas, y si compró a \$50 pesos lo va a vender a \$150 pesos y le van a quedar \$100 pesos de ganancia y eso le interesa, no hay un tema de consciencia en decir "chuta comprémosle a los pescadores, pero yo sé que este pescado tiene 5 días en la bóveda, y tenemos que venderlos porque es mi producto", y en ese sentido como que falta la conciencia. **Dirigente Ferias Libres Biobío.***

*...hay una debilidad porque no sabes con quien dialogar, no puedes dialogar con todos, ni buscarlos de a uno, de repente donde nos movemos en la región sabemos que en tal parte se produce frutilla y se podría conversar con él pero no hay una continuidad de trabajo que permita vincular distintas áreas con ciertas producciones y esas producciones conversar y formar una especie de asociación o por ultimo de acuerdo, no importa que no sea corporativa, pero que tengan un volumen de venta para que vaya un feriante a comprar o un grupo de feriantes, o ellos traigan a la vega directamente, entonces por eso la posesión muy fuerte y dominante son de los proveedores, ellos marcan el precio que quieren pagar, el precio que venden acá y les es muy rápido, o sea camiones completos de producción los venden en una madrugada o un día a mucho. **Dirigente Ferias Libres***

A pesar de lo anterior, los participantes plantean la importancia de generar vínculos de colaboración entre los actores del canal, debido a que perciben un riesgo en el hecho de que las negociaciones entre productores e intermediarios se realicen en condiciones asimétricas, puesto que ello podría amenazar el abastecimiento del canal en el largo plazo.

*Me gustaría ayudar al agricultor, que no se le pague tan poco por sus productos, lamentablemente se desvaloriza mucho el tema del campesino, les pagan una miseria y por eso no quieren trabajar más el campo. **Dirigente Ferias Libres.***

*...porque los viejos terminan cansándose, porque invierten su tiempo, su vida plantando y resulta que los precios siempre van a ser los mismos en la vega monumental o en cualquier parte, entonces toda la plata, todo el valor se lo llevan los intermediarios...**Dirigente Pescadores Artesanales.***

Si bien la visión es que los diferentes actores son básicamente competidores, existiría conciencia de que los mismos actores deben trabajar juntos, tratando de integrarse a pesar de las tensiones que la competencia por cuota de mercado o margen de ganancia genera. Esto se debe a que los actores percibirían los riesgos en el largo plazo, especialmente en lo que respecta al abastecimiento de frutas y hortalizas, cuando los productores agrícolas buscan otras alternativas productivas o venden sus predios a empresas forestales. Del mismo modo, en el caso de los pescadores artesanales, esta

situación generaría una sobreexplotación de los recursos cuando los pescadores obtienen una bajo precio por sus productos.

### 3.- Visión sobre el rol de los intermediarios

Aun cuando la competencia por margen de ganancia tiende a generar tensión en las relaciones, lo que podría hacer suponer que tanto comerciantes como productores buscarían eliminar a los intermediarios, existe un reconocimiento entre los actores de que el intermediario es un actor importante en el funcionamiento del canal, ello porque a juicio de los participantes no siempre es posible vender directamente en los mercados mayoristas o al consumidor final, sin embargo sienten que en la actualidad la relación con los intermediarios es asimétrica y es necesario mejorarla.

*...vimos los intermediarios y los reunimos y les dijimos “que ocurre si ustedes en vez de estar comprando papas de mala calidad, nosotros les organizamos a los productores y ellos les generan un abastecimiento para ustedes, y les encantó, fabuloso”, lo empezamos con 7 y terminamos con ninguno, porque es mucho más fácil arreglar el camión, a agarrar una maleta con billetes, arrendar ocasionalmente una bodega y fletar pal norte, entonces al final ninguno quería esa oferta estable de buena calidad si no que prefería comprar en el campo a precio huevo y revender a 3 o 5 veces, entonces esos personajes son los que complican la cadena de comercialización, entonces en la medida que estén organizados, que tengan cooperativa, que tengan llegadas al mercado, es mucho mejor. **Funcionario Público.***

*De ese intermediario, ahora que no lo veamos como un ente maligno tampoco, si bien es cierto hasta el momento es quien saca el producto del campo a la feria o al supermercado, porque tampoco el agricultor tiene la posibilidad de hacerlo, ya sea por educación o por temas económicos. **Profesional Municipalidad.***

Los participantes distinguen diferentes tipos de intermediarios. Por una parte, se distinguen los intermediarios que compran en terreno, que constituyen un grupo difuso y aparentemente difícil de articular. Por otra parte, los participantes del estudio también distinguieron a los intermediarios de tipo más institucional, denominados genéricamente como mayoristas. Si bien Este grupo de intermediarios puede ser percibido de forma negativa, debido a su ubicación en el canal tienen una gran importancia estratégica, ya que conectan a la producción primaria con las ferias libres.

*Porque canal alimentario hay un problema que ningún actor del canal, ninguno tiene una política pública, lo que tienen son medidas, tuviera políticas públicas sobre el canal en función... bueno, en primer lugar, yo creo que el Estado y bueno la sociedad civil menos todavía ve el canal, hablan del canal, pero está invisibilizado e incluso para muchos de los actores también está invisibilizado, no necesariamente todos los campesinos saben que pertenecen a un canal, los feriantes tampoco saben que tienen un canal, tal vez los que lo tienen más claro, porque hacen la conexión sean los mayoristas y por eso es que tratan de acercarse a los campesinos a una medida, a nosotros en otra medida, pero no ven el punto. **Dirigente Nacional ASOF.***

Si bien los mayoristas jugarían un rol relevante en el funcionamiento del canal, estos no serían percibidos como actores del canal, sino que más bien cumplen un rol brindando espacios para que los diferentes actores transen sus productos.

*...en realidad nosotros los feriantes lo que hacemos es ir a la vega, compramos, traspasamos los precios, vendemos y ese es nuestro objetivo, pero no tenemos un objetivo más allá...**Dirigente Ferias Libres Biobío.***

#### **4.- Visión del canal sobre las instituciones del Estado**

Dentro de la variedad de organismos e instituciones del estado, que de una u otra manera brindan apoyo a los integrantes del canal, los participantes identifican a los municipios y gobiernos locales como instituciones de apoyo transversal a sus gremios. Del mismo modo, determinadas instituciones sectoriales son reconocidas en función del apoyo que otorgan a grupos o actores específicos del canal, especialmente a nivel de agricultura familiar como de pescadores artesanales.

*...a veces se confunde como que el Ministerio nuestro financia proyectos, nosotros no financiamos nada, nosotros como dice Jorge, llegan los proyectos a través de los Municipios, de los servicios, y nosotros les damos una aprobación de rigor de funcionamiento, pero si el proyecto no llega nosotros no tenemos como tener conocimiento de que existe la necesidad, por ejemplo podría existir la necesidad en Hualpén, Concepción, de lo que señala él, de la feria que se yo para mejorar, pero si no se canaliza a través del Municipio o a través de Salud a lo mejor no nos va a llegar nunca el proyecto. **Funcionario Min. Desarrollo Social.***

Si bien el apoyo a los sectores que compondrían el canal es visible para los participantes, existe conciencia por parte de los actores de que no hay una política a nivel del canal propiamente tal, sino que más bien existe un conjunto de medidas que abordan de forma parcial temas específicos, dependiendo del sector para el cual estén orientadas, y en algunos casos, actores del sector de las ferias libres tienen una visión crítica frente a lo que consideran una falta de políticas hacia quienes son sus proveedores.

*Y no hay una política pública que se agrupe agricultura y que diga, ya, donde se está produciendo, qué se está produciendo, qué están plantando los otros. **Dirigente Feria Libre.***

Junto con lo anterior, existiría una visión respecto de cuál debiese ser la orientación de dicha política pública, siendo la preocupación por el abastecimiento de alimentos frescos para el mercado interno, uno de los ámbitos sobre los cuales debiese enfocarse dicha política de apoyo al canal tradicional.

*Mi nombre es Moisés Alvial, soy de ferias libres y mi expectativa la verdad es lograr que la región hagamos producir lo que comemos, lamentablemente en tema agrario y pesquero casi todos nuestros recursos vienen no de la Región del Biobío, vienen de afuera y la política pública que está en este minuto no llega a eso, los campos se han envejecido, nuestras hortalizas las estamos perdiendo porque construyen casas, San Pedro construyó otro colegio allá, perdió dos hortalizas y ahora están haciendo un puente, entonces no veo políticas públicas y aquí a 20 años más vamos a comer casas y vamos a comer puentes, no hay una preocupación real de con que vamos a alimentar a nuestros hijos y a nuestros nietos en el futuro, no se está viendo así, así que mi expectativa acá es tratar de hablar con las autoridades y decirles bueno “qué se está haciendo o qué está pasando” y que en el tema salud cuando yo le pregunte a un cabro chico de donde salen los huevos me dicen del refrigerador, ni siquiera conocen las gallinas, no conocen el campo, no conocen nada, entonces es un tema súper preocupante. **Dirigente Ferias Libres.***

La ausencia de políticas públicas orientadas al apoyo del canal propiamente tal, podría explicarse, a juicio de los participantes, en una compartimentalización del actuar de las instituciones del Estado, lo que incluso se refleja en la percepción que los actores del canal tienen sobre la competencia mediática entre instituciones públicas.

*Nosotros una vez tuvimos una experiencia con el programa de 5 al día, donde hicimos una actividad en Hualpén, estuvo Salud, Agricultura, pero porque la Municipalidad de Hualpén tenía más banderas que el Ministerio de Salud, armaron una pelotera entre los mismos, pero una pelea entre Ministerios, o sea Salud con Agricultura no se pueden ver, porque hoy tengo que figurar yo por educación, o sea cada uno trabaja para sí solo, nunca han trabajado en conjunto en una mesa de trabajo con todos los Ministerios que tienen que ver con el tema de promoción que trabajo yo con el Seremi y nunca nos hemos podido juntar en la mesa, porque todos prevalecen sus ideas y sus Ministerios y empiezan a hablar de cuántos pendones vas a colocar tú, cuántos el otro y al final es una pelea de pendones cuando estamos viendo la alimentación del país, de los cabros chicos, entonces de ahí parte, ningún Ministerio trabaja junto. **Dirigente Ferias Libres.***

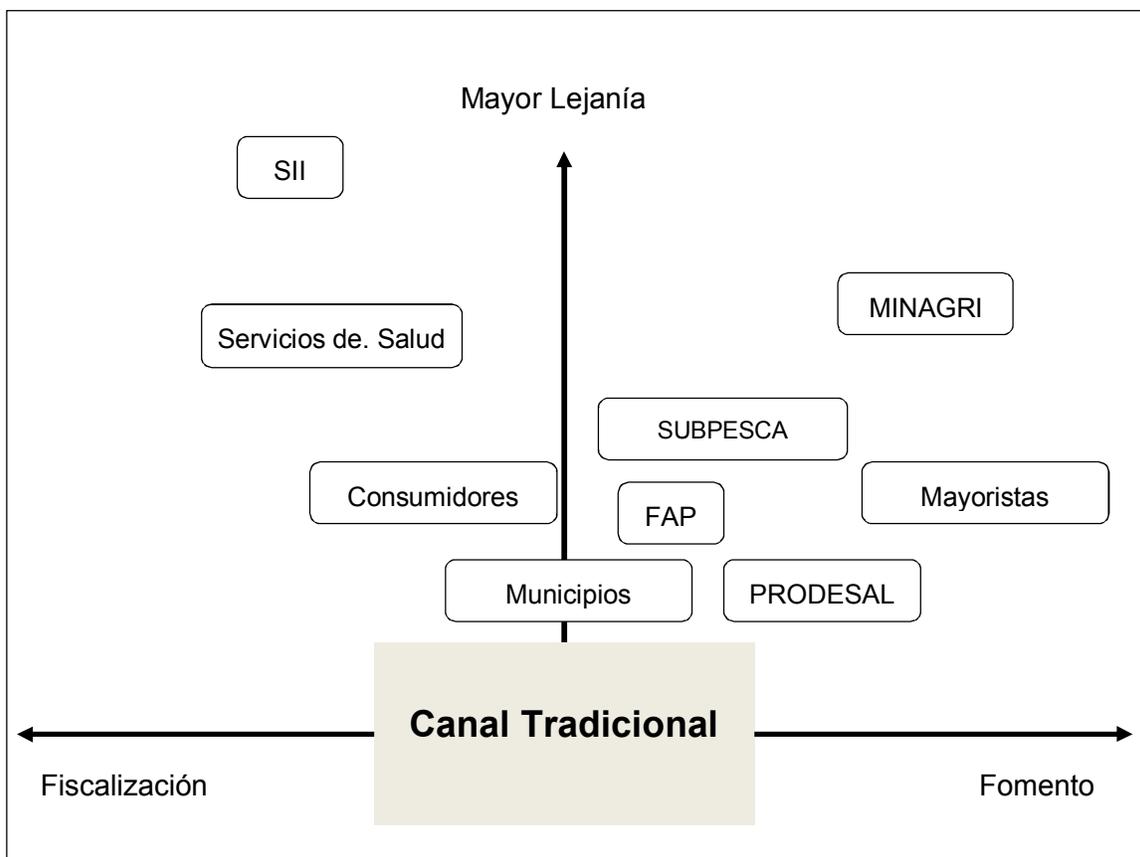
##### **5.- Visión de las instituciones del Estado respecto del canal**

Junto con la construcción de la visión del canal, desde la perspectiva de sus integrantes, se trabajó también en la construcción de una visión del canal desde la perspectiva de las instituciones de apoyo que contribuyen con el desarrollo de sus integrantes.

En este sentido, la visión se construyó desde el rol que las instituciones cumplen en su relación con los integrantes del canal, existiendo claridad entre los entrevistados respecto de los diversos instrumentos de su sector como apoyo al canal; sin embargo, desconocen el funcionamiento de los instrumentos orientados a otros actores o sectores del canal, lo que podría reforzar la noción de compartimentalización del funcionamiento de las instituciones, manifestada por representantes de organizaciones de productores, pescadores artesanales y comerciantes.

A pesar del desconocimiento sobre los otros rubros del canal, durante los talleres los representantes de los diferentes servicios u organismos se interesaron conocer lo que hacen sus pares de las otras instituciones en el apoyo a otros sectores vinculados al canal. Esto podría sugerir que si bien existen instancias formales de coordinación entre instituciones, como mesas de trabajo o comisiones, estos espacios no necesariamente contribuirían al desarrollo de conversaciones relevantes en torno al canal como un conjunto, sino que se abocarían a temas muy específicos.

Por otra parte, siempre desde la perspectiva de los representantes las entidades estatales que participaron del estudio, existe una distinción entre instituciones respecto de su cercanía o lejanía del canal, siendo las instituciones de fomento percibidas como más cercanas al canal, mientras que instituciones vinculadas a las actividades de fiscalización serían percibidas como más lejanas al canal [Figura 7](#). Esta construcción constituye una aproximación subjetiva de parte de los participantes en los talleres.



*Figura 7: Percepción de la lejanía/cercanía de instituciones respecto del canal tradicional*

Respecto de la visión que tienen los representantes de instituciones públicas, sobre el nivel de coordinación en el actuar de las mismas en torno al canal tradicional, si bien existirían instancias de coordinación, estas se circunscribirían a temas particulares, la mayor parte de las veces en torno a las problemáticas puntuales de cada sector que compone el canal, sin embargo parecería que no hay instancias de coordinación estratégica, con una mirada más global o integral del canal, sino que existirían diferentes

y variadas mesas a las que citan a los dirigentes y los funcionarios, que aparentemente no estarían vinculadas entre sí, pero abordarían temas que se traslapan.

*...este año yo personalmente he participado en 4 oportunidades así como esta, tenemos principalmente lo que es ACHIPIA, que en todo lo que es centralización porque yo creo que es necesario que nos aboquemos a una organización o a una institucionalizarlo a algo porque nosotros como funcionarios públicos nos estamos desgastando en montones de cosas, entonces estamos yendo a una reunión de ACHIPIA que es la que nos centra a todas las entidades que están de alimentos, después nos llaman a otro que se llamaba alimentos con marcas de origen que también estuvimos trabajando ahí que realmente nunca entendimos de lo que se trataba, si era público o privado pero nos piden información, ahora viene el canal y hubo otra cosa más este año, entonces cada vez nos están llegando más cosas, en vez de poder centralizarlo todo o que a lo mejor CODEMA se puede contactar directamente con ACHIPIA para poder centralizarlo en una cosa*  
**Funcionario MINSAL.**

Debido a la diversidad de ámbitos sobre los cuales se establecen instancias como mesas de trabajo, algunos de los representantes de instituciones públicas plantearon la importancia de la participación de los gobiernos locales como las instituciones que de forma “natural” podrían articular conversaciones relevantes entre miembros del canal, con un sentido de territorialidad.

*ese concepto de que la Municipalidad es la administradora natural articuladora dentro del territorio yo creo que es clave para cualquier emprendimiento de este tipo que se quiera hacer, porque hoy día lo que ocurre contigo y con algunos de nosotros que tenemos que asistir a cantidad de cosas, ocurre con los dirigentes de las organizaciones que no son muchos y resulta que están convocados por el FOSIS, por la CORFO y a veces en forma simultánea dentro del mes “y a qué hora me dedico a producir si me están llamando de todas partes”, entonces si eso se hiciera a través de la Municipalidad o al menos la sanción de la Municipalidad que hay que fortalecerla para coordinar las acciones yo creo que mejoraría bastante cualquier iniciativa.*  
**Funcionario Min. Desarrollo Social.**

Esta transversalidad que podrían aportar los gobiernos locales, ayudaría a que las diferentes dimensiones que influirían en el desarrollo de los emprendimientos o iniciativas a nivel de canal, sean consideradas en el desarrollo de políticas públicas, situación que no ocurre en el caso de instancias con una visión acotada, como lo serían las mesas de trabajo.

## 6.- Definición del canal tradicional

A partir de la información levantada en los diferentes talleres y entrevistas, se podría proponer una definición del canal tradicional, que sintetiza las diferentes visiones de la siguiente manera:

*El canal tradicional estaría compuesto por diferentes eslabones constituidos por pequeños y medianos productores agrícolas, pescadores artesanales, diversos intermediarios como mayoristas y ferias libres y los consumidores, quienes producen, extraen y comercializan principalmente productos frescos para el mercado interno. Estos actores se vinculan mediante relaciones funcionales, las que les generan conflictos, puesto que son principalmente competitivas, ya que actores dentro de un eslabón compiten por cuotas de mercado, mientras que los actores entre eslabones compiten por margen de ganancia.*

De acuerdo a esta visión, lo que caracteriza al canal, es que todos sus integrantes están abocados a la producción y comercialización para el mercado interno, pudiendo distinguirse una diversidad de actores que pueden ser agrupados en al menos tres grupos o segmentos: actividades productivas y extractivas, intermediarios y consumidores, de acuerdo al siguiente detalle ([Figura 8](#)):

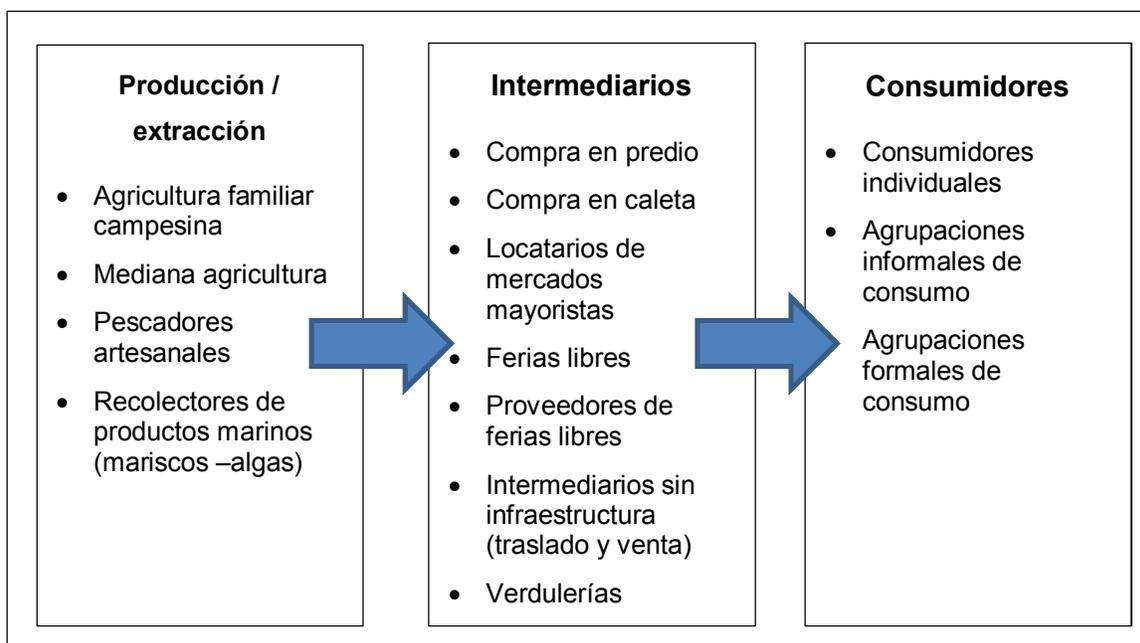


Figura 8: Visión sobre la composición del canal tradicional

## 7.- Visión de mediano y largo plazo para el canal

La construcción de una visión de futuro, se realizó tomando como punto de referencia un escenario de desarrollo del canal, proyectado en el mediano y largo plazo. En dicho escenario, los actores entrevistados parecen coincidir en que un canal desarrollado es un canal articulado mediante relaciones de confianza y un sentido de misión, que corresponde al de proveer de alimentos a la sociedad, en el denominado mercado interno.

Para el cumplimiento de esta misión, los actores entrevistados sostienen que deben cumplirse determinados objetivos en el mediano plazo. Estos objetivos corresponderían a la articulación de los actores que concurren en el desarrollo del canal, en al menos los siguientes tres ámbitos:

- Fomento de las relaciones comerciales entre actores que componen el canal (producción-extracción, intermediarios y consumidores).
- Mayor coordinación entre instituciones públicas y sus políticas en torno a los actores que componen el canal.
- Articulación con otros actores que contribuyan al desarrollo del canal, como gobiernos locales y profesionales, cuya vinculación y aportes en la actualidad son percibidos de manera difusa.

En el largo plazo, los actores tienen la visión de un canal cuyos integrantes se articulan de manera estratégica entre sí y con las instituciones públicas, para el desarrollo de políticas enfocadas en el desarrollo del canal como tal. En dicha articulación estratégica, la relación entre actores se basa en un equilibrio entre competencia y colaboración, integrando a otros actores como intermediarios y considerando las diferentes dimensiones de desarrollo: económico, social y ambiental.

- Articulación estratégica entre actores que componen el canal (producción-extracción, intermediarios y consumidores) que permita abastecer de alimentos sanos y seguros a la población de forma equitativa y con perspectiva territorial.
- Articulación estratégica de las instituciones públicas y los actores del canal para el diseño e implementación de políticas enfocadas en su desarrollo.

## **D.- ANÁLISIS PARTICIPATIVO DE BRECHAS PARA LOS ACTORES DEL CANAL**

A partir de la información recopilada se realizó un análisis de brechas basado en el contraste del escenario proyectado al mediano y largo plazo con la situación actual, en función de la visión propuesta por los actores entrevistados.

### **1.- Incapacidad de articular estratégicamente las demandas del canal:**

A juicio de los entrevistados, en la actualidad no hay instancias que permitan articular las demandas de los miembros del canal desde una perspectiva estratégica, sino que más bien se limitan a abordar aspectos parciales en función de problemas puntuales o del ámbito de las competencias de los organismos públicos.

*...en ese lugar, se dio que la Municipalidad como institución apoyó directamente la formulación de este proyecto, entonces cuando tú dices que el Servicio de Salud no está como para llenar formularios, o sea no hace que la organización tenga acceso al Fomento Productivo pero sí lo puede hacer desde el Departamento de Fomento la Municipalidad, pero cuál es el rol por ejemplo de nosotros, nosotros otorgamos los recursos financieros, la Municipalidad llena el formulario y el Servicio de Salud da todo el marco de lo que es su institución, de lo que es el tema de la seguridad, entonces es importante que se logre visualizar las patas que componen un fomento productivo.*  
**Funcionaria Pública Biobío.**

*Yo creo que eso es lo fundamental que el canal debiera buscar, debiera buscar las instancias de comunicación*

*Hay agrupaciones, por ejemplo donde yo vivo en San Pedro está la asociación de agricultores pero son tan re-pocos que ni suenan. La única vez que hicieron una protesta o levantaron su voz fue cuando estaban patentando las semillas, ahí se tomaron la carretera, pero fue la única vez que yo supe que había una asociación de agricultores en la zona, porque como dice y tomando el tema de que todos plantan lo mismo, llega el tiempo de lechugas y todos plantan lechugas, luego todos acelga, entonces entre ellos mismos deberían ponerse de acuerdo de qué va a plantar cada uno y sacarían más valor a su producto porque no se sobre recargaría el sistema y eso es lo que yo pienso que les falta, comunicación.*  
**Dirigente Ferias Libres**

## **2.- Ausencia de redes de colaboración entre los integrantes de los eslabones del canal:**

A partir de la información levantada, los diferentes actores tienden a operar de manera individual, en función de intereses o motivaciones puntuales como cuotas de mercado o margen de ganancias.

*Lo que pasa en todas las sociedades, y es que a la gente se les enseñó que “cada uno se rascaba por sus propios medios”, se desarmó a la comunidad civil y más a la comunidad gremial de la fortaleza de la unión, entonces y estos sectores son carentes en el sentido de grado de escolaridad, de grado de acceso a la información, generalmente están en la periferia, en sectores rurales, entonces no tienen de primera mano salvo el Municipio, que en algunos caso el Municipio a la comuna les queda lejos entonces viven muy a diario, el primero que llega le venden, entonces hay poca capacidad de organización. **Dirigente Regional ASOF.***

*Eso es conciencia también, en el sentido de que haya más difusión en decirle “de Talca está saliendo tanta cantidad de esta materia prima, de tal parte del norte viene tanto, entonces usted preocúpese de esto porque en el norte plantaron esta cantidad” entonces para que no se repitan y los precios no sean tan bajos. **Dirigente Pescadores Artesanales.***

## **3.- Falta coordinación entre actores del canal:**

Si bien el canal tradicional está compuesto por actores diversos y heterogéneos, sería posible encontrar situaciones transversales, como por ejemplo las dificultades para comercializar bajo condiciones equitativas que enfrentan agricultores y pescadores. En algunos casos, hay actores que reconocen el trabajo de CODEMA como una oportunidad para generar instancias de coordinación y desarrollo de vínculos entre los diferentes eslabones del canal.

## **4.- Falta coordinación entre instituciones públicas:**

Reflejada en la existencia de diversas mesas e instancias que analizan temas de forma parcial y que en algunos casos duplican esfuerzos o tocan temas similares.

...el rol de la Municipalidad es fundamental, son nuestros principales clientes a la hora de postular proyectos y entre esos proyectos están el tema de los mercados y ferias Municipales. **Funcionario Público.**

*Nosotros como Seremi de Salud es difícil apoyar en ese sentido, en eso de formular proyectos, nosotros no lo hacemos porque somos como la entidad fiscalizadora también, entonces no podríamos hacerlo. **Funcionario Público.***

##### **5.- Participación difusa de algunos actores:**

Determinados actores como intermediarios sin estructura, actúan de manera difusa, y en muchos casos de forma informal y/o clandestina, lo que dificulta el desarrollo de redes de colaboración. Por otra parte, dichos actores en la mayoría de los casos no constituyen sujetos de apoyo de las políticas públicas, como es el caso de intermediarios sin estructura o medianos agricultores.

*Que compra y vende, ah y por ejemplo, los que tienen camión, van a Santiago, llegan aquí y venden, o sea transportan solamente, ese es el que se lleva las lucas...**Dirigente Ferias Libres***

*O sea en el fondo son todos intermediarios. Por ejemplo, yo conozco un señor que viene a la vega y compra en su camión pescada, cholga y todo eso, y va a la feria y entrega a todos los que venden y en la tarde pasa cobrando, o sea aquí él compra a un precio, se lo entrega a otro, esos venden, en la tarde ven su plata y, al final es todo como lo mismo, lo único que esos no vienen a buscarlo aquí a la vega, sino que se los lleva él, hay muchos que vienen a la vega y compra sus verduras, sus cosas, y hay otros también que abastece a algunos que no viajan para acá, esto en el tema de Coronel. **Dirigente Ferias Libres***

*...hace un tiempo con la experiencia de los pescadores artesanales y que pasó en Pichilemu, Bucalemu, tratamos de hacer un acercamiento entre estos productores más la gente aquí de la región que tienen sus carros comercializadores de pescados, en una primera instancia se logró un acuerdo, se pensaba que iba a hacerse una venta más directa pero faltó el intermediario que le estaban ofertando el negocio, conversó con el proveedor y le dijo “mira, yo te compro tal cantidad y eso es seguro que te lo voy a comprar y tú los vas a perder, porque el negocio no se te va a hacer tan sencillo como que yo te venga a comprar las cosas y yo después las distribuya, tu no vas a tener la capacidad de distribuirla”* **Dirigente Ferias Libres**

En el caso de los asesores técnicos y profesionales, en algunos casos existiría una percepción negativa del rol que los profesionales, especialmente en lo que respecta a las empresas consultoras, debido a la sensación de que dichas empresas tienden a capturar los recursos públicos levantados para la implementación de proyectos o iniciativas de desarrollo de los actores del canal.

*Mire, yo pertenezco a un sindicato de alqueras de Coliumo, pero los años que llevo en este tema de socia sindical encuentro que cuando todos necesitan asesorías, o tirar para arriba tu sindicato, todo pasa por las consultoras y como el Estado siempre te financia para determinamos proyectos, el tema está en que las lucas se las lleva el consultor, entonces vieron el negocio en las consultoras, porque los profesionales tu no los encuentras en forma particular, todos se asesoran a una consultora y ahí está en monopolio, ahí está el tema de que pasan por ellos los proyectos para tu organización y al final la mitad o más de la mitad de la plata se la llevó.* **Dirigente Pescadores Artesanales.**

*la Federación de Concepción tenía unos profesionales que ayudaban a elaborar los proyectos para diferentes sindicatos de aquí de la región del Biobío, y cómo ahora no los tenemos, por qué se fueron, por qué no están, cómo llegaron. Nos hemos perdido de hartos proyectos de postulación de diferentes ferias porque no tenemos un apoyo y al único que hemos acudido es a Fomento Productivo de cada una de las Municipalidades y que no siempre están con uno. Ellos por ejemplo a personas naturales o jurídicas los ayudan a elaborar los proyectos pero entre comillas porque igual te dicen “toma, tienes que hacer este proyecto”, y ellos algunos no más les cooperan y les ayudan a elaborarlos y mucha gente que no sabe cómo hacer la postulación y quedan fuera.* **Dirigente Ferias Libres.**

*y lo otro que el Municipio ahí usan las organizaciones funcionales, la cosa es que cuando uno va como sindicato no te dan bola porque tu figura jurídica no entra dentro de eso, entonces la gente no sabe y hoy en día hay muchos sindicatos que están optando tener organizaciones funcionales dentro de su organización para obtener recursos dentro del Municipio. Uno de los proyectos que ganamos nosotros por SERCOTEC, si bien tuvimos que postular, entonces se formó esa organización funcional, entonces muchos están optando por tener esa organización funcional para sacar recursos porque por ejemplo San Pedro, sacó el tema de los carros de los pescados y mariscos, por proyecto CORFO, y sacaron unos carros espectaculares que tiene la gente y lo van a replicar en Concepción, pero como persona jurídica no nos dan, tiene que ser como personas naturales, entonces ahí es donde uno se empieza a cuestionar el tema de por qué tantas trabas. **Dirigente Ferias Libres.***

## E.- EVALUACIÓN DE LA OFERTA DE INSTRUMENTOS

### 1.- Elementos de contexto

La conformación del canal tradicional a partir de grupos de diferentes y múltiples sectores económicos, ha sido un desafío impuesto por sus propios actores. Esto con el objetivo de buscar el desarrollo del sector alimentario y generar un mayor acceso a alimentos sanos y de calidad por parte de la población.

Este desafío no es solo propio de los actores principales del canal tradicional, sino también parte de una sociedad e institucionalidad que históricamente ha presentado un accionar sectorial y estructurado, de forma “individual” y sin una mayor integración con y entre los diferentes grupos sociales. Es esta mirada la que, en cierta forma, no ha propiciado el actuar de forma comunitaria y coordinada al momento de buscar soluciones conjuntas en temas tan relevantes como lo es la alimentación.

La institucionalidad, no solo en Chile sino también en la mayoría de los países de Latinoamérica, se ha caracterizado por presentar un enfoque centralista, sectorial y de escasa coordinación interinstitucional<sup>10</sup>, siendo construida desde el *top down*, es decir, desde las élites políticas y económicas, y sin una mayor participación activa de los propios involucrados o beneficiados de la política pública (FAO, 2009).

En lo que respecta a la relación de los actores del canal tradicional con la institucionalidad, ésta se da fuertemente con los representantes locales, entre ellos el municipio y las agencias ministeriales representadas en todo el país. La importancia del trabajo conjunto con dichas instancias es esencial al momento de establecer trabajos que apunten a satisfacer demandas sociales locales y a través de mecanismos locales, desarrollados de manera conjunta que muchas veces van más allá del instrumento público disponible desde el ámbito nacional. Instancias como la dirección de desarrollo local, económicas, de turismo e incluso departamentos específicos para ferias libres, pesca artesanal, el convenio PRODESAL y las transferencias de recursos de programas sectoriales, son instancias que permiten un mejor trabajo coordinado con los actores del canal tradicional.

El accionar de la política pública se ha centrado, principalmente, en instrumentos públicos, los cuales a través de diversos objetivos buscan generar un impacto determinado y

---

<sup>10</sup> En taller con actores institucionales de la región del Bio Bio se ahondó en dichas características, expresadas especialmente desde los representantes regionales del Ministerio de Desarrollo Social y de Salud. Para mayor detalle se encuentran disponibles las transcripciones de dichos talleres.

específico, en un área determinada. Si bien Chile cuenta con una importante gama de instrumentos públicos, la ausencia de una política rectora que determine el marco de acción y la meta final que se busca, dificulta aún más la presencia de un actuar coordinado e integral como, por ejemplo, el sector alimentario lo requiere.

El área de desarrollo en el actual se ha desenvuelto los instrumentos públicos, se ha centrado en las actividades de fomento productivo y de asistencia social, característica central en la promoción desde el accionar público. La visión de fomento se ha promovido desde una visión que se sustenta a partir del emprendimiento particular del individuo, quedando relegada el conjunto de actividades que busquen el actuar conjunto y asociativo. Es así como actores del orden de cooperativas y organizaciones productivas han quedado postergadas, aumentando la tendencia del trabajo hacia productores individuales y de características empresariales, tanto medianos como pequeños.

Actualmente, el escenario común es de una institucionalidad amplia, diversa y en algunas ocasiones repetitivas. La oferta pública chilena es reconocida como una de las más interesantes en términos cuantitativos respecto a la existencia de instrumentos. Sin embargo, la especialidad se ha centrado en el fomento productivo y la capacidad emprendedora de determinadas empresas que cumplen con los requisitos especificados en el programa respectivo.

Junto a lo anterior, la meta de Chile Potencia Alimentaria y Forestal, impulsado por el Ministerio de Agricultura desde hace una década aproximadamente, ha desarrollado una batería importante en términos de instrumentos, y por ende de apoyo presupuestario, al emprendimiento empresarial con miras a la exportación, generando instrumentos con exigencias mayores y que han dejado fuera en la obtención de beneficios a parte importante de pequeños y medianos productores. Para ellos, la salida ha sido el mercado interno.

Es en este escenario, donde los actores del canal tradicional agroalimentario y pesquero han desarrollado sus actividades. Con una institucionalidad fuerte en el fomento productivo, la asistencia técnica y el trabajo sectorial, pero con algunos retrasos en materia de fortalecimiento gremial, organizacional y comercial. A continuación se entrega un listado con las principales iniciativas institucionales mayormente utilizadas por los actores del canal y su posterior análisis.

Para el desarrollo del producto de introducción a la relación de instituciones públicas y canal e iniciativas, se consideró que el Canal Alimentario Agropesquero Tradicional, no es

un concepto definido por las instituciones públicas, que por tanto no hay normativas e instrumentos claramente establecidos al respecto, pero sí intervenciones, actividades y visiones que son importantes recopilar y sistematizar.

Para el acercamiento a la cartera de programas, proyectos y actividades de las instituciones públicas, el trabajo definido como hito inicial de acercamiento al tema fue el 1er Taller del Canal Agroalimentario, convocado por ODEPA, INDAP, ASOF-AG y realizado en noviembre 2006, en que *“50 representantes de los pequeños agricultores, feriantes, centrales de intermediación, universidades, instituciones del agro y seremis de regiones realizaron el 1er taller del canal agroalimentario tradicional, orientado al mejoramiento de su comercialización.”* Este taller concluyó que:

- *“el diagnóstico es común;*
- *los diversos actores tienen su principal dificultad en la comercialización y la feria libre aparece – con sus fortalezas y debilidades – como actor principal en ello, por lo que concentra muchos elementos en el diagnóstico y en las propuestas;*
- *está la decisión para pasar de la existencia de un canal agroalimentario tradicional de hecho a un canal con objetivos, metas, imagen y disputando como tal comercialmente;*
- *hay un criterio de urgencia para actuar;*
- *hay que constituir una mesa estable de trabajo con todos los actores;*
- *hay que difundir a todos los participantes los resultados del taller.”*

Esa iniciativa prácticamente fundacional de relación de instituciones públicas con actores en relación a un canal agroalimentario – campesinos, centrales y feriantes – generó una Agenda de Trabajo bajo el lema de *“Mejorando la Competitividad del canal agroalimentario tradicional”*, que fue su foco inicial principal. En esa Agenda las instituciones públicas incorporadas o que se invitarían a incorporarse fueron: ODEPA, INDAP, FIA, Economía, Salud, SENCE y Municipios. Fueron mencionadas también otras instituciones públicas de interés del canal como: CORFO, SERCOTEC, SERNAC y Universidades.

En esa Agenda se consideraron los problemas centrales del canal, precisando dos tipos de iniciativas: transversales (que dicen relación con el canal) y específicas (relación con algún actor del canal). Entre el 2007 y el 2009, se implementaron algunas de las iniciativas calificadas de alta prioridad, a saber: i) Estudio consumo y formato de comercialización frutas y verduras en sectores de ingreso C3 y D en la RM– financiado por FAO, con apoyo de ODEPA –; ii) el 2008, la presidenta de la República, Michelle

Bachelet, a propuesta de ASOF, aprobó el Fondo de Modernización Feria Libre, vigente hasta hoy; iii) INDAP en conjunto con ASOF y la ONG Espacio y Fomento desarrollaron la iniciativa de promoción del canal “De la Tierra a su feria”, junto a la realización de talleres de difusión de la agenda e intercambio entre campesinos, feriantes, centrales e instituciones públicas en diversas regiones del país; iv) MINAGRI firmó el 10 de Octubre del 2008, un Convenio de Colaboración con ASOF; v) ODEPA financió la realización de estudios para la caracterización del canal feria respecto a la distribución de productos hortofrutícolas en la Región Metropolitana, en Valparaíso y Biobío, en los años 2008 y 2009; vi) CORFO financió un Nodo Nuevo Modelo Feria Libre, una visión innovadora el 2010 – 2012.

Esa etapa de participación de instituciones públicas vinculadas al canal agroalimentario, al tener como tema central el mejoramiento de su comercialización, ubica en un foco principal a las ferias libres, con un rol muy activo de su organización ASOF-AG, en esos años, pero sin presencia activa aún de las organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina, la Pesca Artesanal y los Consumidores.

Un segundo momento de desarrollo de la relación e iniciativas de las instituciones públicas con el canal, va a producirse entre los años 2011 y 2013, con el desarrollo del Proyecto de Cooperación Técnica (PCT) FAO, ASOF-AG y ODEPA, con la ONG Espacio y Fomento como equipo técnico de implementación. Esta iniciativa surge como propuesta de ODEPA, en conjunto con la ASOF-AG, a FAO, quien aprueba la implementación y financiamiento del **PCT “Fortalecimiento de las ferias libres para la comercialización agroalimentaria”**, y que tendrá como su producto principal el Observatorio Feria Libre, como una unidad de inteligencia de mercado para el canal de comercialización feria libre, considerada como un canal importante de comercialización de productos alimenticios saludables provenientes de la agricultura familiar y de la pesca artesanal, lo que debiera contribuir a mejorar la seguridad alimentaria y nutricional de las y los chilenos.

Lo valioso aquí es que, según la visión de ODEPA (2013) “el Observatorio se presenta como un espacio de encuentro para los diferentes actores del canal agroalimentario”– ampliado también a la pesca artesanal - “que se vincula a las ferias libres”. La función principal de éste será “ser una instancia técnica orientada a la recopilación, la producción y la difusión de información relevante en el área de inteligencia competitiva para las ferias libres y el canal alimentario agrícola y pesquero”.

El PCT y Observatorio Feria Libre es la iniciativa de mayor exigencia técnica para el desarrollo del canal que se ha desarrollado desde instituciones públicas, con activa participación de FAO. En su etapa final, con base en la comunidad de trabajo generada entre organizaciones principales de los actores del canal: AFC, Pescadores Artesanales, Ferias Libres, Consumidores e instituciones técnicas de apoyo, se transita hacia la conformación de la **Corporación para el desarrollo del mercado de alimentos agrícolas y pesqueros vinculados al canal feria libre, CODEMA**.

Nuevamente en esta etapa, por la prioridad del tema de la comercialización, las ferias libres aparecen en el foco principal. Pero, luego, tras la plena integración de las organizaciones de la AFC, de la pesca artesanal y los consumidores, el nombre final y actual pasó a ser Corporación Observatorio del Mercado Alimentario, CODEMA, aportará a ello también, la importancia del tema alimentación sana para la población, tras los estudios del Ministerio de Salud y otras instituciones, que instalan la tendencia creciente a la obesidad y el sobrepeso.

CODEMA, será quien inaugure como representación de canal alimentario tradicional una relación más interactiva con las instituciones públicas al conformar su Consejo Consultivo, en el curso del año 2015, presidido por el Premio Nacional de Ciencias y Tecnologías, Dr. Ricardo Uauy. La constitución del Consejo, se realiza en el marco de la orientación que la Presidenta de la República, Michelle Bachelet formula a las instituciones públicas, al responder al Presidente de ASOF en su III Congreso Nacional del año 2014, que *«ellos (los actores) quieren no sólo que los escuchen, sino ser determinantes en las políticas públicas que se adopten. Así que, presidente, ese es un compromiso que asumimos»*.

Desde el año 2014 a la fecha, tienen relación con el canal un conjunto de nuevas orientaciones y/o iniciativas:

- *La orientación de INDAP para instalar la comercialización de la AFC como un eje importante en sus políticas, explorando diversas iniciativas*
- *El fortalecimiento de la relación de INDAP con las organizaciones campesinas*
- *El inicio de Convenio INDAP - CODEMA*
- *La creación de la división de Economía Social y Cooperativas del Ministerio de Economía y su decisión de fortalecer ambos sectores.*
- *El inicio de Agenda de CODEMA, con la opinión de su Consejo Consultivo y su integración a la mesa hortícola que encabeza ODEPA.*
- *El inicio de la administración de las caletas pesqueras por parte de las organizaciones de la pesca artesanal, como expresión de desarrollo de las capacidades de autogestión de actores del canal, con apoyo de Subpesca.*
- *La ampliación financiera del Fondo de Desarrollo FERIA Libre, que administra SERCOTEC y los cambios en su contenido*
- *El paso de CORFO a SERCOTEC de instrumentos para la pequeña empresa, PEL, FAT y PAM*

## **2.- Análisis de iniciativas públicas**

Con respecto a la identificación de aquellas instituciones públicas que se relacionan con el canal tradicional en la actualidad, en el presente estudio se consideró la información recabada desde el Consejo Consultivo de CODEMA constituido el año 2015 (conformado por representantes de diversas instituciones nacionales), considerando que sus participantes se estiman relacionadas con el canal. Esas instituciones son:

- *Ministerio de Agricultura, a través de ODEPA, INDAP, FIA, FUCOA Y ACHIPIA;*
- *Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, a través de División de Empresas de Menor Tamaño, de Asociatividad y Economía Social, Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, SERCOTEC, CORFO y Consejo de Producción Limpia;*
- *Ministerio de Salud, a través del Departamento de Nutrición y Alimentos;*
- *Ministerio de Desarrollo Social a través del Programa Elige Vivir Sano;*
- *Asociación Chilena de Municipalidades;*
- *Universidad de Chile a través de INTA;*
- *Universidad de Santiago de Chile a través del Departamento de Gestión Agraria.*

**Junto a ellos se consideró a otras instituciones importantes para los actores del canal:**

- *Subsecretaría de Previsión Social, del Trabajo y SENCE, dependientes del Ministerio del Trabajo y Previsión Social;*
- *Gobiernos Regionales (FNDR, FIC, entre otros).*

Se invitó a estas instituciones a talleres de trabajo con base en una metodología participativa, que posibilitaron no sólo recoger la información y propuesta de cada institución, sino también aportar a la interactividad entre ellas. A posterior se realizaron talleres con representantes de las instituciones públicas en las regiones de O'Higgins, Biobío y Valparaíso, que posibilitaron tener un acercamiento mayor a visiones regionales y locales. En la estructura de las instituciones nacionales, hay que considerar las respectivas SEREMIAS por región. En Subpesca hay que considerar la existencia de 8 direcciones zonales y no regionales. En todo ello, hubo valioso apoyo de ODEPA y de Subpesca. El limitado tiempo de ejecución del proyecto no permitió entrevistar directamente a todas las instituciones públicas.

Para efectos del estudio, la relación entre estas instituciones públicas y el canal, se sistematizó en dos grupos: las que tienen relación directa con actores del canal y las que se vinculan con la demanda principal al canal, la alimentación sana.

**Instituciones públicas con vinculación directa con actores del canal**

Existen instituciones públicas que por sus normativas se vinculan regularmente a actores del canal alimentario agro-pesquero:

- *Ministerio de Agricultura con la Agricultura Familiar Campesina, a través de INDAP, ODEPA, FIA, FUCOA, ACHIPIA y seremias.*
- *Ministerio de Economía, con la pesca artesanal, a través de Subpesca, con ferias libres a través de SERCOTEC y EMT, con consumidores a través de SERNAC, y con todos los actores del canal en su división de Asociatividad y Economía Social e INE.*
- *Ministerio del Trabajo, que norma relaciones laborales que inciden en actores del canal y Subsecretaría de previsión social, que aborda temáticas de protección social – previsión, salud, accidentes y otros – que tiene relación directa con todos los actores del canal y SENCE, que incide en la capacitación de los actores.*
- *Municipios con relación directa con los diversos actores, por su responsabilidad en la dirección política, económica, social, legal de las comunas donde actúan los diversos actores del Canal Alimentario Agropesquero.*

A continuación se presentan cuadros que resumen la relación de instituciones públicas con determinados actores del canal. En esa relación, se consideran dos niveles:

Actores canal	MINISTERIO DE AGRICULTURA					
	INSTITUCIONES DEL MINISTERIO RELACIONADAS					
	INDAP	ODEPA	FIA	ACHIPIA	FUCOA	SEREMI
AFC						
Mediana Agricultura						
Pesca artesanal						
Centrales mayoristas						
Terminales pesqueros						
Intermediarios agrícolas						
Intermediarios pesqueros						
Ferias libres						
Verdulerías y almacenes						
Organización de usuarios						

-  Relación estable y normal (implica programas o proyectos estables).  
 Relación esporádica y puntual (implica acciones no continuas).  
 Sin relación

Actores canal	AREAS/ INSTITUCIONES MINAGRI DE RELACION CON CANAL				
	Productiva	Informes y estudios	Innovación e inocuidad	Fortalecimiento organizacional y capacitación	Comercialización, turismo y promoción
AFC	INDAP PRODESAL	INDAP ODEPA	FIA ACHIPIA (CARs)	INDAP	INDAP FUCOA
Mediana Agricultura		ODEPA			
Centrales mayoristas		ODEPA			INDAP
Intermediarios Agríc.					
Ferias libres		ODEPA	FIA		

-  Relación estable y normal (implica programas o proyectos estables).  
 Relación esporádica y puntual (implica acciones no continuas).  
 Sin relación

Actores canal	MINISTERIO DE ECONOMIA							
	INSTITUCIONES DEL MINISTERIO RELACIONADAS CON ACTORES CANAL							
	EMT	Asoc. y economía social	Competencia y consumidores	SERCOTEC	Subpesca	CORFO CPL	Subs. Turismo SERNATUR	INE
AFC								
Mediana Agricultura								
Pesca artesanal								
Centrales mayoristas								
Terminales pesqueros								
Intermediarios agrícolas								
Intermediarios pesqueros								
Ferias libres								
Verdulerías y almacenes								
Organización de usuarios								

- Relación estable y normal (implica programas o proyectos estables).
- Relación esporádica y puntual (implica acciones no continuas).
- Sin relación

Actores canal	AREAS/INSTITUCIONES DE RELACION MINECOM – CANAL				
	Informes y estudios	Modernización e innovación	Formación	Fortalecimiento organizacional	Comercialización
AFC		CORFO		Asociatividad y economía social SERCOTEC	
Mediana Agricultura		CORFO			
Pesca artesanal	Subpesca	Subpesca		Subpesca Asociatividad y economía social	Subpesca
Centrales mayoristas					
Ferias libres		SERCOTEC CORFO – CPL	SENCE	SERCOTEC	
Organización de usuarios				Asociatividad y economía social	

- Relación estable y normal (implica programas o proyectos estables).
- Relación esporádica y puntual (implica acciones no continuas).
- Sin relación

ACTORES CANAL	MINISTERIO DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL		
	INSTITUCIONES DEL MINISTERIO RELACIONADAS CON ACTORES CANAL		
	Subsecretaría del Trabajo	Subsecretaría de Previsión	Sence
AFC			
Mediana Agricultura			
Pesca artesanal			
Centrales mayoristas			
Terminales pesqueros			
Intermediarios agrícolas			
Intermediarios pesqueros			
Ferías libres			
Verdulerías y almacenes			
Organización de usuarios			

-  Relación estable y normal (implica programas o proyectos estables).
-  Relación esporádica y puntual (implica acciones no continuas).
-  Sin relación

ACTORES DEL CANAL	AREAS/INSTITUCIONES RELACIONADAS CON CANAL			
	Derechos laborales	Organización	Protección Social	Capacitación
AFC	Dirección del Trabajo	Dirección de Organizaciones Laborales	Subsec. Previsión Social – FEP - IPS – ISL - SP	Sence
Mediana Agricultura	Dirección del Trabajo		Previsión Social	Sence
Pesca artesanal	Dirección del Trabajo	Dirección de Organizaciones Laborales	Subsec. Previsión Social – FEP IPS – ISL - SP	Sence
Centrales mayoristas	Dirección del Trabajo		Previsión social	Sence
Ferías libres	Dirección del Trabajo	Dirección de Organizaciones Laborales	Subsec. Previsión Social – FEP IPS – ISL - SP	Sence
Organización de usuarios	Dirección del Trabajo	Dirección de Organizaciones Laborales	Subsec. Previsión Social – FEP IPS – ISL - SP	Sence

-  Relación estable y normal (implica programas o proyectos estables).
-  Relación esporádica y puntual (implica acciones no continuas).
-  Sin relación

Actores canal/ direcciones	MUNICIPIOS					
	DIRECCIONES, REPARTICIONES VINCULADAS AL CANAL					
	SECPLAC	Depto. de administración y finanzas (DAF)	Desarrollo Económico Local (DEL)	PRODESAL - INDAP	Depto. Salud, Respeto reglamento alimentos y promoción	Aseo y Tránsito
AFC						
Mediana Agricultura						
Pesca artesanal						
Centrales mayoristas						
Terminales pesqueros						
Intermediarios agrícolas						
Intermediarios pesqueros						
Ferias libres						
Verdulerías y almacenes						
Organización de usuarios						

	Relación estable y normal (implica programas o proyectos estables).
	Relación esporádica y puntual (implica acciones no continuas).
	Sin relación

Actores canal/ área relación	AREAS DE RELACION MUNICIPIO ACTORES CANAL				
	Legalidades	Promoción alimentación sana	Comercial	Desarrollo Local	Desarrollo Sustentable
AFC	Inicio actividad		PRODESAL	PRODESAL	
Mediana Agricultura	Inicio actividad y otros				
Pesca artesanal				MUNICIPIOS COSTEROS	
Centrales mayoristas	DAF - PATENTE				
Ferias libres	DAF - PATENTE	SALUD -DEL			APL – DEL
Organización de usuarios		DEL			

-  Relación estable y normal (implica programas o proyectos estables).
-  Relación esporádica y puntual (implica acciones no continuas).
-  Sin relación

*Identificación de instituciones que se vinculan más con la demanda del alimento sano*

INSTITUCIONES	MINISTERIO SALUD			MINISTERIO DESARROLLO SOCIAL	
	Subsecretaría de Políticas Públicas/División Políticas Públicas/ Depto. Nutrición y Alimentos.			Comité Interministerial Subsecretaría de Evaluación Social Secretaría Ejecutiva Elige Vivir Sano	
Iniciativas vinculadas a política canal	Normativas legales	Seremi salud, fiscalización de producción de alimentos en el país	Fomento alimentación saludable	Elige vivir sano. Ley 20670	Coordinación institucional Alimentaria
Normativas	Ley rotulados				
Inocuidad	Reglamento alimentos				
Formación alimentación sana					
Promoción alimentación Sana				Ruta saludable ASOF – FOSIS	
Coordinación instituciones públicas en alimentación sana					Coordinación institucional

-  Relación estable y normal (implica programas o proyectos estables).
-  Relación esporádica y puntual (implica acciones no continuas).
-  Sin relación

### 3.- Levantamiento de iniciativas públicas del canal y sus actores

	Instrumento	Institución	Ministerio	Variable principal	Objetivos	Líneas de acción	Alcance	Ámbito
1	Mesas	ODEPA	MINAGRI	Fomento/ Comercial/ Fort. gremial	Generar instancias de diálogo y cooperación entre diferentes actores ligados al agro.	Diferentes rubros productivos del agro.	Productores, comerciantes, empresas, organizaciones, academia	Articulación y coordinación
2	Estudios	ODEPA	MINAGRI	Fomento/ Comercial/ Fort. gremial	Realizar estudios de la realidad silvoagropecuaria y colaborar en la armonización de propuestas, regionales y de los servicios del agro, con la política sectorial;	Diferentes rubros productivos del agro.	Actores del sector agropecuario	Asistencia técnica
3	Alianzas Productivas	INDAP	MINAGRI	Comercial	Promover y fortalecer alianzas productivas sustentables en el tiempo, por medio del acceso de pequeños productores a cadenas agroindustriales	Servicio integral de asesoría técnica en que INDAP le transfiere a la empresa demandante parte de los recursos para la prestación del referido servicio a proveedores-usuarios INDAP.	Productores y empresa demandante	Articulación entre proveedor-comprador

	Instrumento	Institución	Ministerio	Variable principal	Objetivos	Líneas de acción	Alcance	Ámbito
4	PRODESAL	INDAP	MINAGRI	Fomento/ Comercial	Generar condiciones para que los pequeños productores agrícolas, que poseen menor grado de desarrollo productivo, mejoren sus capacidades e incrementen su capital productivo	Desarrollo de capacidades productivas; Incubación y mejoramiento de emprendimientos económicos y vinculación al mercado; Articulación con otros programas de financiamiento a través de incentivos y/o créditos; Mejoramiento del capital social, la asociatividad y la participación en las comunidades rurales; Articulación con la red pública y privada; Promoción de un desarrollo sustentable.	Usuarios INDAP del programa. Pequeños productores.	Asistencia técnica
5	PDTI	INDAP	MINAGRI	Fomento/ Comercial	Facilitar el proceso de desarrollo de las familias originarias pertenecientes a comunidades, asociaciones y grupos de hecho, mediante intervención participativa, que les permitan el aumento de la producción y productividad de forma sustentable.	Asesorías técnicas individuales prediales y grupales en los rubros que se desarrollan, por parte del Equipo Técnico del Programa; Cofinanciamiento de proyectos de inversión; Articulación o complementación de apoyo y financiamiento tanto de INDAP como de otras instituciones de la red de fomento público-privada.	Usuarios INDAP del programa. Pequeños productores.	Asistencia técnica

	Instrumento	Institución	Ministerio	Variable principal	Objetivos	Líneas de acción	Alcance	Ámbito
6	Programa de Asesoría Técnica Especializada y Gestor Comercial	INDAP	MINAGRI	Comercial	Desarrollar de forma sostenible el nivel de competitividad del negocio o sistema productivo de los pequeños productores agrícolas, campesinos y sus familias	Asesoría técnica especializada (agroclimáticas y veterinarias; Agronómicas, Apícolas, Pecuarias, Alimentos Procesados y Artesanía y Turismo Rural); y orientación comercial (Tipificación y cuantificación de la oferta, Promoción y/o negociación, Operación de la Plataforma Comercial)	Pequeños productores agrícolas, campesinos y sus familias	Asistencia técnica y comercial
7	Programa de Asociatividad Económica (PAE)	INDAP	MINAGRI	Fomento	Permite el acceso de los actores de la asociatividad económica y economía social, tales como, cooperativas, empresas campesinas y grupos productivos a incentivos económicos no reembolsables, destinados a cofinanciar servicios en el ámbito de la gestión empresarial, desarrollo organizacional y asesoría técnica, entre otros	Gestión empresarial; asesoría técnica; fortalecimiento organizacional; desarrollo de capital humano y social; apoyo legal y tributario.	Grupos de pequeños productores o empresas asociativas campesinas	Asistencia técnica y organizacional
8	Gestión y soporte organizacional (PROGYSO)	INDAP	MINAGRI	Fortalecimiento gremial	Otorgar incentivos económicos destinados a financiar líneas de acción que digan relación con el desarrollo de habilidades y generación de capacidades que permitan apoyar la "Gestión Organizacional" y el "Soporte Administrativo" de las organizaciones campesinas a nivel nacional o regional.	Gestión Organizacional y soporte administrativo	Organizaciones campesinas	Asistencia organizacional y administrativa

	Instrumento	Institución	Ministerio	Variable principal	Objetivos	Líneas de acción	Alcance	Ámbito
9	Gestión Empresarial	INDAP	MINAGRI	Fomento/ Comercial	Acceder a incentivos económicos no reembolsables para cofinanciar servicios en el ámbito de la gestión empresarial	Administración y planificación de negocios; toma de decisiones informadas; mejorar rentabilidad	Usuario INDAP	Administración y gestión de negocios
10	Sabores del Campo- Alimentos procesados	INDAP	MINAGRI	Fomento/ Comercial	El Programa tiene dos componentes a los cuales acceden las empresas. El primer componente es el técnico de calidad e inocuidad y el segundo es el componente comercial.	Asesoría para la implementación de sistemas de aseguramiento de calidad (BPM); Análisis microbiológicos y análisis nutricionales; Capacitación en actividades grupales por año; Capacitación técnica en ámbitos de comercialización y gestión empresarial; Análisis técnico del funcionamiento de la empresa; Análisis técnico de los productos seleccionados de la empresa; Búsqueda de nuevos canales de comercialización.	Usuarios INDAP	Calidad e inocuidad de los alimentos y gestión comercial
11	Turismo Rural	INDAP	MINAGRI	Turismo/ Comercial	Apoyar a pequeños agricultores en el desarrollo y consolidación de emprendimientos que ofrezcan servicios turísticos enmarcados en la definición de INDAP	Se puede acceder a incentivos no reembolsables a través del Programa de desarrollo de Inversiones (PDI), apoyo en Asistencia Técnica a través del Servicio de Asistencia Técnica (SAT); apoyo en promoción y difusión de las iniciativas a través de apoyo en comercialización y promoción. Así como a créditos de corto y largo plazo	Usuarios, empresas campesinas individuales y asociativas	Capacitación y prestación de servicios

	Instrumento	Institución	Ministerio	Variable principal	Objetivos	Líneas de acción	Alcance	Ámbito
12	Proyectos de innovación	FIA	MINAGRI	Fomento/ Comercial	Financiar y respaldar estudios y proyectos de innovación orientados a gestionar los recursos naturales, productivos y tecnológicos en forma sustentable	Depende de la convocatoria anual	Personas naturales y jurídicas	Depende de la convocatoria anual
13	Comisiones Asesoras Regionales en Calidad e Inocuidad Alimentaria	ACHIPIA	MINAGRI	Fomento	Asesorar a los Intendentes Regionales (quienes presiden a éstas comisiones), en relación a la identificación, formulación y ejecución de programas, políticas, medidas de control y aseguramiento de calidad e inocuidad en alimentos prioritarios para las regiones. No solo considerando aquellos alimentos que Chile exporta, sino que también, los que se consumen en el mercado nacional.	Asegurar la calidad e inocuidad de los alimentos prioritarios en cada región del país, por medio del trabajo articulado con diversas instituciones públicas y organizaciones locales	Productores y extractores de alimentos	Articulación y coordinación
14	Programa Modernización de ferias libres	SERCOT EC	MINECON	Fomento/ Comercial	Entregar apoyo específico a la productividad y competitividad de emprendedores/as, micro y pequeños empresarios/as	Mejoramiento de infraestructura y/o equipamiento; Gestión empresarial; Comercialización de productos; Relación amigable con la comunidad; Nivel de formalización; Fortalecimiento organizacional	Ferias libres	Inversión

	Instrumento	Institución	Ministerio	Variable principal	Objetivos	Líneas de acción	Alcance	Ámbito
15	Fondo de Administración Pesquero	Subpesca	MINECON	Fomento/ Comercial	Busca promover y desarrollar de forma sustentable la actividad pesquera, mediante instrumentos de fomento e intervención social con un enfoque territorial.	Fomento y desarrollo de la pesca artesanal, así como la implementación de programas de vigilancia, fiscalización y administración de las actividades asociadas a este rubro; Capacitación, apoyo social y reconversión laboral de los trabajadores desplazados y en ejercicio de la industria pesquera; Investigación, promoción, fomento, administración, vigilancia y fiscalización de las actividades de pesca recreativa; Promoción del consumo humano de los productos del mar.	Pescadores artesanales	Fomento, capacitación, investigación y promoción
16	Fondo de Fomento a la Pesca Artesanal	Subpesca	MINECON	Fomento	Promover el desarrollo sustentable del sector pesquero artesanal chileno, y apoyar los esfuerzos de las organizaciones de pescadores artesanales legalmente constituidas de todo Chile, que buscan mejorar las condiciones de vida y laborales de sus asociados, respetando los recursos y el medioambiente, mediante el co-financiamiento de proyectos gestionados por las propias organizaciones	Diversas y múltiples áreas de financiamiento	Organizaciones de pescadores artesanales	Fomento, emprendimiento, gestión, etc.

	Instrumento	Institución	Ministerio	Variable principal	Objetivos	Líneas de acción	Alcance	Ámbito
17	Nodos para la Competividad	CORFO	MINECON	Fomento/ Comercial	Generar y articular redes entre emprendedores/as, micro y/o pequeñas empresas, impulsando la colaboración entre pares, la vinculación con actores relevantes de la industria y con las fuentes de información y conocimiento, contribuyendo así a mejorar su innovación y competitividad.	Todas las actividades que permitan a los beneficiarios atendidos asociarse y vincularse con actores relevantes de la industria y fuentes de información	Empresas y personas naturales (oferentes y demandantes)	Articulación con otras org. comerciales o productivas del sector
18	Programa de Apoyo al Entorno para el Emprendimiento y la Innovación Regional	CORFO	MINECON	Fomento/ Comercial	Fomentar el desarrollo de un entorno y/o cultura que busquen mejorar la competitividad de nuestra economía, a través de programas de amplio impacto regional que validen y promuevan la opción de emprender y el uso de la innovación como herramientas privilegiadas de desarrollo económico y social.	Actividades relacionadas con el desarrollo de un entorno y/o cultura para el emprendimiento e innovación, tales como: cursos o talleres de creatividad, liderazgo, lenguaje de negocios, redes de confianza, motivacionales, formativos, integración, negociación, entre otros	Empresarios individuales o personas jurídicas	Entorno y redes
19	Grupos de Transferencia Tecnológica	CORFO	MINECON	Fomento/ Comercial	Apoyar a grupos de 10 a 15 agricultores, que tengan en común al menos un rubro productivo, con proximidad geográfica entre ellos, para que a través de un trabajo colaborativo y sistemático puedan identificar y resolver los principales problemas productivos y de gestión que enfrentan en sus negocios.	Intercambio de experiencias entre pares, la discusión sobre problemas concretos de los predios, la difusión tecnológica, la incorporación de mejores prácticas y técnicas de gestión que les permitan identificar y cerrar brechas en estos ámbitos	Empresas silvo agropecuarias no beneficiarias de INDAP	Redes e intercambio de experiencias

	Instrumento	Institución	Ministerio	Variable principal	Objetivos	Líneas de acción	Alcance	Ámbito
20	Programa de desarrollo de proveedores	CORFO	MINECON	Comercial	Apoyar proyectos de empresas que busquen mejorar la calidad y productividad de sus proveedores	Consultorías, asistencia técnica, capacitación, transferencia tecnológica y acciones de promoción y difusión	Empresas y proveedores	Articulación comercial
21	Proyectos asociativos de fomento	CORFO	MINECON	Comercial (exportación)	Apoyar a un grupo de empresas para que, de manera conjunta, incorporen mejoras en gestión, resuelvan problemas que afecten su capacidad productiva, desarrollen capital social y/o generen una estrategia de negocio asociativa, para que mejoren su oferta de valor y accedan a nuevos mercados	Contratación de consultorías, asistencia técnica, capacitación y acciones de promoción y difusión	Empresas y grupos de empresas (al menos 3)	Gestión productiva y comercial
22	Programa de Emprendimientos Locales (PEL)	SERCOTEC	MINECON	Comercial	Apoyar a los emprendedores de una localidad para que mejoren su gestión, desarrollen sus competencias y capacidades y puedan acceder a nuevas oportunidades de negocios	Financiamiento de capacitaciones, consultorías y asistencia técnica, y del cofinanciamiento de un plan de inversiones	Empresas o emprendedores, pueden postular aquellos sin iniciación de actividades	

El listado de iniciativas recogidas muestra, como primer gran descubrimiento, que en ninguna de ellas existe un abordaje integral de todo el canal tradicional o que entre sus objetivos se busque un beneficio global para el canal, sino más bien se tienen iniciativas que fomentan el accionar productivo de cada actor y en algunos casos promoviendo mejoras en términos de comercialización.

A continuación, se presenta una breve descripción de los programas que tienen una importante injerencia en el actuar sectorial, junto a aquellas acciones ministeriales que podrían presentar una oportunidad de trabajo coordinado con los actores del canal tradicional.

#### *a.- Programas afectos a la producción agropecuaria*

Corresponde a programas provenientes principalmente desde el Instituto Nacional de Desarrollo Agropecuario, INDAP), como el Programa de Desarrollo Local (PRODESAL), que se encuentra presente en gran parte de las comunas rurales del país. Por medio de un convenio entre el municipio respectivo e INDAP, el programa busca apoyar el desarrollo de los pequeños productores usuarios de INDAP, en diversas áreas productivas. Si bien su enfoque ha sido históricamente de fomento productivo, la gran amplitud y diversidad de las acciones de los profesionales ejecutores del programa, ha llevado a trabajar en áreas como el turismo rural y la comercialización.

Actualmente el programa permite la atención a productores de perfil de pequeña producción, destacando la presencia de usuarios de características comerciales y multiactivos (INDAP, 2014). Sin embargo, el enfoque comercial se puede observar en algunos usuarios de carácter comercial, donde las opciones de integrar mejores cadenas comerciales y mercados más equitativos, pueden significar una opción real y sostenible en comparación con usuarios de menor competitividad.

El apoyo prestado por el programa es esencial en las comunas rurales del país, más aún en aquellos territorios alejados de las grandes ciudades y con un importante grado de aislamiento y conectividad. Su alta presencia en el país hace del programa una iniciativa relevante a potenciar, tanto por su cercanía con los/as productores/as como por las herramientas competitivas que sus profesionales pueden entregar a sus beneficiarios/as.

Otro programa de relevancia disponible desde INDAP es Alianzas Productivas, el cual busca promover el acceso de pequeños productores a cadenas agroindustriales u otros mercados compradores (supermercados, concesionarias de servicios de alimentos, entre otros), mediante el vínculo entre empresas que demandan un determinado producto y sus proveedores, estableciendo relaciones comerciales más transparentes y sostenibles en el tiempo. Funciona a partir del co-financiamiento entre INDAP y la empresa compradora, recursos empleados en asesorías que mejoren la producción y organización de los proveedores.

Este programa ha sido concebido desde la promoción del trabajo con supermercados y agroindustrias, los cuales por medio de encadenamientos con pequeños productores como proveedores, mejoran la comercialización de estos últimos por medio de contratos transparentes y condiciones conocidas en la negociación. Si bien esto ha sido un avance en el fomento de la agricultura de contrato, las condiciones requeridas por algunas empresas dejan fuera a gran parte de los productores, disminuyendo en gran medida el potencial impacto del programa. Recientemente INDAP, ha realizado algunos cambios al programa, permitiendo el encadenamiento con diversos actores como lo son las ferias libres, cooperativas de consumo, restaurantes, entre otros, presentándose como una acción concreta a favor del encadenamiento comercial de los actores del canal tradicional agroalimentario y pesquero.

Por último, cabe destacar que el año 2014 INDAP colocó a disposición de sus usuarios, el programa Sello Campesino para alimentos producidos por la agricultura familiar, con el objetivo de visibilizar y diferenciar estos productos, fortaleciendo el mercado interno y promoviendo encadenamientos comerciales más directos. Los beneficiarios serán aquellos productores que elaboren alimentos de mayor calidad e inocuos, contando con todos los requerimientos legales y sanitarios, con el objetivo de promover productos de origen campesino y de calidad.

Este tipo de instrumentos busca que el agricultor familiar campesino pueda optar a estrategias de diferenciación, visibilizando a los usuarios del programa que entregan productos de origen elaborados bajo las características rurales de su producción. Es una oportunidad para incorporar a productores a nuevos mercados, con la opción de obtener mejores precios y una mayor red potencial comercial.

La amplia gama de programas promovidos por INDAP, corresponde a fomento, lo cual se condice con su mandato como institución pública. Sin embargo, se puede observar un giro

hacia el desarrollo y re-estructuración de programas comerciales, que buscan el encuentro entre productor y consumidor final. El objetivo de acortar la cadena de comercialización, con el consecuente mayor margen potencial de rentabilidad, es un estado deseado y promovido desde la institucionalidad. A pesar de esto, se observan ciertos elementos que promoverían la inclusión con intermediarios más equitativos, a través del encuentro entre productores y comerciantes de menor tamaño, como lo pueden ser los feriantes y las cooperativas de consumo.

A pesar de que no exista una política nacional que fomente el desarrollo del canal alimentario, si se observan incipientes señales en la oferta de instrumentos públicos del sector agrario hacia una integración comercial de algunos de sus actores. Esta se centraría en la creación de algunos instrumentos que incluyen a sectores no considerados en años anteriores, hasta la flexibilización de instrumentos históricamente ejecutados por la mediana y gran empresa agropecuaria.

*“dos temas súper fuertes, que es el tema comercialización que todavía está como muy adepto y todo, pero está colocado porque antes había desaparecido y está el tema organización. Lo que hemos estado haciendo en el tema de comercialización de los productos de la agricultura familiar campesina, ha sido tratar de abrir todos los canales posibles, desde circuito corto estricto, con productores que venden directamente en pequeñas ferias, hasta tratar de mejorar las relaciones entre productores y supermercados. Se ha desarrollado la figura del gestor comercial que entra ahora, está la figura que es la alianza productiva que abrimos para que una feria libre o cooperativa de consumo pueda entrar. Lo que pasa es que yo creo que el tema de circuito corto, muchos entramos diciendo “los productores tienen que vender directamente, y por lo tanto, cualquier intermediario es malo”, esa imagen es súper difícil eliminarla, pero yo creo que lo vamos y lo tenemos que lograr, acceder a una alianza productiva, una red de restaurante, una cooperativa de consumidores, empezamos a abrir, ahora está recién, es un tema súper desconocido por INDAP (Mina Namdar, Asesora Dirección Nacional INDAP)”*

#### **b.- Programas correspondientes al sector pesquero artesanal**

El sector pesca artesanal cuenta con dos grandes programas que sirven para el desarrollo del sector y sus actores. Estos son el Fondo de Administración Pesquero (FAP) y el Fondo de Fomento para la Pesca Artesanal (FFPA). Ambos fondos son instancias legales, que por medio de proyectos van en ayuda del sector artesanal y sus actores.

El FAP tiene como misión “promover y desarrollar de forma sustentable la actividad pesquera, mediante instrumentos de fomento e intervención social, que permitan fortalecer y mejorar las condiciones socioeconómicas y productivas del sector pesquero con un enfoque de desarrollo económico territorial”. Este fondo, administrado por el

Consejo de Administración Pesquera<sup>11</sup>, está destinado a financiar proyectos de investigación pesquera y acuicultura y de fomento y desarrollo a la pesca artesanal.

Las líneas de financiamiento están orientadas hacia el fomento productivo, capacitaciones, desarrollo organizacional, investigaciones de acuicultura y pesqueras, y seguimiento y vigilancia de áreas de manejo (CENDEC, 2010). Este amplio rango de acciones, permitiría poder realizar acciones de coordinaciones con diferentes actores del canal tradicional, a partir del beneficio que puedan obtener los pescadores artesanales de este tipo de instrumentos.

Por su parte, el FFPA cuenta con los objetivos de “desarrollar infraestructura para la pesca artesanal; capacitar y asistir técnicamente a los pescadores artesanales y sus instituciones; propiciar el repoblamiento de recursos hidrobiológicos; y promover la comercialización de los productos y la administración de los centros de producción”. Este instrumento beneficia a pescadores artesanales organizados, ya sea por caletas, sindicatos, asociaciones gremiales, y cooperativas. También cuenta con una administración por parte del Consejo de Fomento de la Pesca Artesanal<sup>12</sup>, pero con participación de organizaciones representantes de los pescadores.

El alcance del programa es nacional y se opta a sus beneficios por medio de proyectos concursables. Según información entregada por CENDEC (2010), el menor porcentaje de los proyectos asignados corresponden al ítem de emprendimiento y comercialización, siendo un punto clave para los intereses de integración del canal. Esto podría graficar la necesidad de acciones en diferentes ámbitos que son prioritarias, quedando relegado el tema comercial.

El sector pesquero artesanal es de una gran relevancia económica para el país, además de su presencia a lo largo del territorio. El contar con dos programas que contienen un amplio espectro de acción establece una oportunidad para desarrollar acciones que contemplen la coordinación con los diferentes actores del canal. Junto a esto, está el trabajo coordinado que se realiza con los gobiernos regionales (a través de los fondos proporcionados por el **FNDR**) y sus estrategias de desarrollo. Es aquí donde ocurre la

---

<sup>11</sup> Integrado por el Ministro de Economía, Fomento y Reconstrucción, quien lo preside; el Ministro de Hacienda o un representante permanente designado por éste; el Ministro del Trabajo y Previsión Social o un representante permanente designado por éste; el Subsecretario de Pesca y el Director Nacional de Pesca.

<sup>12</sup> Está presidido por el Director Nacional del Servicio Nacional de Pesca e integrado además por: el Director Ejecutivo del Instituto de Fomento Pesquero, el Director Nacional de Obras Portuarias; un representante del Ministerio de Planificación y Cooperación, un representante de la Subsecretaría de Pesca y seis representantes de los pescadores artesanales provenientes de las tres macro zonas pesqueras del país: de la I a IV Región incluyendo la XV Región; de la V a la IX Región e Islas Oceánicas, y de la X a la XIV Región.

priorización de las acciones para un determinado territorio, aunando esfuerzos bajo determinado márgenes de acción dependiendo de la realidad territorial y sus particulares demandas. Los actores tanto los institucionales ligados al sector como los propios pescadores artesanales, han manifestado la importancia que significa para ellos el poder integrar los esfuerzos como canal, ya sea desde el fomento a la comercialización, como también en aquellas acciones gremiales propias del canal.

*“el porcentaje o el delta enorme que hay de un precio a otro, es decir, el precio que le llega al consumidor al precio que sale del extractor es tres, cuatro, cien, doscientas veces más alto que lo que sale realmente en playa, eso nosotros de la manera que lo estamos tratando de trabajar es: no eliminando a los comerciantes porque yo creo que es parte de la cadena y son importantes que estén. El tema es mejorar las condiciones de esos comerciantes, y no tan solo los comerciantes sino que también pescadores artesanales, para que ellos puedan tener un mayor valor al producto que están entregando y también un mayor control o trabajo de venta, para poder tener una gestión comercial mucho mejor. A la gran mayoría de los proyectos nosotros les estamos dando asistencia técnica, generando los recursos no tan solo aquí tiene las maquinas, sino que aquí tiene las máquinas y aparte tienen asesoría para que puedan aprender las cosas. Lo que estamos generando ahora que tenemos algunas líneas piloto para el próximo año es ver el tema de cómo generamos estas cadenas de comercialización de mejor manera, ¿Por qué?, porque los comerciantes van directamente a las salas de proceso a buscar el pescado o van a la playa a comprarlo. Entonces ellos se desligan, venden el diario y se van y no todos están interesados en generar una cadena de comercialización o una de transformación de productos, porque este rubro o este sector está muy asociado al día a día y está capturado por los comerciantes, y por todos estos intermediarios y sobre todo en sectores más rurales. En sectores rurales estamos hablando de que es más difícil acceso, que no tienen camino pavimentado, son caminos rurales y obviamente el que llega con el camión allá, le compran al precio que ellos quieren. Entonces lo que se está generando, no en todos los territorios pero en algunos de ellos, lo que estamos tratando de generar es este cambio cultural, que ellos vean la importancia de generar este valor agregado y de buscar otros canales de comercialización (José Luis de la Fuente, Encargado Unidad Fomento y Desarrollo Pesca Artesanal Subpesca)”*

### c.- Programas de apoyo a la comercialización

#### *Fondo de Desarrollo de las Ferias Libres. SERCOTEC*

El programa de modernización de ferias libres es un fondo concursable, por medio del cual las ferias presentan proyectos de mejoras de infraestructura y/o equipamiento, gestión empresarial, comercialización de productos, relación amigable con la comunidad, nivel de formalización y fortalecimiento organizacional. Se destaca la presentación del proyectos desde lo colectivo, si bien los beneficios recaen sobre los “puestos” de las ferias, el trabajo tiene una base comunitaria que permite a cada feria mejorar en su integridad.

Este programa es único en su categoría, el cual ha sido producto de un trabajo de acercamiento que el sector feria libre ha construido con el servicio SERCOTEC del Ministerio de Economía. Inicialmente los beneficios han sido principalmente en infraestructura, nivelando la mayor cantidad de ferias en términos de modernización.

A partir 2015 hubo cambios en el Fondo, que implican fortalecer la capacitación de los feriantes y que los temas de infraestructura y otros sean complementarios y vinculados a ella. Aunque hubo consulta al respecto a la Confederación Gremial Nacional de Organizaciones de Ferias Libres, ASOF-CG, ella ha perdido incidencia en el diseño, decisión e implementación de esta iniciativa, gestionada por ellos el 2008 y para lo cual lograron en el actual período presidencial un aumento del 100% de ese Fondo. El Gore de la RM destinó también importante fondo el 2015, a administrar por SERCOTEC, lo que ha ocurrido también en otras regiones.

#### *Programa de Emprendimientos Locales (PEL)*

El Programa de Emprendimientos Locales de SERCOTEC, permite “fortalecer la gestión de emprendedores de una localidad, mediante el desarrollo de competencias y capacidades, y de financiamiento compartido de la inversión. Su objetivo es que los beneficiarios accedan a nuevas oportunidades de negocio o mantengan los existentes”. Este programa se ha caracterizado por entregar importantes recursos a proyectos de turismo rural, encadenando sus beneficios a otros programas como Capital Semilla de SERCOTEC y PDI de INDAP (RIMISP-INDAP, 2015)

Este programa sirve de apoyo para las pequeñas y microempresas que requieren apoyo para el crecimiento y sostenibilidad de sus actividades. Para esto se cuenta con asistencia

técnica y capacitación, las cuales permiten fortalecer las capacidades empresariales de los beneficiarios.

#### *Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP)*

El Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP) busca mejorar la calidad y productividad de los servicios y productos entregados por las empresas proveedoras a la empresa “demandante”. Estas empresas se verán beneficiadas por el diseño y ejecución de un plan de trabajo, que busque mejorar la relación de comercialización entre ambos actores. Con esto se promueve la integración de las empresas proveedoras a cadenas productivas que mejoren y establezcan el vínculo comercial. Por su parte las empresas de mayor tamaño logran mayores niveles de flexibilidad y adaptabilidad, mientras que las proveedoras aseguran productos y servicios de mayor calidad.

Este programa representa una oportunidad para el encuentro entre actores de fomento y comerciales, que les permita visualizar sus acciones como actores primordiales de un mismo canal.

#### *Programas CORFO*

Los programas de CORFO mencionados en el listado de instrumentos expuesto anteriormente, históricamente han sido desarrollados para empresas que tienen ciertas características de formalidad. Los principales beneficiarios son aquellas empresas que cuentan con formalización de sus actividades y cuentan con un respaldo económico ya logrado, siendo reducida la posibilidad de participación de la pequeña agricultura, pesca artesanal y ferias libres.

Estos programas se ven especialmente como una oportunidad para productores silvoagropecuarios y mini empresarios pesqueros de mediano tamaño, los cuales podrían ser un aporte interesante para la alimentación de la población si logran realizar un encadenamiento con los diferentes actores del canal tradicional.

#### *Consumidores*

Los consumidores hoy en día demandan productos más sanos, naturales y de procedencia conocida y bajo estándares de producción y comercialización más equitativos. Es una tendencia moderna que se observa en una incipiente parte importante de la población. Si bien el rol de los consumidores ha sido de carácter reivindicativo y de lucha por sus derechos, actualmente se podría pensar en un rol mucho más activo y que

permitiría trabajar de forma más coordinada con los actores que entregan sus productos alimenticios.

En este sentido, se han desarrollado iniciativas de consumidores que buscan generar concientización sobre la importancia del comercio justo. Una de ellas es la que promueve la Fundación Ciudadano Responsable, que busca generar y apoyar el consumo concientizado y responsable. Para esto realiza actividades que van en el orden de fomentar el consumo de productos provenientes del comercio justo actividades de difusión, y talleres que promocionan puntos de venta de comercio justo (RIMISP, INDAP, 2015).

#### *d.- Programas para el desarrollo del sector alimentario*

##### *Programas dependientes del Ministerio de Desarrollo Social*

El ministerio de desarrollo social cuenta a nivel nacional con una política pública promulgada el año 2013, la cual “promueve la alimentación los estilos de vida libre de tabaco, comienzo de la actividad física y fomento también de los espacios de asociatividad y de vida al aire libre, considerando que la alimentación saludable y que los hábitos de vida saludable no sólo están ligados a la salud sino que también están dentro del marco social y cultural de las comunidades (XXXX Desarrollo Social)”. La ley correspondió a la 20.670, dando origen al programa Elige Vivir Sano (EVS), alojando su secretaría ejecutiva en el Ministerio de Desarrollo Social.

El funcionamiento del programa radica en la coordinación de los programas que tengan relación con la promoción de la alimentación saludable. La ejecución instrumental es realizada por los diferentes ministerios, y sus respectivas agencias, el programa EVS coordinada y articula dichas instancias públicas. A modo de ejemplo, el programa cuenta con un convenio de colaboración con las ferias libres, el cual busca promover en diferentes regiones una mejor alimentación.

Si bien es un programa que se encuentra en su fase inicial de implementación, el mecanismo de articulación y coordinación entre las diversas instituciones relacionadas al tema alimentación, es una iniciativa potencial interesante para el futuro trabajo que podría presentarse con los actores del canal tradicional.

### *Programas dependientes del Ministerio de Salud*

El ministerio de salud (MINSAL) a través de la División de Políticas Públicas Saludables y Promoción, y específicamente por medio de su Departamento de Nutrición y Alimentación, realiza un trabajo cercano con diferentes actores del canal tradicional. Principalmente se mencionan dos fuentes de trabajo *“una es el de Salud Pública orientado a fomentar la alimentación saludable y orientar el consumo de los productos del canal, y por otro, la relación que es a través de la Seremi de Salud en relación a la fiscalización de la producción de todos los alimentos que se tengan en el país (Andrea Rivera del MINSAL, 2015)”*

El ministerio no cuenta con instrumentos directos que tengan carácter de concursables como lo se ha presentado en otros casos, sino más bien se trabaja en base a líneas programáticas que surgen de la política pública institucional. La ejecución de dichos programas se realiza a través de municipios y por fomento de la alimentación saludable de manera directa con las organizaciones correspondientes. En este sentido, el trabajo de promoción se articula en lo local, con las organizaciones, los municipios y MINSAL, el cual entrega recursos para la realización de determinadas actividades que se encuentren bajo el marco de acción del ministerio.

Es importante mencionar que el propio MINSAL, en base a sus análisis y nuevas políticas, sugiere que el camino de trabajo es con las organizaciones que trabajan por una mejor alimentación, debido a que *“(...) la línea de determinantes sociales dice que, bueno, no es que las personas sean o no quieran ser saludables, sino que hay un montón de condiciones que determinan sus elecciones finales (Patricia Zamora, Asesora departamento Nutrición y Alimentación MINSAL, 2015).*

En este sentido, el MINSAL podría jugar ser un actor un rol más activo en el trabajo del canal tradicional y sus actores, potenciando la coordinación entre ellos y el propio ministerio, a través de sus múltiples mecanismos de apoyo a la promoción de una alimentación saludable y desde la experiencia con instituciones locales (municipio, consultorios, entre otros).

### *Eventos esporádicos de apoyo a la comercialización*

Especial mención requieren el análisis de las ferias promovidas principalmente por el sector agropecuario. Entre las más destacadas se encuentran la Expo Mundo Rural, realizada todos los años para la venta de los productos de usuarios INDAP, y las ferias regionales de propios productores beneficiarios del programa PRODESAL.

Estas iniciativas cumplen con objetivos de promocionar productos elaborados por los propios productores, los cuales presentan dificultad para la comercialización y el acceso a mercados más equitativos y eficientes. Es por esto que INDAP fomenta el desarrollo de estas actividades, donde no tan solo se visibilizan sus productos sino también los propios productores, generando instancias de intercambio comercial y articulación de redes.

*e.- Proyectos e iniciativas sectoriales particulares*

A continuación se entrega una cartera de proyectos de instituciones públicas, que tienen relación con el canal alimentario agro-pesquero tradicional.

Área intervención	Institución pública/ instrumento apoyo	Proyecto	Actores vinculados	Plazo ejecución
Promoción alimentación sana	Ministerio Desarrollo Social. Programa Elige Vivir Sano	Ruta saludable	ASOF C.G Central Valledor Lo	2015
Comercialización	INDAP. PRODESAL	Desarrollo de vinculación de mercado	AFC	2015 – 2016
	INDAP. Alianzas productivas	Articulación comercial con agroindustria, supermercados y ferias libres	AFC Ferias libres, potencial	2015 – 2016
	INDAP. Programa asesoría técnica especializada y gestor comercial.	Asesoría técnica especializada y orientación comercial	Pequeños productores agrícolas	
	INDAP. Tiendas campesinas	Creación de tiendas campesinas con productos		
	INDAP – PAE. Programa apoyo a la asociatividad económica de la organización	Apoyo a la generación de negocios asociativos	Grupos campesinos de	
	Ministerio Desarrollo Social FOSIS	Eco puestos promoviendo comercio sano y ecológico	Feriantes productores Rancagua	2015 – 2016

Área intervención	Institución pública/ instrumento apoyo	Proyecto	Actores vinculados	Plazo ejecución
Fortalecimiento Organizacional y calidad de vida	INDAP – PROGYSO (gestión y soporte organizacional)	Gestión organizacional y soporte administrativo	17 organizaciones campesinas	2015 - 2016
	Subsecretaría de Previsión Social FEP	Proyectos de formación y difusión en seguridad social	Feriantes Campesinos Pescadores artesanales	2015 - 2016
	Ministerio Sec. Gral Presidencia. Fortalecimiento Organizaciones interés público	Escuela nacional de liderazgo organización ferias libres	Feriantes	2015
Sustentabilidad - desarrollo territorial y fortalecimiento canal	Consejo producción limpia (CPL)	Acuerdo producción limpia (APL) feria libre.	ASOF	
	GORE – RM – FIC	Hacia la sustentabilidad de comunidades agrícolas de Santiago potenciando cadenas de valor asociadas al territorio	ASOF	2016 – 2017
	Subsecretaría de Pesca. FAP	Desarrollar de forma sustentable actividad pesquera con instrumentos de fomento e integración social con enfoque territorial	Sindicatos pescadores artesanales	
	SERCOTEC. Fondo desarrollo ferias libres	Proyectos desarrollo feria libre	Organizaciones ferias libres	
	INDAP – CODEMA, convenio	Proyecto fortalecimiento relaciones campesinos - feria libre	CODEMA	2016 - 2017
Estudios e innovación	ODEPA	Estudio	AFC – ferias libres – pesca art. - consumidores	
	FIA – MINAGRI	Mejorar la competitividad de la agricultura familiar campesina (AFC) por la valorización de productos con identidad territorial y acervo cultural.	AFC – confederación UOC y otros	

#### **4.- Brechas institucionales**

A partir de la revisión de los programas más relevantes, tanto para el canal en su conjunto, como para los propios actores, y del análisis instrumental realizado, se pueden observar ciertas brechas institucionales, las cuales, al ser abordadas de manera puntual y conjunta, podrían generar nuevos espacios y entendimientos sobre la visión de la importancia que el canal tradicional podría presentar para la población y la institucionalidad involucrada.

Como primer elemento, es importante destacar que no existe una institucionalidad mayor y nacional referente al tema alimentario en particular, sino más bien que el abordaje de esta problemática se realiza a partir de una importante y diversa oferta de instrumentos públicos sectoriales. Esta característica requiere de una coordinación y articulación compleja al momento de trabajar con diferentes actores y de diferente origen, que son los que componen el canal tradicional.

La participación de grupos económicos/sociales de diferentes sectores ante una institucionalidad sectorial y descoordinada, no logra encontrar el punto común ante una contraparte pública. No se da el encuentro entre oferta pública y demanda social, debido, en parte, a una demanda social descoordinada, que tampoco se articula de forma eficiente para poder generar sus propias demandas de forma clara ante la institucionalidad pública.

En este sentido, cobra una relevancia mayor el accionar conjunto con la institucionalidad local, el municipio, el cual ha sido destacado en la mayoría de los talleres nacionales y regionales, tanto por parte de los propios actores del canal como de las instituciones ligadas. Se ha manifestado una demanda por fortalecer el rol municipal en el accionar local, que pueda coordinar y articular las acciones relativas al desarrollo del sector alimentario en los propios territorios.

Se reconoce un importante esfuerzo histórico por parte de la institucionalidad silvoagropecuaria y pesquera respecto a los temas de fomento productivo y asistencia técnica especializada, sin embargo, los temas referentes al desarrollo comercial y de integración a cadenas de valor equitativas, aún sigue estando pendiente. En este sentido, la política desarrollada hacia los mercados de exportación, dejó ausente a los productores más pequeños, derivando sus esfuerzos hacia un mercado interno en el cual el acceso de forma competitiva no ha sido posible en mayor medida.

El desarrollo de instrumentos que fomentan la “gestión comercial” sigue centrando sus esfuerzos en el fomento productivo, a pesar de definirse como generadores de instancias comerciales. Los beneficios siguen presentándose sobre los grupos productivos, a través de mejoras en la gestión empresarial y análisis de mercados, sin embargo la articulación con actores que juegan un rol comercial o consumidor final dentro del canal queda pendiente y no se desarrolla dentro de la mayoría de estos instrumentos.

La construcción de los instrumentos públicos que van en beneficio de los actores del canal, se construyen, principalmente, en ausencia de los propios beneficiarios<sup>13</sup>, operando a partir de vacíos institucionales, es decir, que no llegan de forma adecuada y pertinente a los territorios donde se realiza la intervención pública. Con esto, los beneficios quedan con un impacto menor para el cual fueron diseñados.

En los territorios de producción o extracción de recursos naturales, se produce una institucionalidad propia, debido a las diferentes acciones y particulares realidades de sus actores. Se generan relaciones distintas que requieren construir la institucionalidad a partir de esas realidades. Para esto se hace necesario descentralizar las políticas y la institucionalidad, generando instancias de participación activa y de carácter vinculante, permitiendo tener una retroalimentación eficiente con el nivel central de gobierno.

Los nuevos escenarios rurales (y relaciones urbano-rurales) muestran territorios en los cuales la población ya no se dedica de forma exclusiva a temas agropecuarios, sino que existe una importante diversificación del empleo no agrícola. La mirada es multidimensional, requiriendo no solo una actuar institucional agropecuario ni pesquero, sino también con elementos sociales y económicos (de inversión) diversos. Es así como los temas de protección social requieren ser considerados al momento de definir políticas agropecuarias y pesqueras, considerando sistemas de transferencias condicionadas, previsión social, acceso a salud y educación. Está demostrado que estos elementos permiten una mejor seguridad alimentaria y nutricional por parte de la población, entregando opciones sociales y económicas a los productores de alimentos de un determinado territorio.

Según recomendaciones de la OCDE (2008), para un desarrollo agroalimentario y pesquero más inclusivo, se requiere de: instrumentos de política, inversión en capital humano, inversión en infraestructura, I+D y extensión, crédito, reformas laborales,

---

<sup>13</sup> Esta construcción no representativa se puede presentar, ya sea por la incapacidad de la generación de la demanda social como también por el nivel de entendimiento de esa demanda por parte de las autoridades

transferencias en dinero (posiblemente condicionadas), políticas regionales, desarrollar asociaciones de productores y políticas de tenencia.

Al momento de hablar de alimentación saludable y su promoción, el actor institucional de mayor renombre es el ministerio de salud. Es esta institucionalidad a través de sus políticas el cual va determinando las políticas alimentarias, es decir fuera de la institucionalidad agropecuaria la cual es responsable de la producción de dichos alimentos saludable. Es aquí donde se requiere dirigir los esfuerzos hacia el desarrollo de políticas, programas e instrumentos agroalimentarios y pesqueros, de manera coordinada y articulada entre ambas instituciones.

El rol de los consumidores es cada vez más importante. A pesar de esto, su participación en el acceso a instrumentos es extremadamente débil. Es importante considerar que la política e institucionalidad ha sido establecida para el fomento productivo, pero no así desde la promoción del acceso a productos (alimentos) por parte de los consumidores, es por esto que la inclusión como beneficiarios de los instrumentos a grupos de consumidores, permitiría desarrollar programas e instancias públicas de mayor representatividad y fortalecimiento del canal.

## 5.- Recomendaciones y futuras acciones

A partir del análisis realizado y de las brechas institucionales detectadas, a continuación se entrega una sistematización de instrumentos públicos potenciales para abordar hitos críticos del sector.

Hito crítico canal	Instituciones	Instrumentos públicos	Actores
Identidad canal alimentario agro pesquero tradicional y construcción de relato colectivo	División economía social y cooperativas ODEPA, INDAP, Subpesca, SERCOTEC	Relacionar Programas Principales en curso con Identidad e importancia canal alimentario en interacción con actores	Coordinación AFC Conapach y otros, ASOF – Conadecus, Codema
Intercambio entre los actores del canal para su conocimiento y acuerdo posible iniciativas	INDAP – Subpesca – SERCOTEC- Odepa – Subsecretaría de Previsión Social – FEP- Municipios	Dar continuidad a presente estudio, con Talleres de intercambio y de acciones comunes de actores del canal a nivel regional y local	Coordinación AFC Conapach y otros, ASOF – Conadecus, Codema
Visibilidad del canal y rol principal en la alimentación sana de la población	INDAP – Subpesca – Minsal – Min. Desar. Social - Municipios	Expo Mundo Rural, presencia principal canal. Taller de intercambio equipos comunicacionales instituciones para aportar a visibilidad canal	Coordinación AFC Conapach y otros, ASOF – Conadecus, Codema
Agenda de la institucionalidad pública y los actores para el desarrollo Canal para la alimentación sana población	Minagri – Minecom – Minsal – Min. Desar. Social – Min. Del Trabajo - ACHM	Equipo intersectorial de Ministerios que de conjunto con representantes de actores del canal avance en una Agenda hasta el 2018 del canal	Coordinación AFC Conapach y otros, ASOF – Conadecus, Codema
Programa desarrollo territorial sustentable del canal alimentario agropesquero	CORFO – Ministerio Desarrollo Social – Minagri y Municipios	Programa Piloto a realizar en comunas de fuerte presencia de actores del canal, en diversas regiones país, orientados a un desarrollo territorial sustentable	Coordinación AFC Conapach y otros, ASOF – Conadecus, Codema
Fortalecer relación de socios entre los actores del canal y las instituciones públicas	Todas	Considerar en los diversos programas de la institucionalidad pública vinculados al canal alimentario, formas de integración y participación real de representaciones de los actores del canal.	Coordinación AFC Conapach y otros, ASOF – Conadecus, Codema

A partir de los hitos críticos descritos en la tabla anterior, surgen algunas recomendaciones a partir de la evaluación de las capacidades en la institucionalidad pública para asumir la integridad del canal considerando la existencia de normativas y objetivos propios. A través del desarrollo del estudio se ha percibido la existencia de interés y posibilidades de desarrollo del canal desde la institucionalidad pública, a pesar del desconocimiento del canal y de su importancia. Elevar el aporte de las instituciones públicas al desarrollo del canal tradicional, se debiese considerar:

- *Realizar de talleres de formación y difusión de representantes de las instituciones públicas con representantes del canal, de carácter nacional, regional y local;*
- *Adecuar instrumentos de las instituciones a las demandas de la Agenda de desarrollo del Canal Alimentario Agro-pesquero Tradicional 2016;*
- *Incorporar la alimentación sana de la población en la política comunicacional de las diversas instituciones públicas, relevando la importancia del canal alimentario agro-pesquero tradicional en esa iniciativa; esto se sustenta en el hecho de que entrevistados de instituciones públicas mostraron a través de ejemplos que es posible adecuar normativas legales a la realidad de sectores, como los relacionados al canal alimentario agro-pesquero tradicional. Por otra parte existe en cada institución diversas formas de relación con el territorio que pudieran ser consideradas en la necesidad de difusión de la alimentación sana y la importancia del canal alimentario en ella;*
- *Adecuar la relación entre los esfuerzos por la visibilidad de la iniciativa a implementar, con el volumen o la dimensión de ella;*
- *Fomentar la práctica de iniciativas de interrelación entre instituciones públicas, en algunos casos analizados, esto ha mostrado las ventajas que tiene la superación de la visión institucional particular al integrarse con otros actores, conocer nuevos ángulos de las temáticas y posibilidades de potenciar esfuerzos y resultados. En los participantes en representación del estudio se anotó el interés real de aportar al desarrollo del canal. Ese interés puede generar valiosos hallazgos de relaciones e iniciativas a realizar entre la institución pública y el canal;*
- *Ya, en mayor profundidad, estudiar las opciones de generar la institucionalidad que permita el funcionamiento de una especie de poder comprador estatal en algunos productos, especialmente frente a potenciales distorsiones del mercado por problemas climáticos o de otra índole. Ese poder comprador puede ser también local y para resolver demandas de ese nivel. Vinculado a esto, puede funcionar alguna cláusula en el sistema de compras públicas, que facilite una compra rápida frente a una coyuntura que pueda distorsionar el mercado*

Con la información obtenida se confeccionó una matriz base de cada institución pública, vinculada a variables iniciales, que considera objetivos estratégicos, líneas de acción, proyecto y/o iniciativas, actores vinculados, períodos de ejecución. Esta matriz tomará en consideración las actividades en curso, las planificadas para el año 2016 en adelante y otras que estén en discusión hasta el año 2018.

**F.- CARTERA DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES VINCULANDO ACTORES E INSTITUCIONES CON INSTRUMENTOS DE APOYO.**

<b>Área estratégica</b>	<b>Ámbito de acción</b>	<b>Actividades específicas</b>	<b>Instituciones relacionadas</b>
<b>Mejorar el abastecimiento de alimentos frescos y saludables</b>	Desarrollar una agenda de trabajo de corto y mediano plazo que permita mayor conocimiento del actuar de las diversas instituciones y organismos públicos, con las instancias de representación del canal (nacional, regional y local).	Definir un programa de trabajo, tanto a nivel central como con regiones principales	ODEPA, MINSAL, SUBPESCA, INDAP, MINECON, MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL, CORFO, GOREs
	Creación de nuevos mercados vinculados al canal alimentario agropesquero tradicional	Establecer un proyecto que permita definir nuevos mercados y formatos de comercialización en diferentes zonas del país	INDAP, ODEPA, MINECON, USACH, CORFO, GOREs, ACHM
	Mejorar el conocimiento sobre posibles “desiertos alimentarios” (limitantes de funcionamiento, influencia del comercio informal, usos alternativos de los espacios y terrenos)	Realizar un estudio territorial y funcional que permita determinar las actuales y potenciales dinámicas respecto al acceso a alimentos más sanos por parte de la población	INDAP, ODEPA, FAO, IICA, USACH
<b>Consolidar el rol del canal tradicional y de sus actores</b>	Fortalecer la organización y representatividad del canal a nivel nacional, así como promover la conformación de instancias regionales/territoriales del canal	Realizar un programa de fortalecimiento con las distintas organizaciones del canal tradicional, tanto a nivel central como regional	SENCE, ODEPA, INDAP, MINECON, SUBPESCA
	Establecer agenda de trabajo con las contrapartes públicas referentes a materia alimentaria y nutricional	Elaborar un plan de trabajo con las instituciones públicas directamente relacionadas con el desarrollo del canal tradicional	MINISTERIO DE SALUD Y OTRAS INSTITUCIONES DEL DEL CONSEJO CONSULTIVO CODEMA
	Promover instancias interinstitucionales de trabajo por mejorar el acceso y derecho a la alimentación sana	Realizar un estudio que permita definir una eficiente instancia interinstitucional como contraparte del canal tradicional	MINSAL, ODEPA, INDAP, MINECON, SUBPESCA, DESARROLLO SOCIAL

Área estratégica	Ámbito de acción	Actividades específicas	Instituciones relacionadas
<b>Sensibilizar y difundir la importancia y rol del canal a nivel público y de la ciudadanía</b>	Definir y ejecutar un programa de actividades de sensibilización en aquellas instituciones públicas directamente relacionadas	Realizar talleres de formación y difusión de representantes de las instituciones públicas con representantes del canal, de carácter nacional, regional y local	INDAP, ODEPA, MINSAL, MINECON, SUBPESCA, DESARROLLO SOCIAL, TRABAJO
	Difundir el rol del canal y sus actores a nivel ciudadano	Incorporar la alimentación sana de la población en la política comunicacional de las diversas instituciones públicas, relevando la importancia del canal alimentario agro-pesquero tradicional en esa iniciativa	FUCOA, ODEPA, INDAP, MINSAL, MINECON, SUBPESCA, DESARROLLO SOCIAL
	Sensibilizar a las organizaciones de consumidores respecto a su rol en el canal tradicional	Fortalecer las organizaciones de consumidores respecto a su rol dentro del canal tradicional	USACH, CONADECUS, FEDERACIONES DE ESTUDIANTES, FAO, IICA, ONGS
		Generar organizaciones productivas de consumidores, que permitan acortar la cadena de comercialización del canal	ODEPA, INDAP, MINECON
<b>Adecuar y generar instrumentos y/o normativas de las instituciones públicas para el desarrollo y fortalecimiento del canal tradicional y de sus actores</b>	Realizar estudios y análisis legales-institucionales sobre la pertinencia que tienen los instrumentos ya disponibles para los actores del canal	Adecuación de instrumentos de las instituciones a las demandas de la Agenda de desarrollo del Canal Alimentario Agro-pesquero Tradicional 2016	TODAS
		Generar estudios que permitan estudiar nuevas instancias e instrumentos públicos descentralizados, relevando la importancia de las realidades locales en regiones	TODAS
	Generar nuevos instrumentos públicos de apoyo al canal tradicional que tenga un beneficio global e integral, dejando de lado la mirada sectorial	Realizar estudios que permitan definir nuevas iniciativas institucionales de apoyo al canal tradicional	ODEPA, MINECON, EVS, DESARROLLO SOCIAL

Área estratégica	Ámbito de acción	Actividades específicas	Instituciones relacionadas
<b>Mejorar las condiciones en que operan los actores del canal</b>	Manejo y gestión de la información estratégica por parte del canal y sus actores	Desarrollar un observatorio del canal tradicional	ODEPA, SUBPESCA, INE, INDAP, ECONOMÍA, FAO
	Mejorar la normativa que rige el funcionamiento de los diferentes actores (agricultores, pescadores, ferias libres).	Establecer estudios y proyectos en materias de protección social.	ODEPA, TRABAJO, SUBPESCA
	Generar instancias que ayuden a potenciar la identidad del canal	Relevar al canal y sus actores en eventos como Expomundo Rural, Día Mundial de la Alimentación e instancias similares	MINAGRI, INDAP, SUBPESCA, FAO
	Talleres de formación de representantes de las instituciones públicas con representantes del canal, de carácter nacional, regional y local	Generar una cartera de proyectos que permita fortalecer gremial y productivamente los diferentes actores del canal y de las instituciones públicas	MINAGRI, SUBPESCA, MINECON, ACHM, GORE
<b>Incrementar el rol del Estado en los procesos de adquisición de alimentos provenientes desde la AFC y la pesca artesanal</b>	Diseñar y ejecutar un programa de compras públicas en distintos territorios nacionales	Establecer un programa de trabajo político y técnico respecto a la incorporación de la AFC y pesca artesanal en el sistema de compras públicas	ODEPA, INDAP, MINECON, INTERIOR, SALUD, DESARROLLO SOCIAL
	Estudiar la factibilidad de generar un poder de compra estatal en determinados rubros productivos de la AFC	Estudiar la factibilidad técnica de generar un poder de compra estatal, en base a la experiencia actual de COTRISA, pero referente a frutas/hortalizas	ODEPA, MINECON
<b>Fortalecer los programas educativos para profesionales y técnicos respecto al tema alimentario, nutricional y comercial de la pequeña agricultura y pesca artesanal</b>	Analizar la factibilidad de integrar en los currículos de la educación superior temas relacionados a las demandas del técnicas del canal tradicional	Generar acuerdos de colaboración entre universidades, institutos, sector público y el canal tradicional con el fin de establecer acciones beneficiosas para el canal	USACH, FEDERACIONES DE ESTUDIANTES, ODEPA, MINSAL, MINEDUC
	Generar una red de profesionales (graduados y practicantes) que permita contar con un grupo técnico referente a la alimentación a partir del canal tradicional	Formar profesionales con competencias técnicas, aptos para labores en las instituciones públicas como en las organizaciones productivas del canal	MINEDUC, MINECON, MINSAL, USACH, ODEPA, INTA-U. DE CHILE
	Definir programas de colaboración entre los actores del canal y las universidades, centros de alumnos, federaciones estudiantiles, entre otros.	Incorporar espacios del canal tradicional como centros de práctica, intercambio, seminarios, vinculados a las temáticas de formación universitaria o profesional	MINEDUC, MINECON, MINAGRI, ODEPA, USACH, U. DE CHILE

## **G.- PROPUESTA DE MESAS REGIONALES DEL CANAL TRADICIONAL**

De acuerdo a la propuesta de trabajo, se incorporaron en el estudio diversas acciones destinadas a promover y sentar las bases para que se conformen instancias de coordinación de los principales actores del canal alimentario agrícola y pesquero tradicional, así como representantes de los sectores vinculados (Instituciones de fomento, academia, gobiernos regionales, municipios, entre otros), en las regiones incluidas en la propuesta para el presente estudio.

El enfoque empleado para promover el desarrollo de instancias de coordinación en las regiones incluidas en la propuesta para el presente estudio, fue participativo, y en ellos se utilizaron talleres y grupos focales en las regiones estudiadas (Valparaíso, RM, O'Higgins, Biobío). En estas actividades se expuso a los participantes la opción de establecer una coordinación entre los sectores o rubros que conforman el canal tradicional, con otros actores relevantes en regiones. Se propuso establecer una coordinación entre los participantes de los talleres regionales, con la Corporación Observatorio del Mercado Alimentario, como una forma de traspasar la experiencia adquirida en esta instancia a los actores que podrían conformar mesas regionales de coordinación del canal.

El Estudio aportó a través de talleres realizados a la coordinación de actores principales – organizaciones de feriantes, pescadores artesanales, campesinos - del canal alimentario agrícola y pesquero, así como con las instituciones vinculadas – Seremias de Agricultura, INDAP, Desarrollo Social, Salud en las Regiones de O'Higgins, Biobío y Valparaíso, contando para ello con el respaldo de organizaciones e instituciones nacionales (ODEPA, Subpesca, Ministerio Desarrollo Social y de Salud).

Los actores nacionales de CODEMA tienen diversa expresión organizacional en regiones. Las organizaciones de la pesca artesanal participante son socias directa de CONAPACH, pero sin estructura regional, al igual las organizaciones campesinas. Si tiene estructura regional la Confederación Nacional de Organizaciones de Ferias Libres, ASOF-CG. En caso de Biobío tuvo participación indirecta la Vega Monumental, que es empresa privada.

La invitación a cada participante de los talleres consideró el despacho de un material sobre la Corporación Observatorio del Mercado Alimentario, CODEMA, y la Propuesta de Agenda de su Consejo Consultivo. Por ello, fue normal que en los talleres se le mencionara y que en el caso de los talleres de actores en O'Higgins y Biobío, se explicitara la intención de conformar una instancia regional de desarrollo.

Del estudio, quedan respaldos importantes para el desarrollo de las coordinaciones regionales:

### **1.- Importancia del canal y su urgente coordinación regional**

A partir de lo expresado por los participantes, se percibe como conveniente generar instancias de coordinación locales, al menos en el nivel regional, ello porque la dinámica con que se relacionan los actores, pueden variar entre regiones. Así mismo, los intereses y necesidades también pueden ser diferentes, dependiendo de las características productivas y geográficas específicas de cada zona o región.

En el nivel institucional, también se observa que los diferentes organismos tienen estructuras de coordinación que pueden diferir según la zona, en algunos casos corresponderán a direcciones regionales, pero también se observan coordinaciones a nivel macrozonal, como Subpesca, o a nivel territorial como las Agencias de Área de INDAP o las oficinas de desarrollo local a nivel de municipios.

*“Es como juntar todos los rubros por decirlo así y salvaguardarlos, o sea hacer políticas como para cuidarlos, como para que no se vea amenazado y algún día desaparezca” (Biobío)*

*“Que no desaparezca,- el canal alimentario agropesquero tradicional - porque por lo que se está viviendo esto tiende a no sé cuántos años más va a empezar a desaparecer el agricultor, ya no vamos a tener a la gente que nos va a proveer del marisco, del pescado, yo creo que con esa base se podrían juntar y unir, sentarnos a la mesa los actores que estamos hablando aquí en este momento porque se ve que viene y todo lo que hemos estado pensando años anteriores ha estado empezando a ocurrir y por lo que se ve no va a parar. (Biobío)*

*“Y yo creo que esto va a cambiar cuando las personas tomen conciencia de las que no tienen, de la importancia de nuestro trabajo para la comunidad,... y cuando todos me entiendan eso de que lo que está haciendo es para el bien para los demás y no es tanto para lucrar, si igual gana si para que estamos con cuestiones, pero el trabajo que uno está haciendo, es que la familia coma mejor, tu gente coma mejor, porque se crea un lazo afectivo con el cliente, cuando se nos van los clientes no da pena, entonces yo digo, cuando los demás entiendan eso y que no van a venir a la feria porque compraron unas lechugas medias podridas más baratas para ahorrar plata ahí la cosa como que empieza a cambiar un poco, pero cuando yo valoro mi trabajo, lo amo, lo quiero, es porque quiero darle ese sentido, quiero que los demás estén bien,(Biobío).*

*“hablo de esta idea de poder unir a los actores, hablo de unir a los pescadores, unir a los agricultores, unir a los feriantes, a los mercados, los consumidores, como para poder defenderse, porque usted hablaba de la defensa ¿qué otra idea se le ocurre de la importancia de un canal articulado?. Promover el consumo de la alimentación saludable. (Valparaíso).*

*“Entonces la idea es hacer una mesa de trabajo que este constantemente monitoreando el canal, o sea saber de las producciones que hay, de qué parte son, y que algún Departamento o alguna Subsecretaría se encargue de eso”.(Biobío).*

*“los grandes productores son bien activos y tienen bastante fuerza para hablar con la autoridad de todo el tema, pero al productor chico, le cuesta más, ahí no sé si estará organizada la parte agrícola, pero la parte pesquera está muy bien organizada en federaciones, confederaciones y cuando hay que movilizarse se movilizan, el 10 de noviembre aquí, más de 2.000 pescadores se movilizaron y trajeron buses de todos lados y todo el cuento, en un dos por tres se movilizan, en ese sentido son buenos para unir fuerzas bajo un objetivo común. (Valparaíso)”.*

*“Nosotros tenemos que sistematizar toda la información existente, no hay poca, pero tenemos que pensar en qué nos va a dejar esto, porque ¿vamos a entregar un montón de datos? No. La idea es que haya algo que los actores digan “No, por aquí definitivamente vamos a empezar una política pública en este país” (CODEMA nacional).*

## 2.- Elementos de Agenda común

Si bien se reconoce una gran diversidad de visiones y características del canal en el nivel regional, existe la percepción por parte de los entrevistados, de que el debate al nivel nacional existen temas en común que podrían dinamizar una agenda de trabajo de alcance más estratégico.

Entre estos temas, destacan la importancia de conocer el origen de los productos en los diferentes mercados, la necesidad de fomentar la creación de nuevas instancias de comercialización, la importancia de generar espacios de colaboración y coordinación entre instituciones, organismos públicos y los actores del canal, la necesidad de desarrollar capacidades humanas, especialmente a nivel de profesionales que puedan atender las necesidades de asesoría técnica y la incorporación de un enfoque territorial.

*“la octava región es la segunda con más ferias del país, con más de 50 posturas y comercializamos prácticamente el 70% de la producción, tenemos un centro de acopio que es la Vega Monumental, esa es de la única parte donde nosotros compramos todos los productos para llevar a las ferias libres. Es interesante conocer lo que registran actividades de la pesca, la agricultura, que no las conocemos, o sea comercializamos los productos pero no sabemos de donde son, cómo los están produciendo, qué riego están usando, entonces no sabemos nada y es súper importante saber qué estamos vendiendo. (Biobío)”*

*“Porque desde el año 69’, Concepción por ejemplo, la comuna tiene 7 ferias y, ¿Concepción cuánto ha crecido? y los feriantes siguen llegando más gente a las mismas ferias, con el comercio ilegal, con productos del mar ilegal, con frutas y verdura ilegal, entonces ustedes, el desarrollo social que ustedes tienen plantear la necesidad de que hayan nuevos espacios de comercialización de estos productos pero con mejores condiciones, no con las que tenemos hoy día. (Biobío)”*

*“O sea que nos falta mucho aquí pues, tenemos poca comercialización, o pocos puntos de venta, aquí en Valparaíso ¿dónde se compra pescado?, en San Antonio que tiene la pesca al lado hay 1 ó 2 puntos, pero el comercio es muy caro, en ese sentido yo encuentro que es poca la comercialización del pescado, es escasa y delicada, por lo tanto hay mucho que hacer ahí. (Valparaíso)”*

*“existe un tema de dificultad de comercialización, de canales poco precisos, de canales informales, donde se desconocen calidades, precios, e incluso manipulación de procesos, entonces cualquier iniciativa que tienda a mejorar los canales de comercialización de pequeños agricultores principalmente, va a ser apoyado por nosotros, en ese sentido generar una política pública que nazca en la región o que se adapte a las necesidades de la región, me parece a mí relevante ((Valparaíso)”*

*“Me parece súper interesante que podamos diferentes instituciones analizar el canal agroalimentario pesquero y yo lo visualizo además como trabajo con Fomento Productivo” (Biobío).*

*“Cuando nos citaron - para este taller - nos dijeron “vayan y apoyen” o sea nosotros (salud) somos unos de los actores igual fundamentales en el tema de control, pero igual estamos súper abiertos a poder recibir todas las sugerencias que ustedes tengan” (Biobío)*

*“Venir a esta mesa es bastante relevante la incorporación porque justamente en la mañana estuvimos con el Seremi de Economía, que el Intendente de la región de Valparaíso dio instrucciones precisas al comité económico que reforzar el tema del punto de vista económico y también productivo y más que nada productivo del punto de vista de la sustentabilidad. (Valparaíso)*

*“yo pensé y soñé un poco en ver que políticas de Estado se pudiesen generar justamente para tratar estas situaciones, el bajo precio que se le paga en el predio, el ver la posibilidad y/o oportunidad de que para los pequeños se vayan generando una serie de proyectos más fácil de postular ...pero siempre tenemos trabas, trabas que son tanto con el Seremi de salud, tanto con el servicio de impuestos internos, de lo que se hablaba de una comercialización muy informal por miedo de los pequeños agricultores a que les quiten beneficios Municipales o del Estado mismo (Valparaíso.*

*“hace poco salió la estrategia regional que tiene varios aspectos, varias aristas y dentro de ellas también tiene incorporado el tema agropesquero como dicen ustedes, como canal de distribución o de alimentación de comida sana, de comida inocua, de alimentos patrimoniales que es otra cosa de lo que se ha estado hablando harto y eso debería estar incorporado regionalmente (Biobío).*

*“hoy día está la elaboración del plan regional de ordenamiento territorial, que es meramente indicativo no es coercitivo, pero yo creo que podría ofrecer una muy buena base territorial en la medida que se levante una buena línea base para saber hasta qué territorio dentro de la región y de alguna manera ordenar la inversión pública, del apoyo de toda la institucionalidad en función de esa idea” (Biobío).*

*“Y otro elemento que yo creo que falla y que es una pelea que es a través de toda la como que buscan la innovación, las soluciones a veces más mayoritarias con el tema, pero resulta que no estamos investigando para los pequeños productores. (Biobío)*

*“pero mi experiencia me indica que los profesionales de las diferentes Universidades, no están preparando profesionales para las realidades de las propias regiones muchas veces, tienen otros temas que parece que son más importantes o más mayoritarios y resulta que eso no aplica a lo regional.(Biobío)”*

*“No, lo que pasa es que una de las misiones de todos los servicios es que los agricultores chicos se formalicen y el tema es que eso implica que inmediatamente pierdan una cantidad de beneficios sociales, entonces eso es una de las grandes dificultades hoy día para que los pequeños productores, las asociaciones de pequeños productores ingresen al mercado. En otros países, la persona inicia actividades, por lo menos así es en España, no sé cómo estará ahora, y*

*tiene 7 años para acrecentar su negocio y en ese momento empieza a tributar y a los 7 años se deja caer impuestos internos, aquí no, porque se formaliza, se hace la declaración de iniciación de actividades y pierde los beneficios sociales automáticamente y eso es clave". (Biobío)*

*"lo que pasó ahora como un tema del programa auditoría de la langosta que tiene un cierto monto en dinero que se les pasa a los pescadores de la IV a la VIII región, uno de los requisitos era que no tuviese previsión y otro requisito era que tuviese ficha de protección social y estuvieran dentro de un nivel "x", todas las personas que tenían algún tipo de empleo o un ingreso específico quedan fuera del monto, entonces en el fondo lo que el Estado da por un lado lo está quitando (Valparaíso)*

*"Lo otro es que mercados y ferias no están dentro de la Ley de Pesca como cultura, por lo tanto no están dentro del paraguas normativo y que por lo mismo no son afectos a nuestras asesorías, apoyo o diligencias con respecto al sector. (Biobío)".*

### **3.- La relación entre los actores**

De la información levantada, se desprende que si bien existe una noción de canal compuesto por diversos actores, las relaciones que existen entre dichos actores se basan más bien en lo comercial, más que en lo colaborativo. Debido a ello, en opinión de los entrevistados, la implementación de iniciativas de mayor complejidad, que requieran niveles de articulación mayor podría requerir de alguna instancia concreta de articulación y coordinación, sin embargo dichas instancias deben ser espacios de "autogestión", es decir generados y validados de entre los propios actores del canal.

Un elemento relevante para que estos espacios pudiesen desarrollarse, sería contar con el apoyo metodológico o acompañamiento en la formación y funcionamiento de los equipos de trabajo, de modo tal que de ser solamente un grupo de personas o representantes de los actores del canal, que se reúnan esporádicamente, se transformen en equipo de trabajo efectivos.

*"Dentro de los acuerdos en la mañana les habían solicitado a las organizaciones que participaron en hacer esto mismo pero en un plazo más y retomarlo, porque los pescadores nos decían que son 4 horas para acá, 4 horas para allá, era complicado pero podíamos practicar, pero que nos comprometamos todos a convocar y hacer la segunda patita de esto". Eso es muy importante porque la idea es gestionar la creación de CODEMA Regional, entonces ahí contaríamos con el apoyo de ellos (O'Higgins)*

*Es lo que está pasando con el zapallo hoy día que está a \$2.500 el kilo de zapallo y el año pasado el zapallo estaba botado y ha pasado con las cebollas también, está sobre explotado de cebollas. ... Claro, y eso pasa porque no hay asociatividad entre ellos mismos (Biobío).*

*“nosotros teníamos la visión de que el problema de la cadena estaba en las pasadas de mano, por ejemplo un productor de papa vendía y al que se llevaba la plata un poco y manejaba los precios era el que compraba..., tratamos de hacer lo mismo con la pesca pero ahí se produce que pocas familias son el poder comprador, entonces cuando hicimos los nexos vinieron acá y le dijeron a la gente de la feria “si mira, compra pescado, lo vas a comprar más barato, no va a pasar por mis manos, pero cuando quieras mariscos, no los vas a tener, no te los traigo”, entonces en ese caso es muy poderoso el distribuidor, el distribuidor maneja los precios allá, le compra al precio que quiere al pescador y vende al precio que quiere a la feria.”... “Claro y te acuerdas que la gente que estuvo participando en esta mesa de conversación los castigaron y les subieron el valor”.(Taller O’Higgins)*

*“tal vez si se transparenta un canal de comercialización que sea fácil de ingresar y de salir, yo creo que ahí se podría a lo mejor generar más confianza, se pueden generar mejores puentes de comunicación, que no sea tan rígido pero aun así que se cumpla con una norma, que sea más de facilitación para el productor o pescador, “si usted no saca su iniciación de actividades, usted no puede vender acá”, no, es mejor que digan por ejemplo “venta acá y en 3 meses usted de su inicio de actividades”, por lo tanto la persona comercializa, le empieza a ganar el gusto, (Valparaíso)”*

*“pero son claramente los comercializadores los que mueven el canal, los que gestionan, los que determinan precios, calidades, tipos de productos, al final el productor está esperando qué le dice el comercializador para sembrar, en muchos casos. (Valparaíso)”*

#### 4.- De la relación de actores con instituciones públicas.

Del mismo modo en que los actores del canal entrevistados reconocen la existencia de diversos sectores (agricultura, pescadores artesanales, ferias libres) y su pertenencia a un mismo canal, de los que, no obstante, no saben mucho más; los representantes de las instituciones públicas también reconocen en su mayoría no estar muy al tanto de lo que ocurre en otras instituciones de fomento.

Si bien existen instancias de trabajo como mesas o consejos, en estas instancias no siempre se generan dinámicas que faciliten el mayor conocimiento del trabajo entre instituciones o el diseño en conjunto de iniciativas que permitan complementar saberes o misiones institucionales. En algunos casos, existiría incluso poca claridad entre instituciones respecto de los alcances de roles o funciones, como por ejemplo las labores de fiscalización del cumplimiento de normativas en torno a inocuidad de alimentos o del rol de los diferentes niveles del gobierno local, como lo son municipalidades y gobernaciones. A pesar de ello, se mencionaron algunas experiencias de coordinación y trabajo conjunto efectivo, especialmente entre instituciones sectoriales y gobiernos locales.

*“la Seremi Salud ha hecho hartas actividades en la feria con respecto de comer sano que en estos tiempos por ejemplo, los organismos, en este caso el Gobierno le ha dado bastante auge al tema de comer sano porque hay mucha obesidad en los niños y muchas enfermedades.... (Biobío.*

*“Creo que el actor fundamental acá son los Municipios, entonces si bien es cierto nosotros podemos apoyar, eso lo hemos dado por sentado en reiteradas oportunidades también con las Municipalidades porque esperamos, por lo menos con San Pedro nos ha escuchado bastante y nos están apoyando las autoridades para poder, y hemos dado a conocer lo importante que es el tema alimentario (Biobío)*

*“Nosotros una vez tuvimos una experiencia con el programa de 5 al día, donde hicimos una actividad en Hualpén, estuvo Salud, Agricultura, pero porque la Municipalidad de Hualpén tenía más banderas que el Ministerio de Salud, armaron una pelotera entre los mismos, pero una pelea entre Ministerios, o sea Salud con Agricultura no se pueden ver, porque hoy tengo que figurar yo por educación, o sea cada uno trabaja para sí solo, nunca han trabajado en conjunto en una mesa de trabajo con todos los Ministerios que tienen que ver con el tema de promoción que trabajo yo con el Seremi y nunca nos hemos podido juntar en la mesa, porque todos prevalecen sus ideas y sus Ministerios y empiezan a hablar de cuántos pendones vas a colocar tú, cuántos el otro y al final es una pelea de pendones cuando estamos viendo la alimentación del país, de los cabros chicos, entonces de ahí parte, ningún Ministerio trabaja junto”. (Biobío – Coronel)*

*“Y justamente tenemos una mesa de trabajo porque entre el Municipio y la Gobernación se tiran la pelota uno a otro con el tema de ordenamiento y fiscalización, entonces por ejemplo con el Gobernador ... dice “no, es que la Municipalidad tiene que ver con esto”, y la Municipalidad por su parte dice “no, la Gobernación lo tiene que ver” y se tiran la pelota uno a otro.”(Valparaíso)*

*“muy interesante es que las mesas de trabajo, se tornen en cuanto al desarrollo del canal completo, porque muchas veces con Salud tenemos acuerdos por obesidad y todas esas cosas pero no se complementa con otro programa, incluso Elige vivir sano hace poco lo tenían con los supermercados que fue justamente una vía totalmente contraria, entonces aterrizar todas las medidas, todas las herramientas que tengan la institucionalidad para hacer en conjunto un desarrollo efectivo del canal con los actores relevantes.” (Taller O’Higgins)*

*“Ahora si ustedes de alguna manera pudieran hacer alguna de estas reuniones y pudieran estar ciertos Alcaldes presentes yo creo que ayudaría demasiado a permear, nos ayudan a nosotros, ayudamos a la gente en la feria y nos ayudamos todos, y yo creo que no visualizan cual es la importancia de que permanezca gente en el sector rural produciendo alimento, como que todavía no se les ocurre la cuestión, entonces están pensando en hacer veredas y en otras cosas, entonces esto parece como el patio trasero”. (O’Higgins)*

*Habría que reunir los organismos no más... Claro, nosotros siempre con los del mercado tenemos buena relación, pero tenemos que formar una mesa de trabajo todos los organismos, ya sea la Municipalidad, los colegios, las juntas de vecinos, Carabineros, el mercado y nosotros para poder organizarnos y tener un ambiente de trabajo.”(Valparaíso)*

## **V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **A.- CONCLUSIONES**

#### **1.- Definiciones sobre el concepto “Canal Alimentario Tradicional Agrícola y Pesquero”**

El concepto de “canal tradicional” no se encuentra definido ni asimilado por parte de los participantes del estudio. Independiente de la condición de los entrevistados, ya sean productores, pescadores, intermediarios, consumidores o profesionales de las instituciones públicas, no fue posible encontrar una definición nítida sobre el canal, sino más bien se refieren a opiniones separadas, desde cada uno de sus intereses y en la mayoría de las ocasiones acotada a la comercialización como un acto de venta, donde se debe “negociar” con otro. Esto se concluye de la información levantada desde diferentes instancias, tanto a nivel de directivos nacionales de los actores por su importancia en la alimentación sana de la población, como a nivel regional.

Aunque no existe clara definición, en el intercambio de los actores, se anotan diversas connotaciones culturales, económicas y sociales, que les permite “reconocerse como parientes, o, conocidos”, pero siempre desde relato ausente de la concepción de canal. En las distintas opiniones, se mencionan en forma separada a los integrantes del canal, entre ellos: los integrantes de la Agricultura Familiar Campesina; los Pescadores Artesanales; las Centrales mayoristas; el Terminal Pesquero; diversos intermediarios sin estructura, tanto para productos agrícolas como del mar; las Ferias Libres son nombradas por la mayoría de los entrevistados; y, en mucha menor medida, reconocen a verdulerías, vendedores ambulantes y los consumidores.

Esta ausencia y a su vez necesidad por una definición de canal tradicional es un primer gran hallazgo, debido a la importancia que presenta conocer y reconocer al canal tradicional y sus correspondientes dinámicas. La ausencia de una definición formal, establecida, compartida y validada por todos sus actores, es un desafío esencial y primer paso para el futuro establecimiento de una política e institucionalidad pública para el desarrollo del canal tradicional.

## **2.- Escaso entendimiento de la importancia y complejidad del canal agroalimentario y pesquero tradicional**

A partir del trabajo realizado en el estudio se pudo determinar que no existe una percepción sobre la importancia del canal en los aspectos sociales y económicos del país. Al generarse esta discusión, sí se observan acuerdos sobre la presencia de problemas en la comercialización, pero sin gran claridad en cómo resolverlos. Asimismo, se puede observar el conocimiento por la problemática a nivel nacional respecto a la actual alimentación de la ciudadanía.

Los propios actores, y pese a su cercanía tanto a nivel de canal como de rubros, no presentan un mayor conocimiento sobre el “otro”, sus nuevas complejidades, sus prioridades, su actualización o no, a las realidades productivas, extractivas, o de comercialización. Esta percepción se hace tangible al momento de establecer encuentros entre los propios actores, donde la visión conjunta de los problemas termina por converger en problemas de fondo que son transversales y comunes. Si bien, el concepto de canal no es evidente, los integrantes de cada sector (pescadores, productores, intermediarios), se reconocen como integrados por gran cantidad de familias, por identidades culturales cercanas, elementos que generan una relación natural y de interés mutuo.

Con respecto a la visión de los actores del sector público, se evidencia que no existe una mirada que considere al canal de manera integral, desde la producción primaria al consumidor, no considerando las variables sociales y culturales descritas anteriormente, estableciendo acciones e iniciativas que se dirigen hacia segmentos específicos y, por lo tanto, con programas y proyectos específicos y sectoriales. De esta forma, la sensibilidad expresada por parte de los profesionales del sector público no se condice con acciones integrales por falta de una visión integral institucional.

## **3.- Inexistencia de un respaldo político institucional integral para el canal tradicional**

Los actores directos del canal tradicional expresan la necesidad de contar con una política e institucionalidad acorde a las nuevas demandas sociales, económicas y productivas del país que hacen del canal tradicional un actor fundamental en la mejora de la alimentación sana de la población nacional. Si bien existen importantes iniciativas sectoriales que históricamente han promovido la actividad productiva de cada sector de los actores del

canal, también se reconocen elementos con ciertas “deudas” respecto a componentes transversales como la comercialización, sistemas de protección social y fortalecimiento gremial, por mencionar algunos.

La institucionalidad chilena, más bien la oferta pública disponible para los actores es amplia y variada, siendo en algunas ocasiones duplicada en sus funciones. Diferentes ministerios públicos buscan el apoyo por medio de instrumentos, en términos productivos principalmente, sin embargo esta asistencia no se coordina con los diferentes actores, generando un accionar sectorial, centralizado y poco atingente a las nuevas demandas sociales. Junto a esto, el desarrollo de una institucionalidad pertinente e integral es condición para promover de forma correcta el desarrollo del canal en su totalidad y por medio de sus actores.

#### **4.- Importancia del desarrollo local y sus particularidades en el desarrollo del canal tradicional**

El desarrollo local debe ser prioritario. El principal apoyo institucional para los actores del canal se establece en el nivel local, donde las decisiones y acciones de apoyo son definidas y levantadas. Este desarrollo en los propios territorios permitiría disminuir el alto tránsito de alimentos a nivel territorial, generando dinámicas ineficientes tanto en la logística como también en su producción. Es en este mundo “real” donde las instituciones locales juegan un rol fundamental.

Todos los actores del canal, a pesar de provenir desde diferentes sectores, se entienden con facilidad al momento de conocerse y generar encuentros y dinámicas entre ellos. Ocupan diversos términos, pero en el fondo se establecen temas comunes, cotidianos que sólo a través del trabajo en los propios territorios locales son posibles de conocer y entender. La creación o fortalecimiento de las políticas estatales deben provenir desde las bases locales, desde “abajo hacia arriba”, permitiendo el escalamiento de las demandas locales hacia los niveles de toma de decisiones.

#### **5.- Existe un estancamiento del desarrollo del canal tradicional y sus actores**

El canal está congelado en su potencialidad de abastecimiento de alimentos a la población. En los últimos años, como se ha demostrado en diferentes ítems de este estudio, el crecimiento de nuevos mercados de abastecimiento del canal a la población es

prácticamente intrascendente. Si bien no existe un impedimento legal-institucional, en la práctica, el establecer al “mercado” como el principal regulador respecto a la provisión de alimentos para la población, y la falta de políticas públicas, ha permitido que sectores con mayor poder económico y validación política, basados en la oferta del alimento procesado dentro de su mix de oferta, se establezcan en desmedro del canal tradicional, reduciendo el acceso de la población al alimento sano.

Es innegable que existen iniciativas aisladas que buscan desarrollar a los actores del canal, buscando su inserción en el mercado, a través del turismo, tiendas para agricultores, entre otros, las que son propuestas interesantes pero con bajo impacto económico. Es así como la necesidad de abrir nuevos mercados que permita al canal establecerse de forma robusta, es esencial. Para lograr esto se requiere diseñar un accionar estratégico, en el corto, mediano y largo plazo, con los actores, definiendo acciones de forma paralela que permitan reconocer al canal como el actor relevante que es en la alimentación nacional

## **6.- Presencia intersectorial institucional en la discusión y el trabajo**

Como se ha podido observar en el presente estudio, la diversidad de actores institucionales que se presentan en el trabajo cotidiano del Canal Tradicional, es amplia y multisectorial. Por lo mismo la importancia que la coordinación de todas las actividades requerida es compleja. En este sentido, la participación de ciertos actores relevantes en el estudio fue mínima o nula (SERCOTEC, Economía, CORFO), donde la agenda sectorial impidió obtener una valiosa mirada conjunta que integrara diferentes puntos de vista, a partir de la experiencia ya trabajada.

Actualmente se están desarrollando importantes iniciativas de trabajo que involucran a un grupo diverso de actores institucionales en temas como Economía Solidaria (liderada por Ministerio de Economía), CARs (liderada por ACHIPIA), mesas sectoriales en Agricultura (lideradas por ODEPA), entre otros, pero que buscan desde su propia mirada influir en políticas públicas. Esta mirada, centrada en el Canal Tradicional, permitiría trabajar con diferentes sectores que están involucrados en mejorar la alimentación de la población.

## **B.- RECOMENDACIONES**

En función de la información recopilada en las diferentes entrevistas, los resultados de los talleres y en base a información secundaria y la visión técnica del equipo de consultores del estudio, es posible proponer las siguientes acciones, que permitirían desarrollar el canal tradicional, agrícola y pesquero:

1. Es necesario consolidar el canal desde los distintos actores involucrados, en términos de su visión, dinámica e importancia estratégica en la alimentación. Para ello, se debe generar un plan de trabajo que considere talleres, reuniones y jornadas de trabajo estratégico entre los integrantes a lo largo de todo el país - en las zonas o regiones de mayor presencia organizacional de ellos - de tal forma que se reconozcan y se decidan a conformar estrategias locales y nacionales en función del desarrollo del canal. Este tema es relevante, debido a la necesidad de rescatar y escalar hacia niveles mayores, la particularidad de las realidades regionales, incorporando desde primera fuente los puntos críticos a desarrollar.

De forma paralela al trabajo anterior, es necesario dar a conocer las características del canal y su importancia a nivel de instituciones públicas, tanto en los directivos como en sus profesionales en lo nacional y regional, incluyendo las distintas reparticiones, ya sea agricultura, pesca, economía, cultura, desarrollo social, salud, educación, trabajo, entre otras. Esto permitirá generar un entendimiento público del canal y su importancia, con el objetivo de que a partir de este entendimiento se puedan incorporar visiones conjuntas para el desarrollo del canal.

Finalmente, se debe sensibilizar a la población y sus organizaciones, respecto de la importancia de la alimentación saludable y el rol del canal en ese tema y la necesidad de su mayor incidencia. El trabajo se debe realizar a nivel de escolares, centros de salud, sindicatos de trabajadores, juntas de vecinos, organizaciones de consumidores, entre otros. Este empoderamiento requiere ir más allá de la reivindicación social por el derecho a alimentación sana, sino que debe permitir al consumidor generar espacios donde puedan desarrollar estudios, ser parte del canal de forma activa y generar discusión intelectual sobre lo que significa el canal tradicional.

2. Es de imperiosa urgencia poder contar con un respaldo político que permita al canal tradicional y sus actores desarrollar y fortalecer su labor de producción y comercialización de alimentos para la población. Esta política debe establecer un horizonte de trabajo que permita definir un estado deseado como país respecto a la alimentación de su población. Las acciones establecidas en dicha política deben

considerar una coordinación estratégica entre los diferentes y variados organismos institucionales públicos presentes en el país, tanto del ámbito nacional como también del regional-local.

3. Si bien el proceso para la construcción de una política nacional de alimentación requiere de plazos mayores y un constante trabajo, hoy en día la institucionalidad puede avanzar en ciertas materias que son de menor tiempo de trabajo, en especial lo que se refiere al desarrollo y coordinación de los instrumentos públicos actuales que apoyan de forma sectorial a los diferentes actores (mencionados en el capítulo de análisis de instrumentos del presente estudio). Si se avanza en la interactividad de las instituciones públicas vinculadas al canal, se pueden dar señales de avance en el corto plazo. En este sentido es posible apoyar el desarrollo del canal, por medio de asistencia pública en temas como: asociatividad en las distintas organizaciones de los actores que conforman el canal tradicional; formar y promover esquemas organizacionales que aporten a la interacción y cooperación de iniciativas como canal alimentario agro-pesquero; incentivar la vinculación comercial entre los integrantes del canal, tendiendo al desarrollo de circuitos cortos y mercados locales; entregar incentivos, al estilo alianzas productivas, pero tanto a la demanda como a la oferta (por ejemplo, si uno o varios intermediarios pueden generar la demanda o si uno o varios productores pueden realizar una oferta, ambos casos se podrían apoyar, con las condiciones que se comercialice vía el canal y en forma equitativa); apoyo técnico, al estilo de lo que denominamos “intermediario equitativo” o “gestor comercial”, según su tipo y nivel de participación en el proceso, entre otros.
4. Es necesario promover y desarrollar nuevos mercados que permitan al canal tradicional posicionarse en ellos con todas sus dinámicas y funciones socio-económicas-productivas, a través de la postulación de planes de desarrollo de mercados locales del canal agroalimentario y pesquero, en que a la voluntad política del municipio, se una la del GORE - dirección de planificación y desarrollo regional - y se exprese para determinadas comunas en un Plan Regional de Ordenamiento Territorial, no como “indicativo”, sino como orientación real. Para que ello curse se requiere del apoyo de instituciones regionales y nacionales como CORFO, Subdere, Ministerio de la Vivienda, Agricultura, Economía, Desarrollo Social, Salud.

A través de esta promoción, impulsada por el Estado, es que se podrían generar sistemas más eficientes en la provisión y acceso a los alimentos para la población, evitando y disminuyendo las ineficiencias actuales que presenta el esquema actual de mercado para el canal tradicional. Junto a esto se observa una oportunidad importante

en una potencial participación del canal tradicional en el sistema de compras públicas, entregando alimentos sanos y provenientes desde la pequeña agricultura y la pesca artesanal. Asimismo, el desarrollo de mercados que promuevan el desarrollo local de los territorios, es una experiencia en la cual el Estado debe jugar un rol mayor y estratégico en apoyo directo a los actores del canal tradicional.

5. La necesidad por poder contar con capacidad técnica y profesional es real y actual, tanto en el canal en su totalidad como en los propios sectores partícipes del mismo. En este sentido, se plantea iniciar conversaciones de carácter estratégico con los directivos de carreras profesionales vinculadas a lo agrario, alimentario y pesquero, y representantes de la educación superior y técnica, de tal forma de estudiar cómo incorporar los aspectos del canal en los contenidos curriculares y, además, hacer alianzas para pasantías y prácticas, por ejemplo.

Vinculado a lo anterior, se propone estudiar la posibilidad de hacer investigación aplicada en conjunto entre instituciones de investigación, el Estado y los integrantes del canal. Si bien esta es una mirada a mediano – largo plazo, se hace esencial y relevante contar con información, investigación y trabajo técnico para el fortalecimiento del canal y las múltiples dinámicas que se encuentran sin un mayor conocimiento y validación técnica, ejemplo de esto es la necesidad tangible por tener información estratégica de calidad y en tiempos oportunos (Observatorio, por ejemplo).

6. En el corto y mediano plazo se propone avanzar en el desarrollo de estudios específicos que permitirían aportar una mejor información estratégica para el desarrollo del canal tradicional y sus actores. Es así que se mencionan algunos estudios a ejecutar, tales como: i) investigar el comportamiento de los costos totales de producción, en especial los costos de transacción, de cada integrante del canal tradicional, de tal forma de lograr transparencia en los márgenes de comercialización; abordar la temática de pérdidas y desperdicios de alimentos, con el fin de aumentar los ingresos globales de los productores, pescadores y eventuales intermediarios pero con beneficios también para los consumidores finales, y de manera adicional con la generación de un menor impacto socio-ambiental; estudiar las opciones de un poder comprador estatal en algunos productos, especialmente frente a potenciales distorsiones del mercado por problemas climáticos o de otra índole. Este poder comprador puede ser también local y para resolver demandas de ese nivel; estudiar la factibilidad de incorporar a los actores del canal al sistema de compras públicas, ya sea tanto como una opción nueva en términos de institucionalidad o por medio de modificaciones al sistema público actual (Chilecompra).

7. Por último, es de absoluta relevancia poder desarrollar un trabajo descentralizado, por medio del fortalecimiento de las bases organizaciones locales, las cuales puedan presentar una mayor relevancia en términos representativos y políticos. Con este fin se propone ejecutar el diseño propuesto de CODEMA regional, en al menos las regiones trabajadas en el presente estudio. Para esto se requiere de la colaboración institucional pública tanto en el reconocimiento legal-institucional así como también en la movilización de recursos que permitan promover y desarrollar estas nuevas figuras regionales.

## VI.- BIBLIOGRAFÍA EMPLEADA

**Boitano, L (2011).** Análisis de la cadena de distribución en la comercialización de productos frescos en Chile: frutas y hortalizas. Memoria para optar al título de ingeniero civil industrial. Universidad de Chile. Santiago. Chile.

**Boletín 9689-21.** Proyecto de Ley. Crea el Instituto de Desarrollo de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de Pequeña Escala. Secretaría general de la república. Cámara de diputados. Santiago. 2014.

**Caro, V (2012).** Estudio caracterización del sector de la pesca en la economía social y cooperativa. Informe Final. División de Asociatividad y Economía Social. Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño. Ministerio de Economía. Santiago, Chile.

**CODEMA (2015).** Informe "Propuestas para el desarrollo del canal alimentario tradicional agrícola y pesquero y una política de alimentación saludable para la población chilena". Corporación para el Desarrollo del Mercado de Alimentos Agrícolas y Pesqueros vinculados al Canal Feria Libre CODEMA. Segundo Consejo Consultivo. Santiago, Chile.

**CEPAL, FAO y OPS/OMS (2014).** Agricultura familiar y circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición. Memoria del seminario sobre circuitos cortos realizado el 2 y 3 de septiembre de 2013. Serie seminarios y conferencias N° 77. Santiago. Chile.

**Comunidad Andina (2011).** Agricultura Familiar Agroecológica Campesina en la Comunidad Andina - Una opción para mejorar la seguridad alimentaria y conservar la biodiversidad. Informe de proyecto "Promoción de la agricultura familiar agroecológica campesina en la Comunidad Andina". Secretaria General de la Comunidad Andina. Lima, Perú, 2011.

[http://www.comunidadandina.org/Upload/2011610181827revista\\_agroecologia.pdf](http://www.comunidadandina.org/Upload/2011610181827revista_agroecologia.pdf)

**DAES (2014).** Estudio de caracterización del sector agroalimentario de la economía social y cooperativa. División de Asociatividad y Economía Social. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. <http://economiasocial.economia.cl/wp-content/uploads/2015/07/Estudio-sector-agroalimentario.pdf>

**Econometrics (2012).** Diseño de modelos de negocios para el mejoramiento de la comercialización de productos hortícolas en pequeños y medianos productores agrícolas. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias. Ministerio de Agricultura. Santiago. Chile.

**Econometrics (2012)b.** Diagnóstico del Consumo Interno de Productos Pesqueros en Chile. *Informe Final*. Subsecretaría de Pesca. Ministerio de Economía. Santiago. Chile.

**Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo, Asociación de Investigadores de Mercado y Entel (2013).** Actualización Grupos Socioeconómicos 2012. Santiago, Chile.

**Espacio y Fomento.** Informe Final Estudio Mercados Mayoristas. ONG Espacio y Fomento. 2010.

**FAO (2014).** Estudio: Percepción de los consumidores de frutas, hortalizas, pescados y mariscos, respecto a “ferias libres”. Proyecto Fortalecimiento de las ferias libres para la competitividad agroalimentaria y pesquera. FAO/ASOF/ODEPA. Santiago. Chile.

**FAO (2014)b.** Estudio: Propuesta Metodológica para la Exploración y Facilitación del Desarrollo de Cadenas Cortas de Comercialización. Proyecto Fortalecimiento de las ferias libres para la competitividad agroalimentaria y pesquera. FAO/ASOF/ODEPA. Santiago. Chile.

**FAO (2014)c.** Informe: Levantamiento de Información del Proceso de Compra y Venta de Frutas, Hortalizas, Pescado y Mariscos. Proyecto Fortalecimiento de las ferias libres para la competitividad agroalimentaria y pesquera. FAO/ASOF/ODEPA. Santiago. Chile.

**FAO (2013).** Estudio: Características Económicas y Sociales de Ferias Libres de Chile”. Encuesta nacional de ferias libres. Proyecto Fortalecimiento de las ferias libres para la competitividad agroalimentaria y pesquera. FAO/ASOF/ODEPA. Santiago. Chile.

**FAO y OMS (2003).** Joint WHO/FAO expert report on diet, nutrition and the prevention of chronic disease. United Nations.

**Fuentes, F. y Saavedra, E. (2012).** "Fundamentos, práctica y recomendaciones para una política efectiva de protección al consumidor", documentos de trabajo Universidad Alberto Hurtado

**INE (2013).** VII Encuesta de presupuestos familiares. Principales Resultados. Subdirección Técnica. Instituto Nacional de Estadísticas. Ministerio de Economía. Santiago. Chile.

**INDAP (2014).** Lineamientos estratégicos 2014-2018. Por un Chile rural inclusivo. Ministerio de Agricultura. Santiago. Chile.

**MERCOSUR y ESTADOS ASOCIADOS (2011).** Primer reporte de vigilancia de enfermedades no transmisibles (ENT). Situación epidemiológica de las ENT y lesiones en Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay. Grupo ad hoc de vigilancia de enfermedades no transmisibles/comisión de vigilancia en Mercosur.

**MINAGRI (2010).** Encuesta Nacional de Salud 2009-2010. Ministerio de Salud, Pontificia Universidad Católica de Chile y Universidad Alberto Hurtado Santiago, Chile.

**ODEPA (2002).** Estudio “Los supermercados en la distribución alimentaria y su impacto sobre el sistema agroalimentario nacional”. INFORME FINAL. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, RIMISP, Universidad de Chile. Santiago. Chile.

**ODEPA (2009).** Institucionalidad para el desarrollo de la agricultura familiar campesina. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, Ministerio de Agricultura. Santiago. Chile.

**ODEPA (2012).** Comercialización de productos hortofrutícolas en la pequeña agricultura. Ed. Teodoro Rivas. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, Ministerio de Agricultura. Santiago. Chile.

**ODEPA (2013).** Observatorio Canal Feria Libre. Ed. Teodoro Rivas. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, Ministerio de Agricultura. Santiago. Chile.

**ODEPA (2015).** Agricultura familiar y circuitos cortos en Chile: situación actual, restricciones y potencialidades. Serie estudios y documentos de trabajo N°1. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, Santiago. Chile.

**Peña, J. Bustos, J. Perez, C (2005).** Mercados Informales y Control Vertical: Comercialización de Pesca Artesanal Percible. Universidad Alberto Hurtado. Santiago. Chile.

**PUCV (2013).** Propuesta de Política Pública de Desarrollo Productivo para la Pesca Artesanal. Proyecto Estudio para la Determinación de una Propuesta de Política Pública de Desarrollo Productivo para la Pesca Artesanal. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Subsecretaría de Pesca. Ministerio de Economía. Santiago. Chile.

**Sáez, L. Torres, V. Cáceres, L. (2010)** Caracterización de las ferias libres como canal de comercialización en la Región Metropolitana de Chile. Departamento de Gestión Agraria, Universidad de Santiago de Chile.

**Tribunal de la Libre Competencia.** Resolución 24.2008. TDLC. Retail Integrado. Rechaza fusión D&S – Falabella

**UNAF (2012).** Situación actual del Cooperativismo Agropecuario en Chile. Unión Nacional de Agricultura Familiar UNAF – Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola FIDA. Informe final. Santiago de Chile, 2012.

**Universidad de Santiago (2009).** Estudio de la caracterización del canal feria para la distribución de productos hortofrutícolas V y VIII región. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias. Ministerio de Agricultura. Santiago. Chile.

**Universidad de Santiago (2008).** Estudio para la caracterización del canal feria para la distribución de productos hortofrutícolas en la Región Metropolitana. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias. Ministerio de Agricultura. Santiago. Chile.

#### **OTRAS FUENTES CONSULTADAS.**

ACHIPIA, Programa nacional integrado de plaguicidas de uso agrícola informe de evaluación de actividades realizadas en el período 2011 – 2013.

Bases para el diseño de una política pública de desarrollo productivo para la pesca artesanal chilena.

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile ([www.bcn.cl](http://www.bcn.cl))

Cámara de Diputados ([www.camara.cl](http://www.camara.cl))

Cuenta Pública Oficina de Estudios Públicos y Políticas Agrarias – ODEPA

Cuenta Pública 2015 Ministerio de Economía Fomento y Turismo

Cuenta Pública 2014. SUBPESCA

Directrices voluntarias para lograr la sostenibilidad de la pesca en pequeña escala en el contexto de la seguridad alimentaria y la erradicación de la pobreza. 01.02.2015.

División de Asociatividad y Economía Social del Ministerio de Economía: Propuesta Pública para una Política Pública en el Sector de la Economía Social (Sesión N° 1 Año 2015)

INDAP (2014). Lineamientos estratégicos 2014-2018. Por un Chile rural inclusivo. Ministerio de Agricultura. Santiago. Chile.

Ley de la República Argentina (2014) Boletín Oficial Número 27.118 “Reparación histórica de la agricultura familiar para la construcción de una nueva ruralidad en la argentina”

Ministerio del Trabajo y Previsión Social ([www.mintrab.gob.cl](http://www.mintrab.gob.cl))

Programa Regional Fida-Mercosur (2013) Caracterización del sector cooperativo agrario chileno y recomendaciones de políticas e instrumentos públicos de fomento para su desarrollo.

Programa de Gobierno Michelle Bachelet 2014-2018

Senado ([www.senado.cl](http://www.senado.cl))

SUBPESCA, 2012. Informe final asesoría técnica europea especializada para la elaboración de una propuesta de política pública para la pesca artesanal en Chile.

SUBPESCA, 2013. Propuesta de Política Pública de Desarrollo Productivo para la Pesca Artesanal.

Subsecretaría de Previsión Social ([www.previsionsocial.gob.cl](http://www.previsionsocial.gob.cl))

Subsecretaría del Trabajo – Dirección del Trabajo ([www.dt.gob.cl](http://www.dt.gob.cl))

ESTUDIO PROGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL  
DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL CANAL  
AGROALIMENTARIO TRADICIONAL

**ANEXO 1: Información complementaria revisión  
bibliográfica y diagnóstico preliminar**



Diciembre 2015

**Sociedad de Desarrollo Tecnológico – Universidad de Santiago de Chile**

## **A.- Características del canal tradicional**

El canal alimentario agrícola y pesquero tradicional se organiza desde la producción primaria hasta la obtención del producto por parte del consumidor final. La comercialización de los productos se realiza principalmente a través del canal feria libre, los cuales proveen de hortalizas, frutas y pescados y mariscos a la población chilena.

En todo el país existen alrededor de 933 ferias libres, las cuales comercializan alrededor del 70% de la totalidad de las frutas y verduras y cerca del 30% de pescados y mariscos frescos (FAO, 2013). Estos valores indican la importancia que este sector tiene tanto para la población nacional como para los proveedores de productos hortofrutícolas y pesqueros.

A pesar de esta importancia a nivel nacional, no existen mayores antecedentes del funcionamiento de este canal alimentario agrícola y pesquero. Si bien existe una importante cantidad de estudios sectoriales relacionadas a las dinámicas productivas propias de cada actor del canal, el análisis comercial del canal integral no ha tenido mayor prioridad tanto dese el sector público como de los propios actores.

La inexistencia de estudios que aborden justamente el funcionamiento del canal tradicional, ha llevado a desarrollos de situaciones comerciales particulares entre los actores, estableciendo prácticas que buscan el aprovechamiento entre los actores más que un abordaje conjunto y equitativo de los problemas. Estas prácticas han llevado a no contar con voluntad ni confianza para generar asociaciones productivas y comerciales, que permitan una mejor planificación del modelo de negocio a nivel de cadena comercial (Econometrics, 2012). Para un mejor entendimiento de la organización que presenta el canal tradicional y sus propios actores, se entrega a continuación una descripción más detallada de cada actor involucrado en el canal, así como también de sus funciones y dinámicas socio-comerciales.

Cómo se ha mencionado anteriormente, en el canal tradicional conviven diversos actores, con determinadas funciones y características. Es así como se tiene a actores a cargo de la producción primaria (pescadores artesanales y agricultores familiares), comerciantes mayoristas (centrales de abastecimiento, terminales pesqueros, intermediarios), comerciantes minoristas (ferias libres, verdulerías y pequeños almacenes), y consumidores.

## **1.- Producción primaria**

### a.- Agricultura familiar campesina:

Según los datos entregados por INDAP (2014), en el país existen alrededor de 260 mil explotaciones que representa el 90% del total las explotaciones agropecuarias y forestales. Contribuyen con el “22% del Valor Bruto de la Producción que genera la agricultura chilena” (p. 23) y genera más del 60% del empleo agrícola nacional. También manejan el 37% de la superficie sembrada con rubros agrícolas. En el caso específico de las hortalizas, el 50% de la superficie de hortalizas está en manos de explotaciones de subsistencia y de pequeño tamaño.

La producción de hortalizas en Chile se encuentra fuertemente atomizada, Boitano (2010) menciona que existen alrededor de 100 mil ha con hortalizas en un número similar de productores distribuidos principalmente entre las regiones de Valparaíso y Biobío. Esta gran dispersión geográfica de la producción hortícola, complejiza aún más la inclusión de estos productos a mercados más eficientes, generando, por ejemplo, mayores costos de transacción en la comercialización.

Históricamente, el sector de la agricultura familiar campesina, ha presentado una fuerte debilidad y rezago respecto a su inclusión en mercados de comercialización. Solo el 17% de este sector se encuentra en algún tipo de relación con mercados formales, vale decir con la agroindustria, agricultura de exportación y/o agricultura de contrato (INDAP, 2014).

La dificultad para el ingreso a mejores canales de comercialización por parte de la pequeña agricultura, sigue presentándose principalmente en problemas de gestión. Las principales debilidades se observan en la disponibilidad de crédito y/o capital, intercambio comercial eficiente e informado, asistencia técnica y/o capacitación en mercados, entre otros (Econometrics, 2012).

A pesar de contar con esta información, aún la investigación de los procesos de inclusión a mercados más eficientes de la AFC está en deuda, requiriendo del entendimiento particular de sus propias dinámicas sociales, económicas y territoriales (CODEMA, 2015).

*b.- Pescadores artesanales:*

A partir de información recabada a través de CONAPACH<sup>14</sup>, el sector está compuesto por 120 mil personas según la Dirección del Territorio Marítimo, con una flota de 15294 embarcaciones. La mayor concentración se encuentra en las regiones del Biobío y de Los Lagos, con alrededor de 23 mil y 26 mil pescadores/as respectivamente, destacándose un incremento en la participación de las mujeres en el sector (Caro, 2014).

La forma de organización más frecuente corresponde a los Sindicatos de Trabajadores Independientes (STI) con un 78% del total, a esta le sigue las Asociaciones Gremiales, con un 10% del total. Ambos tipos de organización presentan características de tipo funcional y organizacional más que de ejecución de proyectos y actividades estratégicas.

En el nivel regional se cuenta con 45 federaciones oficialmente activas, siendo agrupadas históricamente en dos grandes organizaciones nacionales: la Confederación Nacional de Pescadores Artesanales de Chile (CONAPACH) y la Confederación Nacional de Federaciones de Pescadores Artesanales de Chile (CONFEPACH).

En el último tiempo ha surgido una nueva agrupación, formada a partir de diferencias presentadas en la discusión de la nueva ley de pesca, esta es el Comité de Defensa de la Pesca Artesanal (Asociación Gremial-AG) (PUCV, 2013). En la [Tabla 7](#) a continuación se entrega un cuadro que grafica la presencia de los diferentes tipos de organizaciones presentes en el país (Caro, 2012).

En relación a la actividad productiva-comercial del sector, se puede mencionar que existen dos tipos de actores: aquellos que realizan la extracción y primera venta; y los que asisten para que este proceso de extracción y venta se pueda realizar de buena forma. Los actores de “base” o “primarios” corresponden a los propios pescadores artesanales y sus organizaciones; mientras que en un segundo nivel se puede observar a los “secundarios” o de “apoyo”, los cuales no son parte de la propia cadena productiva, pero si juegan un rol importante en el correcto desarrollo de dichos procesos, corresponden a las empresas privadas e instituciones públicas de fomento (PUCV, 2013).

---

<sup>14</sup> Confederación Nacional de Pescadores Artesanales de Chile

Tabla 7: Tipos de organizaciones por región.

Región		ASOCIACION GREMIAL	COOPERATIVA	ORGANIZACION FUNCIONAL	SINDICATO	SOC. RESP. LTDA.	TOTAL
XV	Arica y Parinacota	1		1	7		9
I	Tarapacá				10		10
II	Antofagasta			1	13		14
III	Atacama	2	1		45		48
IV	Coquimbo	24	7	8	30		69
V	Valparaíso	1	3	5	23		32
VI	LibertadorBernardo O'Higgins		3	1	13	1	18
VII	Maule			3	23		26
VIII	Bio bio	27	2	48	158		235
IX	Araucanía	3	1	3	8		15
XIV	Los Lagos	1	3	12	43	1	60
XI	Aysen GrI C. Ibañez	3	11		44	29	87
XII	Magallanes y Antártica Chilena	2	2		7		11
TOTALES POR TIPO DE ORGANIZACIÓN		64	33	82	424	31	634

Por último, en este mismo estudio, la información recogida desde las propias bases establece dentro de sus principales problemáticas a la “comercialización y valor agregado de sus productos”, situándola con el máximo puntaje en términos de mención regional. Esta mención comparte el primer lugar con la problemática “instrumentos de apoyo insuficientes”, estableciendo una potencial relación entre la falta de institucionalidad y el escaso desarrollo de iniciativas comerciales para el sector.

## 2.- Mayoristas

### a.- Centrales de abastecimiento agrícola:

En el país existen 29 terminales mayoristas, las cuales consideran diversas formas de administración. En ellas es donde se transa la mayor cantidad y variedad de frutas y verduras. Entre estas están: Agrícola del Norte en la Región de Arica y Parinacota; Terminal Agropecuario La Palmera y Sociedad Comercializadora del Limarí en la Región de Coquimbo; Feria Mayorista de La Calera en la Región de Valparaíso; Central Lo Valledor y Vega Central Mapocho en la Región Metropolitana; Macroferia Municipal de Talca en la Región del Maule; Vega Monumental de Concepción y Terminal Hortofrutícola de Chillán en la Región del Biobío; Vega Modelo de Temuco en la Región de La Araucanía y la Feria Lagunitas en la Región de Los Lagos (CODEMA, 2015; Econometrics, 2012).

El principal centro de abastecimiento lo constituye Lo Valledor, el cual concentra un porcentaje importante de la comercialización hortícola total, estableciendo “*un encadenamiento con las centrales de abastecimiento regionales que actúan como*

*acopiadores para Lo Valledor*” (ODEPA, 2012; p. 2). Como hemos mencionado anteriormente, esta central juega un rol importante en el canal tradicional, debido a que es aquí donde el 70% de los feriantes se abastecen de sus productos hortofrutícolas (USACH, 2008).

Las centrales mayoristas han dejado de ser solo un espacio físico de intercambio comercial. Hoy en día se les reconoce como un punto de encuentro de relaciones sociales diversas, donde un gran número de intermediarios y agentes comerciales realizan sus transacciones (CEPAL, 2014). A pesar de estas características de orden sociocultural que pueden ser observadas en el funcionamiento de las centrales, también existen prácticas relacionadas a la especulación de precios y de acceso a la información por parte de agricultores y comerciantes de menor escala.

*b.- Terminal Pesquero de Santiago:*

Es un mercado ubicado en la comuna de Lo Espejo, en el sur poniente de la ciudad de Santiago, único terminal mayorista de productos pesqueros en el país. Es considerado el recinto comercializador de productos del mar más grande de Chile, con un movimiento de 4.000 toneladas al mes, lo que equivale al 80% de la producción marítima del país. Cuenta con un mercado mayorista que se compone de 115 locales comerciales y un mercado minorista compuesto por unos 23 locales, que recibe cerca de 4.000 visitas semanales. Fue creado en 1996 gracias a una donación del gobierno japonés, y contaba con una administración de carácter público hasta que fue privatizado en junio de 2004 (CODEMA, 2015).

*c.- Intermediarios:*

Debido a la dificultad que tienen los pequeños agricultores para acceder a los mercados (distancia, falta de transporte, tiempo, infraestructura, capital de trabajo, volumen, entre otras) han surgido comerciantes que intermedian entre los agricultores y los poderes compradores, en una relación normalmente asimétrica. Históricamente ha sido el actor que se relaciona con la oportunidad de comercializar productos hortofrutícolas, procedente principalmente desde la agricultura familiar campesina (CEPAL, 2014).

Generalmente compran en predio con dinero efectivo, a veces asumen tareas como la cosecha, envasado y clasificación de los productos, los que una vez acopiados los venden generalmente en terminales mayoristas, directamente o a locatarios establecidos

en ellos (CODEMA, 2015). Es un actor informado respecto a precios y volúmenes transados, información que obtienen principalmente de las centrales mayoristas en las cuales realizan su intercambio comercial, logrando de esta forma un mayor poder de comprador en comparación al agricultor.

Junto a lo anterior, el intermediario en su mayoría, es un comerciante especializado, debido a que cada producto cuenta con un determinado mecanismo de comercialización, así también logra la confianza comercial con su proveedor, logrando fidelidad y prioridad al momento de la compra/venta de los productos. Sin embargo, existe la posibilidad de optar por nuevos productos para comercializar, reconvirtiendo su “especialidad”, debido a que su costo de oportunidad es menor en relación a los productores (Econometrics, 2012). En términos de ingresos, este mismo estudio plantea que el intermediario gana lo mismo o más que el agricultor, debido a sus bajos costos fijos y que no cuenta con los riesgos que si presenta la agricultura, como lo es el clima, sequías, etc.

d.- Intermediarios de la pesca:

Los pescadores artesanales venden sus productos a comerciantes en las caletas, las que generalmente están alejadas de los centros urbanos. El trato individual, lo perecible de los productos, la falta de infraestructura y la lejanía a los centros de consumo, hace que los pescadores tengan menor poder de negociación que los intermediarios. Como en el caso de la agricultura, el pago es al contado y existe un alto nivel de informalidad en las transacciones.

La gran mayoría de los tratos con pescadores se realiza por medio del pago en efectivo y por adelantado, siendo el agente comprador quien dirige las faenas de la pesca, las cuales a su vez han sido contratados por él mismo. La fijación del precio de los productos también se realiza por acuerdo con el comprador, siendo establecido de forma anticipada. Este intermediario puede realizar tratos con exportadores, mercados locales o terminales pesqueros, siendo una “herramienta” fundamental para el comprador final. Muchas veces, el número de intermediarios-compradores, se encuentra en relación directa a la dispersión geográfica que presenten las faenas de pesca (Peña *et al*, 2005).

Cabe mencionar en este sentido que, actualmente, en sus formas de comercialización, las caletas y sus organizaciones están en tránsito hacia formas más avanzadas, ejemplo de esto es el trabajo que se está realizando con la nueva ley de caletas. Este puede significar

un paso importante en el trato que actualmente los pescadores artesanales, por medio de un nuevo plan de administración de caletas<sup>15</sup>, que fortalezca sus procesos productivos y de transformación de productos.

### **3.- Minoristas**

#### a.- Ferias libres:

En el país existen alrededor de 933 ferias libres con cerca de 60 mil feriantes, que generan un poco menos 200 mil puestos de trabajos directos, abasteciendo el 70% del mercado de frutas y verduras y entre el 30 y 40% del mercado de pescado y mariscos frescos en Chile. Esto indica la gran importancia que este sector presenta para la seguridad alimentaria del país y su población. Adicionalmente, son la principal vía de comercialización de los pequeños productores y pescadores artesanales (FAO, 2013), representando al factor comercial por excelencia del canal tradicional alimentario agrícola y pesquero. Junto a lo anterior, es necesario destacar la característica de emprendimiento familiar que las ferias libres poseen, ya que un 39% de ellos ingresan al canal por motivo de cesantía y un 46% presenta al menos 17 años de antigüedad en el rubro (Sáez *et al*, 2010).

El abastecimiento principal que los feriantes realizan de sus productos, provienen principalmente de la central de abastecimiento Lo Valledor con valores cercanos al 70% para hortalizas y 60% en frutas (Sáez *et al*, 2010). Con respecto a pescados y mariscos, la compra se hace principalmente a partir del Terminal Pesquero Metropolitano (CODEMA, 2010). Si bien las compras, tanto de productos hortofrutícolas como pesqueros, se hacen mayoritariamente en los mismos lugares, la relación comercial con sus proveedores no es estricta ni constante. Es así como un 46% de los feriantes declara que no tiene un proveedor habitual, elemento que puede afectar a su propia competitividad, elevando sus costos de transacción (FAO, 2013).

Las ferias involucran a unos 84 mil feriantes, entre las cuales existe una gran diversidad en términos de eficiencia, gestión y calidad de servicio (ODEPA, 2012), siendo que una feria promedio está compuesta por total de 150 puestos, donde el 16% pertenece al rubro frutas, 6% rubro papas, 25% rubro verduras y 53% otros rubros (USACH, 2008).

---

<sup>15</sup> Elemento mencionado en presentación realizada por Subsecretaría de pesca respecto a la nueva ley de caletas.

Como se ha mencionado anteriormente, las ferias libres cuentan con 75244 opciones de venta para abastecimiento de alimentos saludables, a partir de lo cual se estima que cada punto de venta genera, de manera adicional al dueño o responsable del puesto, 2,0 fuentes de trabajo adicionales diariamente (FAO, 2013). Los feriantes, en comparación con la población que trabaja en la agricultura, presentan una edad promedio menor, estableciéndose en los 49 años promedio, tanto para hombres como para mujeres. El 50% de esta población se concentra entre los 45 y 59 años, siendo un 33,4% menor de 44 años. Estos valores indican que la gran mayoría de la población de feriantes presenta un alto número de adultos y jóvenes (FAO, 2013).

Por su parte, en temas de educación, se dice que un “81,4% de los informantes declara tener, al menos, educación básica completa” (FAO, 2013; p. 22), lo que es una buena base para generar competencias en los comerciantes de ferias. Incluso, un 4,0% declara haber logrado estudios técnicos o universitarios. Las ferias libres, como actor fundamental del canal tradicional, presenta ciertas ventajas competitivas (Sáez *et al*, 2010), las cuales se reflejan en la presencia de una mayor amplitud de la oferta, entrega de productos frescos, una atención personalizada y “cercana”, y por último, que cuenta con un “fundamento cultural”.

*b.- Verdulerías, pequeños almacenes, vendedores ambulantes:*

Existen diversos pequeños comerciantes con una participación menor en la distribución de alimentos, y cuyo número es indeterminado. No existen estudios previos al respecto (CODEMA, 2015).

#### **4.- Consumidores:**

De acuerdo a antecedentes de ODEPA (2012), *“la comercialización debe orientarse al cliente y propender a generar mayor valor agregado”* (p. 6). Hoy en día la participación de los consumidores como referentes importantes del canal, es una realidad que demanda una mejor respuesta por parte de los actores productores primarios y comerciales del canal tradicional. La población en Chile, de acuerdo a la proyección INE para el año 2014, es de 17.858.457 habitantes, de la cual el 40,6% reside en la Región Metropolitana, seguida por la Región del Biobío y la de Valparaíso, con el 11,8% y 10,1% respectivamente. El 49,6% de la población es de sexo femenino y el 16,7% vive en áreas rurales.

Por estratos socioeconómicos, al año 2013 la población chilena se distribuye de la siguiente manera: ABC1 5%; C2 12%; C3 19%; D 41%; E 22%.

En el 93% de los hogares pertenecientes al ABC1 tiene un ingreso promedio mensual superior a los \$975.000, mientras que el 28% de ellos, supera los \$2.175.001 pesos de ingreso mensual. En el grupo C2, el 64% tiene ingresos entre \$675.001 y \$1.575.000; en el C3, el 53% entre 300.001 y \$675.000; en el D, el 59% de los hogares tiene un ingreso menor a \$300.000; según el estudio, el 40% de los chilenos pertenecientes al grupo socioeconómico E ganan menos de \$150.000 al mes, mientras que el 46% que le sigue no supera los \$300.000 de sueldo. Esto se traduce en que el 86% del grupo E no gana más de \$300.000 al mes (Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo, Asociación de Investigadores de Mercado y Entel, 2013).

Los grupos C3 y D tienen a las ferias libres como el principal formato comercial de compra de frutas y verduras, con el 84,5% y 92,9% de las preferencias, respectivamente (Estudio FAO, ASOF y ONG Espacio y Fomento, año 2007), siendo estos los que presentan una disminución en el consumo de alimentos sanos al sufrir alguna variación en los ingresos familiares percibidos, demostrando una vulnerabilidad alimenticia importante

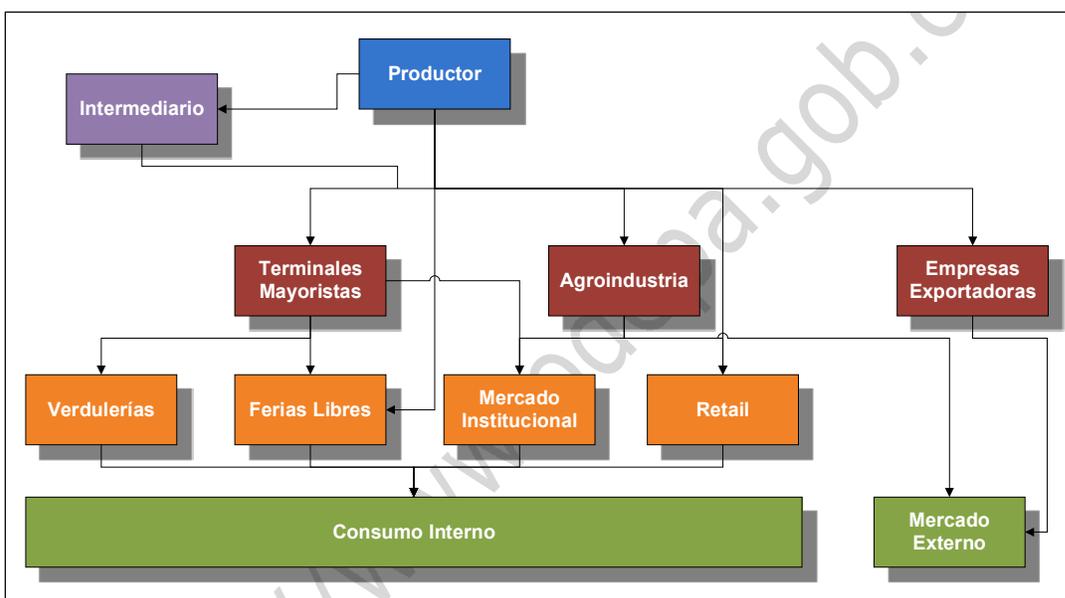
Al hacer una comparación entre diferentes zonas de comercialización (oriente, norte, poniente y sur), se obtiene que las ferias del sector poniente y sur (sectores de mayor presencia de los grupos socioeconómicos C3 y D) presentan un mayor número de puestos, volumen de venta, y valor de venta en comparación con el sector oriente (grupos socioeconómicos C2, C1, B y A) (USACH, 2008).

## B.- Modelos de negocio al interior del canal tradicional

### 1- Canal agroalimentario

#### a.- Principales características

De acuerdo a antecedentes de estudios previos (ODEPA, 2012), el modelo de comercialización que presenta el canal alimentario agrícola, tanto tradicional como “retail”, es el que se presenta en la [Figura 9](#) (Agroeconomics, 2012).



*Figura 9: Canal agroalimentario*

Según lo establecido en la figura anterior y dejando de lado el modelo de negocio que involucra a las agroindustrias, retail y empresas exportadoras, el canal tradicional se compone, según este modelo, de los productores primarios, intermediarios, mayoristas (centrales de abastecimiento), minoristas (ferias libres, verdulerías) y finalmente el consumidor. Esta descripción es encontrada prácticamente de forma similar en otras fuentes de información tales como estudios de USACH, Sáez *et al*, CODEMA, ODEPA, Boitano, Universidad de Chile, CEPAL, FAO, por mencionar algunos.

La comercialización y los procesos que esta involucra cada vez son más complejos, siendo en este escenario donde los pequeños agricultores, pescadores artesanales y comerciantes de menor escala se desenvuelven con dificultad (Econometrics, 2012).

Elementos como la presencia de una producción atomizada y dispersa, un intercambio comercial a cargo de intermediarios especuladores, junto con las características propias

de los alimentos respecto a perecibilidad y estacionalidad, hace que los costos de comercialización aumenten significativamente (Boitano, 2011). De manera adicional, se puede observar un comportamiento oligopsónico en la demanda al productor, lo cual afecta aún más a su ya limitada capacidad comercial que tiene en un modelo de mercado fuertemente asimétrico (Troncoso *et al*, 2003; mencionado en Boitano, 2011).

La comercialización hortofrutícola del país se concentra principalmente en tres centros mayoristas de la región metropolitana, estos son la Central de Abastecimiento de Lo Valledor, La Vega Central y La Vega Poniente. Por su parte, en regiones, Boitano (2011), menciona la importancia de las centrales “*Femacal de La Calera, La Palma de La Serena, La Monumental de Concepción, La Monumental de Temuco y La Lagunita en Puerto Montt. Santiago destaca como el principal lugar demandante por alimentos hortofrutícolas*” (p. 40).

Los pequeños productores, en su mayoría, no comercializan en mercados mayoristas, entre las razones que se esgriman, está la dificultad de coordinar acciones de producción cotidiana en sus predios con los requerimientos de la logística comercial necesaria para la venta de sus productos. Es así como el principal mecanismo de comercialización se da principalmente a través de intermediarios, siendo, en menor grado, el canal feria libre una opción alternativa. Por último, existen algunos grupos de productores pequeños que comercializan con el sector retail (Econometrics, 2012).

Ya se ha dicho que las centrales de abastecimiento son uno de los principales centros de comercialización de los productos. El modelo de negocio que se produce en ellas es complejo y de características particulares. A pesar de esto, su modelo de comercialización se ha establecido como un mercado de referencia, siendo el principal punto de encuentro comercial para una amplia variedad de productos, principalmente comercializados entre las regiones de Coquimbo y Biobío (ODEPA, 2012). Particularmente, en la central de Abastecimiento de Lo Valledor, se pueden observar tres tipos de agentes comerciales presentes para el rubro hortofrutícola: productor – comerciante, intermediario y revendedor. Todos ellos y con sus características particulares, se “encuentran” en el proceso comercial que se desarrolla en esta central (Boitano, 2011), graficando la complejidad de la comercialización mencionada anteriormente.

Si bien, dentro de este punto comercial se encuentran principalmente actores de características comerciales, también existe un 30% aproximadamente de productores

hortícolas presentes en Lo Valledor, los cuales forman parte del canal comercial tradicional (Boitano, 2011). La importante concentración de producción que se comercializa en esta central (y en gran medida en centrales regionales), le permite actuar como un actor relevante al momento de definir los precios. Este poder que ejercen las centrales, a su vez, grafica la falta de fuerza que tendría el sector productivo, al cual se suman los consumidores con escaso poder de compra (por ejemplo, al momento de exigir mejores precios, calidad o inocuidad de los productos) y los minoristas al no transmitir de mejor forma las preferencias de los consumidores al resto de los actores de la cadena (Boitano, 2011).

Con respecto a la comercialización a la cual tiene acceso el sector de agricultura familiar y pequeños productores, esta se da principalmente por medio de intermediarios fieles, oportunistas y minoristas (Econometrics, 2012), y en menor medida se da la comercialización el retail, como se ha mencionado anteriormente. Según Mendoza (1987, citado en Boitano 2011; p. 1), la comercialización de los productos hortofrutícolas en el canal tradicional presenta las siguientes características:

- La oferta de la mayor parte de los productos agropecuarios, es dispersa en su origen (producción atomizada); a la vez, es concentrada en el tiempo, pues se presenta en un corto periodo de cosecha.
- La demanda de los consumidores, por su parte, se caracteriza por ser concentrada geográficamente y espaciada en el tiempo.
- Las unidades de producción (chacras, fincas) son muy heterogéneas en capital, tecnología, administración, capacidad e información. Ello contribuye a que la oferta, por el lado de los productores, sea altamente competitiva, con ausencia de coordinación y con escasa o nula planificación para ajustarse a las necesidades de la demanda.
- Los riesgos de la producción son mayores, comparativamente con los otros sectores; dichos riesgos son incrementados por los fenómenos de la naturaleza que resultan poco predecibles (como lluvias, sequías, etc.)
- Los bienes agrícolas son perecibles, en mayor o menor grado, por lo que la comercialización de estos alimentos exige esfuerzos adicionales de adecuación (tecnología apropiada y una estrategia de comercialización que se ajuste a esta naturaleza)
- La oferta de los bienes agropecuarios en estado natural no tiene prácticamente características de diferenciación entre sí, a pesar de provenir de distintas unidades de

producción. Con esto los productores e intermediarios deben adoptar estrategias especiales con el fin de llegar al consumidor y colocar la producción.

- El consumidor tiene tendencia a gastar una proporción fija de su ingreso para adquirir los alimentos. Existe así, una fuerte competencia entre los productos por la cuota de ingreso que el consumidor destina a la alimentación.

Estas características grafican la complejidad de la comercialización que tienen los actores del canal tradicional. La especialidad y dedicación que se requiere hace aún más difícil que el propio productor pueda llevar a cabo de buena forma la puesta en venta de sus productos. Es aquí donde el fortalecimiento del canal tradicional, a partir de la coordinación justa y basada en la confianza entre sus actores, se hace fundamental.

La obtención de información y creación de transparencia en los mecanismos de comercialización es fundamental para los actores del canal. En este sentido una correcta obtención de información de precios y mercados, podría permitir generar beneficios tales como (Boitano, 2011):

- En el corto plazo, el encauce del flujo regular de productos a los mercados; evitando a los especuladores que distorsionan los precios reales.
- A mediano y largo plazo orienta la producción hacia los rubros más rentables, reduciendo los desequilibrios de la oferta.
- Las partes involucradas adquieren un mayor poder de negociación, posibilitando la toma de decisiones racionales
- Contribuye a lograr una redistribución de los márgenes de comercialización, de tal manera que éstos se asocien al valor agregado que proporcionan

Uno de los intermediarios comerciales que presentan los productos hortofrutícolas del país (y pesqueros) son las ferias libres (Econometrics, 2012). Este sector es el principal punto de comercialización para los productores, pero a su vez es el lugar donde los consumidores obtienen mayoritariamente alimentos saludables (USACH, 2008). Sin embargo y a pesar de la importancia que esta vía de acceso a alimentos más sanos, la comercialización de productos hortofrutícolas, desde la propia producción hasta la obtención por parte del consumidor, se ve afectada por una serie de problemas históricos

en el sector. Es así como en diferentes estudios realizados para el sector<sup>16</sup>, se ha determinado una serie de elementos fundamentales que complejizan la comercialización de los productos. A continuación se entregará una pequeña descripción de los más relevantes.

*b.- Principales factores que influyen en el modelo de comercialización*

Confianza: A partir de la realización de estudios de casos, en el marco de un proyecto ASOF/FAO/ODEPA (2013), entre productores/pescadores y feriantes, se pudo determinar que el factor confianza es un elemento fundamental y prioritario en el establecimiento de relaciones comerciales sostenibles en el tiempo. La generación de negocios se determina a partir del conocimiento de las partes, de sus formas de operar y de la transparencia con la cual dichos actores presentan sus modelos de negocios. Si bien es importante que cada actor mantenga y respete los detalles de su planificación, el compartir cierta información confiable con su contraparte, fortalece los lazos comerciales e incluso personales entre ambos actores.

Financiamiento: La principal vía de financiamiento que los actores presentan para iniciar sus negocios es el capital propio (FAO, 2013). Esta definición complica aún más contar con mayores opciones de comercialización o inclusión a nuevos mercados. Los productores, por ejemplo, no presentan una liquidez que les permita mejorar su gestión y comercialización, incluso no cuentan con accesos a créditos que puedan suplir la falta de capital (ODEPA, 2012).

Asociatividad: Desde hace más de una década que el Estado chileno viene promoviendo la asociatividad como una alternativa viable para poder generar rasgos de economías de escala, mayor competitividad, mejor acceso a mercados y mayores rentabilidades de sus negocios. Así como también superar las importantes asimetrías y problemas estructurales presentes en el mercado alimentario (INDAP, 2014). La asociatividad no solo debe ser entendida como aquella entre productores o comerciantes, sino también a la integración de productores con comerciantes o al establecimiento de nuevos actores en el mismo canal como podrían ser centros locales de abastecimiento, mercados intermedios, centros de gestión, por mencionar algunos (ODEPA, 2012).

---

<sup>16</sup> Entre las instituciones que han desarrollado estos estudios se pueden mencionar FAO, ODEPA, USACH, Universidad de Chile, Econometrics, entre otros.

Planificación en la producción: Un mejor manejo de la información que permita la coordinación eficiente entre los actores productores y comerciales, entregará una visión de mercado más certera y cercana a la demanda de los propios consumidores (Boitano, 2011). Es sabido que la producción muchas veces se da por conocimiento especializado en un tipo de cultivo determinado o a partir del conocimiento de los precios que se obtienen (ODEPA, 2012). Estas opciones de decisión deben estar informadas y en conocimiento del productor, con el fin de conocer las tendencias durante todo el año que les permita establecer el comportamiento del mercado alimentario y mejorar su competitividad.

Costos, registros y formalización: Históricamente la producción agrícola no ha incorporado en sus prácticas comunes el conocimiento de sus estructuras de costos. El productor se basa en el conocimiento propio y que ha traído consigo por años, sin embargo al momento de realizar una gestión comercial determinada, la omisión de costos y sus cálculos subestimados pueden llevar el modelo de negocio a su fin. Es de extrema importancia para el negocio que el productor pueda contar con el conocimiento de sus costos, diferenciando aquellos de transacción, directos/indirectos, mano de obra, gestión comercial, entre otros (Econometrics, 2012). Los niveles de formalización en el sector familiar campesino son muy bajos, los productores aún no cuentan con capacidades financieras ni de inversión para iniciar actividades y cumplir con ciertos estándares productivos/comerciales. Junto a esto, la inclusión en mercados formales no está garantizada, así como tampoco las rentabilidades que pudiese justificar dicha formalización.

Logística y la operación comercial: La presencia de un articulador comercial en diferentes estudios de caso realizado por FAO/ASOF/ODEPA, ha demostrado la relevancia que juega este actor al momento de concretar procesos de negociación entre los diferentes actores del canal. El agente comercial ya es utilizado por diferentes grupos de cooperativas, asociaciones de productores y pequeños grupos comerciales, por medio del cual establecen una especie de “gerencia” que establece nexos comerciales. Si bien esta figura ya se encuentra presente (mayormente en productores de carácter comercial), el acercamiento de esta visión hacia los productores de menor escala se hace necesario, debido a que muchos de ellos no cuentan con la capacidad organizativa ni financiera para

poder incorporar este articulador. Es aquí donde programas públicos locales (PRODESAL, por mencionar alguno) puede jugar un rol fundamental.

Costos de transacción: La actividad comercial incorpora una serie de operaciones cotidianas, que justamente por ese carácter “diario y cotidiano” de las mismas son subestimadas en la valoración económica. Los costos de transacción son aquellos costos que se incurren en la compra de materias primas, insumos, transporte, patentes, servicios, mano de obra, entre otros (FAO, 2013). Nuevamente a través de estudios de caso realizados con feriantes, se determinó que la gran mayoría de ellos no tiene conocimiento en detalle sobre ellos, realizando aproximaciones vagas sobre sus gastos semanales. A esto se suma que cada comerciante tiene un negocio particular, que cuenta con valores individuales y propios de su negocio, haciendo difícil una estandarización de los costos del sector.

Acceso a información: El acceso a información de mercados es uno de los temas más recurrentes al momento de estudiar los procesos de comercialización del canal alimentario tradicional. Es así como ODEPA (2012) señala que la existencia de una fuerte asimetría en el acceso y manejo de información de mercados. Existen niveles de información dentro del canal, ya que tanto productores como comerciantes minoristas requieren de cierto tipo de información y en momentos determinados. La llegada de información sobre precios a los productores ha sido un tema importante para el Ministerio de Agricultura, buscando constantemente mecanismos eficientes para llegar a la gran mayoría de los productores. Por su parte, el sector minorista cuenta con muy escasas estadísticas sobre el comportamiento del mercado hortofrutícola, debido a la informalidad del sector y a la variación continua en el tiempo de la información.

Márgenes de los actores en el canal: La rentabilidad que entrega la venta de hortalizas, por ejemplo, es considerada atractiva a nivel de mercado. Así lo expresa ODEPA (2012) en un estudio de comercialización de productos hortícolas. Si bien esa ganancia queda principalmente en manos de los intermediarios, esta no deja de ser una buena noticia, ya que demuestra la oportunidad para los productores de poder llegar con sus productos directamente a consumidores finales.

c.- Modelos alternativos de comercialización agroalimentaria: circuitos cortos de comercialización

La búsqueda constante de un sistema de comercialización más justo, eficiente y equitativo ha llevado a diferentes instancias, tanto públicas como privadas, a buscar nuevas formas de comercialización, donde el productor y consumidor sean actores principales.

Es así como el propio INDAP en sus Lineamientos Estratégicos para los años 2014-2018, propone de forma clara y expresa el fomento de circuitos cortos (o cadenas cortas) de comercialización, donde el productor comercializa de forma directa al consumidor o puede disminuir su número de intermediarios (como máximo uno solo) en la venta de sus productos, capturando parte importante de los márgenes rentables que entregan sus productos.

Como objetivo central de los circuitos cortos se define la necesidad de “fortalecer un modelo de comercialización alternativo y complementario a las cadenas que suponen los supermercados y la agroindustria, con los distintos intermediarios existentes entre ellos y los productores” (ODEPA-RIMISP, 2015; pp 13). Entre ellos se encuentra la venta directa a los consumidores, muchas veces locales o cercanos, por medio de ferias locales o municipales, y también por venta en los propios lugares de producción.

La caracterización de los productores que realizan circuitos cortos resalta la baja capacidad comercial de estos, generalmente en el rango de “multiactivos” según definición presentada por INDAP, por lo cual cuentan con escasos niveles de formalización y exigencias sanitarias. Estos se caracterizan por ser una alternativa más de *“vinculación de los agricultores a mercados. Estos combinan diferentes formas de participación en el mercado, las que se complementan en base al nivel de producción, la demanda efectiva, las necesidades de dinero y el peso de los costos de transacción de una u otra estrategia de venta, típicamente costos de transporte y tiempo necesarios para participar de CC”* (ODEPA-RIMISP, 2015; pp 3-4).

La estrategia que persigue el Ministerio de Agricultura al fomentar el desarrollo de estos circuitos cortos, recae en el perfeccionamiento del encadenamiento de la AFC a los mercados locales, velando por la sustentabilidad de la producción y la responsabilidad del consumo (INDAP, 2015). De esta manera se pretende abarcar dos importante metas

globales como son: mejorar el ingreso de las familias campesinas y colocar a disposición de la población alimentos sanos y saludables.

## **2.- Comercialización del sector pesquero artesanal**

El sector comercial pesquero comprende una importante complejidad, debido a las características propias del sector y sus actores. Esto es entendido por el Estado, por lo cual en el año 2014 se ingresa el proyecto de ley que crea el Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de pequeña escala (INDESPA), el cual en su Artículo 3° establece, con el fin de fomentar y promover el desarrollo de sus beneficiarios en el marco de la sustentabilidad de la actividad pesquera y de acuicultura de pequeña escala, las siguientes funciones y atribuciones: a) contribuir a mejorar la capacidad productiva y/o comercial de los sectores de la pesca artesanal y de la acuicultura de pequeña escala (Boletín 9689-21, 2014; p. 6), destacando de esta forma la importancia y atención que requieren los procesos comerciales dentro de la cadena pesquera artesanal.

Es en el punto de la comercialización donde el sector requiere, juntamente al desarrollo productivo de la pesca, un importante apoyo para superar las barreras comerciales que históricamente ha presentado este sector. La comercialización se presenta como uno de los principales problemas que actualmente enfrentan los pescadores (CENDEC, 2010). A continuación se entrega una descripción de las opciones comerciales que la pesca artesanal en la [Figura 10](#) (PUCV, 2013).

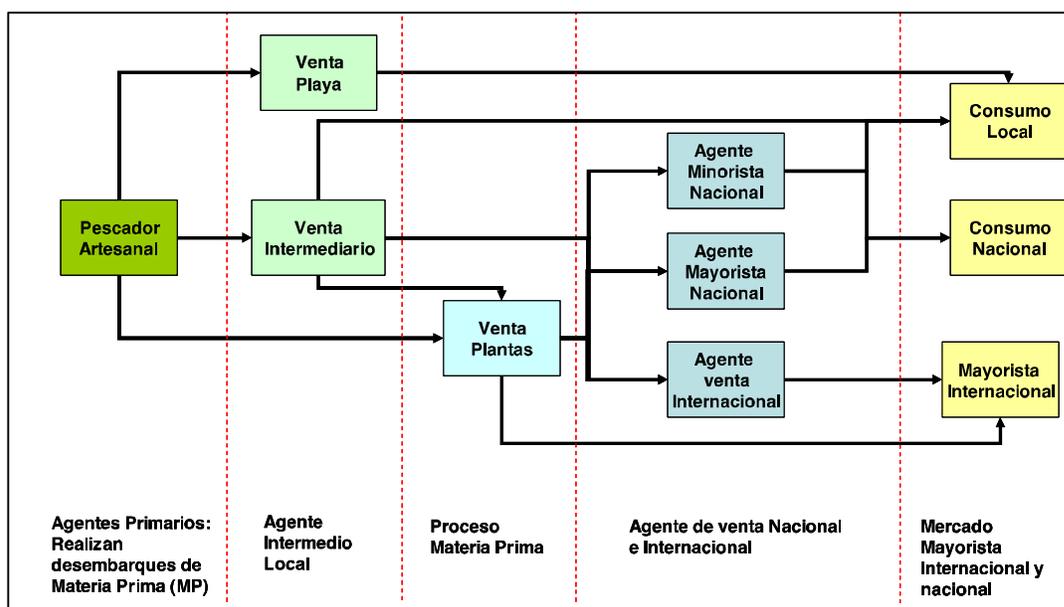


Figura 10: Flujo comercial del sector pesca artesanal.

Dentro de este sistema comercial, es posible identificar a dos tipos de actores involucrados en la actividad económica productiva, por un lado se encuentran aquellos que realizan una extracción y primera venta, por medio de la cual establecen una cadena comercial que sobrepasa los límites territoriales y temporales de la misma; mientras que por otro lado, se encuentran aquellos que son de “apoyo” a los que ejercen la actividad misma.

La forma de operar de este negocio, corresponde, en el caso del primer grupo, a diferentes tipos de involucrados: i) tradicionales, que utilizan técnicas y métodos de trabajo y comercialización básicos, caracterizado por extracción y venta inmediata en playa; ii) emprendedores, que desarrollan algún proceso que le agrega valor al recurso o pesquería capturado, estableciendo mecanismos de intercambio mediante relaciones de mayor conocimiento con clientes definidos; y iii) empresarial, pescadores que se articulan en acciones de transformación y procesamiento a la extracción, haciéndose parte en una alianza externa o parte de la propiedad de una planta procesadora industrial.

En este sentido, el mercado de primera venta es sumamente atomizado, con muy bajo o ningún poder de venta por parte de cada, el cual se enfrenta a una demanda que impone precios y limita la negociación. A esto se suma la atomización de la oferta, la cual dificulta un adecuado seguimiento y control del origen, calidad y sanidad de los productos de la pesca artesanal (trazabilidad).

En el otro grupo, se encuentran aquellos intermediarios y procesadores, y las empresas o unidades comercializadoras. Estos se relacionan de forma directa con las organizaciones artesanales, sin necesariamente pertenecer a ellas, solo es una relación funcional, por medio de redes económicas y de influencias, que sustentan el negocio en el estado actual (PUCV, 2013).

En este mismo sentido, desde el punto de vista económico, se tiene que el comportamiento de los precios reales en el mercado de playa evidencia, en general, una tendencia a la baja lo que se debería a efectos varios tales como: *el aumento de los desembarques artesanales; la composición del desembarque, con mayor presencia de ejemplares de tallas menores; el efecto de productos sustitutos y estructuras ineficientes del mercado de playa, entre otros*. Esto implica que para mantener niveles de ingreso, bajo los criterios actuales, los pescadores deban optar por alcanzar mayores desembarques de las especies explotadas y/o explotar nuevas especies.

Por último, en un estudio realizado por el Centro para el Desarrollo de Capital Humano<sup>17</sup> (2010), que tomó en consideración la percepción de los pescadores sobre su propia organización, éstos se manifestaron de manera autocrítica con respecto a que sus problemas a nivel de caleta muchas veces son por falta de fortalecimiento organizacional y con que las organizaciones maduren y no se exprese una permanente pugna con la estructura administrativa. Este tipo de análisis, demuestra, sin embargo, que la organización ya presenta un cierto nivel de organización, que les permite ver sus falencias actuales con el objetivo de seguir desarrollándose en un nivel más inclusivo, tanto en el área de producción como comercial.

---

<sup>17</sup> Informe Final "Situación del fomento productivo en la pesca artesanal en Chile"

ESTUDIO PROGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL  
DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL CANAL  
AGROALIMENTARIO TRADICIONAL

**ANEXO 2: Normativa Legal**



Diciembre 2015

**Sociedad de Desarrollo Tecnológico – Universidad de Santiago de Chile**

## **I. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES NORMATIVAS VIGENTES.**

### **A.- Principales aspectos normativos comunes.**

Como se adelantó anteriormente, al no contar el Canal con una normativa propia, corresponde identificar y analizar una serie de elementos o factores comunes insertos en regulaciones específicas de los Actores del Canal, las que cubren parcialmente diversos aspectos, los que consolidados podrán permitir construir propuestas integrales que contribuyan a elaborar un esquema general normativo para el Canal.

Las personas que se desempeñan en los rubros de la Agricultura Familiar Campesina, la Pesca Artesanal y Ferias Libres, casi en su totalidad, son trabajadores independientes no a honorarios (o por cuenta propia), factor común que trasciende en la situación laboral, en materias de salud y seguridad social, accesibilidad a instrumentos de fomento y financieros, entre otros aspectos.

Otro ámbito común de los integrantes o Actores del Canal, dice relación con sus formas de organización. Sin perjuicio de que en estricto rigor la organización no implica asociatividad en términos comerciales, y cada asociado realiza su trabajo y desarrolla su negocio de manera autónoma, los integrantes o Actores de este Canal, suelen constituir y formar parte de las denominadas organizaciones de la economía social, como son las Cooperativas, las Asociaciones Gremiales (incluidas las de Consumidores), y podríamos incluir en este listado, según se fundamentará, a los Sindicatos de Trabajadores Independientes. Es necesario considerar en este aspecto a la economía social y cooperativa, que se basa en organizaciones y empresas que tienen un doble propósito – económico y social, que producen bienes y servicios bajo principios y prácticas de cooperación, asociación, solidaridad y de satisfacción de las necesidades básicas. Éstas incluyen no solamente formas tradicionales de organización cooperativas o sociedades mutuales, sino también asociaciones de trabajadores por cuenta propia, organizaciones y redes de comercio justo y de consumidores ‘éticos’, grupos de mujeres de auto-ayuda, empresas sociales, iniciativas comunitarias forestales, ONGs que comienzan a generar ingresos a través de actividades económicas, e iniciativas financieras comunitarias (Fonteneau et al.2011).

Independientemente de las formas organizativas descritas anteriormente, y en lo que respecta a las formalidades de cada uno de los emprendimientos particulares relacionados al Canal, éstos deben cumplir con una serie de requisitos, los que podrán ser comunes o especiales dependiendo de la función o actividad que se desarrolle. En cuanto a la forma o figura legal que los diversos integrantes del canal pueden adoptar, encontramos a las Personas naturales y a las Personas Jurídicas.

## Anexo 2: Informe de normativa legal

Una persona natural es una persona humana que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal. Puede constituir una empresa como persona natural, y en este caso la persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la empresa. Eso implica también que la persona es por sí mismo responsable por las deudas u obligaciones que puede tener su empresa. Dentro de los Actores del Canal es posible encontrar, como personas naturales a pequeños agricultores, pescadores artesanales, feriantes, almaceneros, ayudantes, consumidores, entre otros.

Las personas jurídicas son personas ficticias capaces de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representadas judicial y extrajudicialmente. En estos casos, es la empresa y no su dueño quien asume todos los derechos y obligaciones de la empresa. Lo anterior implica que las deudas u obligaciones que pueda tener la empresa se limitan sólo a los bienes que la empresa tiene a su nombre. En este caso, la empresa tiene su propio RUT. La persona jurídica puede ser formada por una o más personas naturales o jurídicas dependiendo el tipo de empresa o persona jurídica.

Dentro de los Actores del Canal es posible encontrar, como personas jurídicas a empresas u organizaciones de productores hortofrutícolas, de abastecimiento o intermediarios, pequeños y medianos productores, organizaciones relativas a la pesca, a la feria libre, organizaciones de consumidores, entre otros. En cuanto a las personas naturales y, particularmente respecto a las personas jurídicas y la normativa relacionada a la creación o constitución de éstas como parte del proceso de formalización, podemos detallar las siguientes normas:

- Ley de Microempresa Familiar N° 19.749 y su Reglamento
- Ley de Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada N° 19.857
- Ley de Sociedades por Acciones: N° 20.190
- Ley de Sociedades Anónimas N° 18.046 y su Reglamento
- Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada N° 3.918
- Ley General de Cooperativas D.F.L. 5 – 2003 Min. Ec. y su Reglamento
- Código Civil y Ley N° 20.500, Asociaciones y Fundaciones - Organizaciones Funcionales con Personalidad Jurídica Municipal:
- Código del Trabajo, Sindicatos de Trabajadores Independientes
- Decreto Ley N° 2.757 – 1979 del Ministerio del Trabajo sobre Asociaciones Gremiales
- Organizaciones con otros tipos de Personalidad Jurídica (normas particulares).

## Anexo 2: Informe de normativa legal

Las etapas, o trámites legales para constituir o formalizar cada una de estas formas o figuras legales dependerán de cada caso o figura organizacional, pero en términos generales se requiere un estatuto (Escritura Pública o Instrumento Protocolizado); Acta constitutiva suscrita ante notario u otro ministro de fe; e inscripción en algún registro (CBR – Reg.Civil – Min. Ec. – Inspección del Trabajo – Reg. de Coop. – Diario Oficial, entre otros).

Este punto puede considerarse como una de las primeras dificultades para un gran número de integrantes de este Canal, ya sea por la falta de capacitación, de apoyo, o de medios económicos para desarrollar estos pasos. Esta circunstancia, o variable legal, amerita ser analizada, ya que no solo influye en la formalización inicial, sino en una serie de impedimentos posteriores, tales como dificultad para optar a determinados instrumentos financieros o de fomento, participación en proyectos individuales y/o asociativos de diversa índole, entre otros asuntos. Lo anterior es parte de las brechas legales del Canal en que es posible incidir.

La modalidad de tributación del productor o régimen impositivo de los productores agrícolas en el país se agrupa en tres opciones de tributación: renta efectiva, renta efectiva simplificada, renta presunta, considerando además aquellos que no tributan. Los actores de la AFC se ubican en las últimas alternativas, similar situación se presenta en la pesca artesanal y en los feriantes.

Para el caso de los mercados y centrales de abastecimiento, las formas legales generales de constitución y funcionamiento suelen ser sociedades anónimas, de responsabilidad limitada y en menor medida cooperativas, empresas que a su vez suelen asociarse con otras.

En lo respectivo a los pequeños agricultores o en el caso de la agricultura familiar campesina, de algunos pescadores artesanales y feriantes, existe un elevado grado de informalidad. En lo que respecta a la asociatividad, en cuanto se da, los mecanismos mayoritariamente utilizados son las Cooperativas, Sindicatos de Trabajadores Independientes y las Asociaciones Gremiales.

Conjuntamente con lo anterior, es necesario identificar y analizar las normativas vigentes en materias tales como:

- Legislación tributaria: Verificación de formalización tributaria ante el SII, mediante la iniciación de actividades de aquellos que no cuenten con ella y exención del pago de multas.
- Legislación sanitaria: Aquellos actores que ofrezcan alimentos y/o uso de servicios higiénicos deberán contar con las autorizaciones correspondientes del Servicio Nacional de Salud. Debe propenderse a la formalización sanitaria de aquellos que no estén al día.

- Patente comercial: Aquellos actores que se encuentren operando comercialmente deberán contar con las patentes y/o permisos municipales respectivos.
- Certificación turística: Aquellos actores que por su actividad sea pertinente y que quieran obtener esta certificación deben iniciar el proceso ante Sernatur, individual o asociativamente.
- Cambio de uso del suelo: Aquellos actores que por su actividad requieran el cambio de uso del suelo deben iniciar los procedimientos correspondientes ante el SAG.
- Legislación Medioambiental. Diversas regulaciones y restricciones, directrices de COREMA.
- Normativa relativa a la Asociatividad: El Estado debe propender a elaborar normas y programas de capacitación sobre la importancia de la asociatividad para enfrentar o resolver problemas y/o necesidades comunes.
- Legislación Laboral. Trabajo Decente, trabajos especiales, jornadas, remuneraciones, trabajadores extranjeros, entre otros asuntos.
- Normativa relacionada a la Capacitación: La capacitación otorga ventajas competitivas y mejora el desempeño.
- Normas sobre mercado y comercialización: Se deben considerar también, las regulaciones en materia de promoción, publicidad, marcas, entre otras.
- Normativa del Consejo de Monumentos Nacionales: Aquellos actores que operen sitios declarados Monumentos Nacionales deberán cumplir con la normativa que los rige y que es controlada por el Ministerio de Bienes nacionales.

En materia de salud y particularmente para los actores de la Agricultura Familiar Campesina, Pesca Artesanal y Ferias Libres, conjuntamente con los lugares de acopio, abastecimiento y expendio de los productos relacionados, son comunes en términos generales, las siguientes normativas, sin perjuicio de sus reglamentaciones específicas según las actividades que cada actor desarrolla:

### **1.- Código Sanitario**

DFL N° 725, Promulgado el 11-12-1967, Publicado el 31-01-1968, Última Modificación el 06-06-2015 con la Ley N° 20.850. Se debe considerar esta normativa, debido a que nuestra Constitución Política establece en su Artículo 19 N° 9 el Derecho a la protección de la salud y en su N° 8 el Derecho a vivir en un medio ambiente libre de contaminación. Luego, el Código Sanitario, rige todas las cuestiones relacionadas con el fomento, protección y recuperación de la salud de los habitantes de la República, salvo aquellas sometidas a otras leyes. Este Código se complementa por medio de diversos Reglamentos necesarios para la aplicación de las normas

contenidas en el señalado Código. El Código Sanitario también considera normas relacionadas a la seguridad del ambiente y de los lugares de trabajo, entre otras materias.

## **2.- Reglamento Sanitario de los Alimentos**

Decreto N° 977/96 Publicado en el D.O. el 13-05-1997, Última Modificación Ley N° 20.606 (Decreto Supremo N° 13) sobre la composición nutricional de los alimentos y su publicidad. El Reglamento Sanitario de los Alimentos establece las condiciones sanitarias a que deberá ceñirse la producción, importación, elaboración, envase, almacenamiento, distribución y venta de alimentos para uso humano, con el objeto de proteger la salud y nutrición de la población y garantizar el suministro de alimentos sanos e inoocuos. Se aplica a todas las personas naturales o jurídicas, que se relacionen o intervengan en los procesos aludidos anteriormente, así como a los establecimientos, medios de transporte y distribución destinados a dichos fines.

El Reglamento contempla principios generales de higiene de los alimentos, de los establecimientos de alimentos y requisitos de higiene tanto a nivel personal como de los establecimientos mismos, requisitos de higiene en la elaboración y expendio de los alimentos. Se establecen normas sobre la rotulación y publicidad, los envases y utensilios, aditivos alimentarios, contaminantes y residuos, entre otros contenidos.

La modificación contenida en la Ley N° 20.606 se complementa con el Decreto N° 13 que se traduce en el Reglamento de la referida Ley sobre Composición Nutricional de los Alimentos y su Publicidad. El Decreto fue publicado en el D.O. el 26-06-2015, y entrará en vigencia 12 meses después de su publicación. Este Decreto tiene como principal objetivo establecer un sistema de etiquetado especial para los alimentos con altos niveles (“altos en”) de azúcar, sodio, grasas saturadas y energía, según los límites que se establecen para esos ingredientes por cada 100 gramos del alimento de que se trate.

Todos los alimentos que no estén especialmente exceptuados por el Decreto N°13 (ej. alimentos de venta a granel, alimentos para regímenes especiales, entre otros), y que excedan estos valores, y sean considerados “altos en”, deberán cumplir con las exigencias en materias de publicidad, etiquetado y simbología.

El Canal alimentario agropesquero tiene estrecha relación con el Reglamento Sanitario de los Alimentos, pues su primera versión fue aprobada poco después de la legalización del uso de la calle por parte de las ferias libres, en el gobierno de Pedro Aguirre Cerda en 1939.

### **3.- Códex Alimentario**

Si bien no constituye una norma oficial como tal, los principios generados por la Comisión del Codex Alimentarius, creada en los años 60 por la OMS y la FAO, constituye la información de referencia para la elaboración de las normas oficiales nacionales en los diferentes países. En el caso de Chile, la Comisión Nacional está organizada en diversas temáticas y sub Comités, a través de los cuales se ha abordado el tema de la calidad e inocuidad de los alimentos, desarrollándose con una base científica, normas, reglamentos y códigos de prácticas en materias de producción y control de los alimentos, con el fin de proteger a los consumidores y asegurar las prácticas del comercio de los alimentos entre los países, traducándose en Reglamentos de alimentos, buenas prácticas agrícolas, medidas sanitarias y protección del consumidor, entre otras medidas. En Chile a raíz de los acuerdos de la OMC el Gobierno crea oficialmente el Comité Nacional del Codex (CNC) en el año 1997, estableciendo que estaría integrado por representantes de los Ministerios de Salud (MINSAL), de Relaciones Exteriores (RREE), de Agricultura y de Economía, un representante de la Industria de Alimentos y Comercio (SOFOFA), un representante de los consumidores y un representante del sector académico.

#### **B.- Normativa aplicable al Sector Agrícola y de la Agricultura Familiar Campesina AFC.**

##### **1.- Sistema Nacional de Certificación de Productos Orgánicos Agrícolas (Ley N° 20.089)**

(Sistema Nacional de Agricultura Orgánica). Norma promulgada el 21-12-2005 y publicada en el D.O. el 17-01-2006 – Última Versión – modificación - del 30-05-2015 por Ley N°20.838 la que tiene por objeto permitir a los pequeños agricultores ecológicos con sistemas propios y alternativos de certificación que comercialicen sus productos orgánicos en cualquier punto de venta. La Ley N° 20.089 regula el Sistema Nacional de Certificación de Productos Orgánicos Agrícolas, el que pretende asegurar y certificar que los productos orgánicos sean producidos, elaborados, envasados y manejados de acuerdo con las normas de esta Ley y su Reglamento. Se establecen diversas definiciones e igualmente la voluntariedad de adscripción al Sistema. Sin embargo, sólo los productores, elaboradores y demás participantes en el mercado que se hayan adscrito formalmente al Sistema y cumplan con sus normas podrán usar, en la rotulación, identificación o denominación de los productos que manejan, las expresiones “productos orgánicos” o sus equivalentes, tales como “productos ecológicos” o “productos biológicos” y utilizar el sello oficial que exprese esa calidad. En el caso de comercialización, ya sea en ferias, tiendas, mercados locales u otros, por parte de agricultores ecológicos (pequeños productores, familiares, campesinos e indígenas), insertos en procesos propios de organización y control social,

## Anexo 2: Informe de normativa legal

previamente registrados en el organismo fiscalizador, éstos podrán tener sistemas propios y alternativos de certificación, una vez que esté asegurada a los consumidores y al órgano fiscalizador, la rastreabilidad del producto y el libre acceso a los locales de producción o procesamiento.

En la norma, se establece que será el SAG la autoridad competente encargada de fiscalizar el cumplimiento de esta Ley y su normativa complementaria, y de sancionar las infracciones señaladas en la Ley, de acuerdo con el procedimiento de sanción y reclamación que señala. Asimismo, detalla que le corresponderá al SAG administrar y controlar el uso del sello oficial distintivo de productos orgánicos agrícolas, pudiendo encomendar la aplicación del mismo a entidades certificadoras inscritas en su registro. Las atribuciones que esta ley le otorga al SAG serán ejercidas por dicho organismo, sin perjuicio de aquellas que les correspondan a otros organismos públicos.

Finalmente, se determina que en el Reglamento de la Ley se establecen los requisitos y protocolos para la adscripción al Sistema de los distintos intervinientes.

### **2.- Regulación de las transacciones comerciales de productos Agropecuarios (Ley N° 20.656 y sus reglamentos)**

Norma promulgada el 28-01-2013 y publicada en el D.O. el 02-02-2013, es una ley que tiene por finalidad establecer mecanismos e instrumentos que asistan a la libre determinación de precios en las transacciones de productos agropecuarios. Establece con carácter obligatorio un procedimiento de análisis de muestras y contra-muestras, y medición, según corresponda, de los productos agropecuarios que se transan en el mercado nacional y que no se encuentren regulados por una ley especial. Mediante uno o más reglamentos por producto o tipo de productos, aprobados por decreto supremo expedido por el Ministerio de Agricultura, que llevará además la firma del Ministro de Economía, Fomento y Turismo, se determinan los productos agropecuarios que se someterán al procedimiento que establece esta ley.

### **3.- Ley Orgánica de INDAP N° 18.910**

Promulgada el 16-01-1990 y Publicada en el D.O. el 03-02-1990 – Modificada por Ley N°19.213 - Última Versión de 10-10-2014 por Ley 20.720. La Ley define la naturaleza, objetivos y facultades del INDAP señalando que se trata de un servicio funcionalmente descentralizado, de duración indefinida, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con plena capacidad para adquirir, ejercer derechos y contraer obligaciones, el cual está sometido a la supervigilancia de la Presidenta de la República, a través del Ministerio de Agricultura.

Su objeto es promover el desarrollo económico, social y tecnológico de los pequeños productores agrícolas y de los campesinos, en adelante sus beneficiarios, con el fin de contribuir a elevar su capacidad empresarial, organizacional y comercial, su integración al proceso de desarrollo rural y optimizar al mismo tiempo el uso de los recursos productivos. Para el logro de los objetivos señalados, la Ley establece que el INDAP puede desarrollar, especialmente, funciones como otorgar asistencia crediticia a sus beneficiarios, pudiendo ésta extenderse al financiamiento del enlace necesario, en coordinación con los organismos públicos competentes, para la construcción y mejoramiento de la vivienda rural y sus servicios básicos; otorgar asistencia crediticia a las organizaciones de sus beneficiarios, con personalidad jurídica, que desarrollen programas o actividades productivas que impliquen beneficio directo a los sectores rurales; proporcionar asistencia técnica y capacitación a sus beneficiarios, tanto en los aspectos productivos como en todos los que constituyen sus objetivos propios.

Para el cumplimiento del objeto señalado anteriormente, administra subsidios o líneas de crédito destinados a contratar directamente estos servicios en el sector privado, pudiendo otorgarlos en forma subsidiaria, a título gratuito u oneroso.

La Ley igualmente establece normas sobre la organización y administración del INDAP y las facultades respectivas. Establece también la conformación de su patrimonio, entre otros asuntos.

#### **4.- Ley de fomento de la inversión privada en obras de riego y drenaje (N°18.450/N°20.705).**

Promulgación el 22-10-1985, Publicación en el D.O. el 30-10-1985, Última versión del 21-11-2013  
– Modificación por Ley N° 20.705

Esta Ley faculta al Estado de Chile para financiar anualmente un Programa de Construcción de Obras Menores de Riego y Drenaje, el que mediante un sistema de Concursos Públicos bonifica un porcentaje del costo de su construcción mandando a la Comisión Nacional de Riego para que aplique, administre y difunda los beneficios de esta Ley. El objetivo de esta Ley consiste en otorgar una bonificación al costo de construcción de proyectos de riego de los productores agrícolas que cumplan con el fin de incrementar la superficie regada del país, provocar un mejoramiento del abastecimiento de agua en aquellas áreas regadas en forma deficitaria, incentivar un uso más eficiente de la aplicación del agua e incorporar nuevos suelos a la explotación agropecuaria, esto último, por la vía de eliminar el mal drenaje o facilitar la puesta en riego de suelos actualmente de secano.

La Ley señala que el Estado, por intermedio de la Comisión Nacional de Riego CNR, bonificará el costo de estudios, construcción y rehabilitación de obras de riego o drenaje, así como de proyectos integrales de riego o drenaje que incorporen el concepto de uso multipropósito; inversiones en equipos y elementos de riego mecánico o de generación; y, en general, toda obra de puesta en riego u otros usos asociados directamente a las obras bonificadas, habilitación y conexión, cuyos proyectos sean seleccionados y aprobados en la forma que se establece en esta ley.

También establece la Ley la forma de aplicación de la bonificación, señalando una serie de definiciones asociadas, determinando quienes pueden postular y las variables a considerar en los procesos de postulación. Igualmente, la Ley establece las facultades de la CNR, entre otras materias.

#### **5.- Convenio N° 169 OIT Sobre Pueblos Indígenas y Tribales en países independientes de la Organización Internacional del Trabajo**

Decreto Supremo N° 236 Ministerio RR.EE. 2009; Promulgado el 02-10-2008 y Publicado en el D.O. el 14-10-2008.

Este Convenio está ratificado y se encuentra vigente en nuestro país, señalando dentro de sus políticas generales que el gobierno debe asumir la responsabilidad de desarrollar, con la participación de los pueblos interesados, una acción coordinada y sistemática con miras a proteger los derechos de esos pueblos y a garantizar el respeto de su integridad, incluyendo para

## Anexo 2: Informe de normativa legal

ello, medidas que aseguren a los miembros de dichos pueblos gozar, en pie de igualdad, de los derechos y oportunidades que la legislación nacional otorga a los demás miembros de la población. Al mismo tiempo pretende que se promueva la plena efectividad de los derechos sociales, económicos y culturales de esos pueblos, respetando su identidad social y cultural, sus costumbres y tradiciones, y sus instituciones, y conjuntamente a lo anterior, busca ayudar a los miembros de los pueblos interesados a eliminar las diferencias socioeconómicas que puedan existir entre los miembros indígenas y los demás miembros de la comunidad nacional, de una manera compatible con sus aspiraciones y formas de vida, entre otras.

Al aplicar las disposiciones del Convenio, deben reconocerse y protegerse los valores y prácticas sociales, culturales, religiosos y espirituales propios de dichos pueblos y debe tomarse correctamente en consideración la índole de los problemas que se les plantean tanto colectiva como individualmente; Establece también el Convenio que el Gobierno deberá consultar a los pueblos interesados, mediante procedimientos apropiados y en particular a través de sus instituciones representativas, cada vez que se prevean medidas legislativas o administrativas susceptibles de afectarles directamente, Se establece que los pueblos interesados deben tener el derecho de decidir sus propias prioridades en lo que atañe al proceso de desarrollo, en la medida en que éste afecte a sus vidas, creencias, instituciones y bienestar espiritual y a las tierras que ocupan o utilizan de alguna manera, y de controlar, en la medida de lo posible, su propio desarrollo económico, social y cultural.

Además, dichos pueblos deben participar en la formulación, aplicación y evaluación de los planes y programas de desarrollo nacional y regional susceptibles de afectarles directamente.

El mejoramiento de las condiciones de vida y de trabajo y del nivel de salud y educación de los pueblos interesados, con su participación y cooperación, deberá ser prioritario en los planes de desarrollo económico global de las regiones donde habitan. Los proyectos especiales de desarrollo para estas regiones deberán también elaborarse de modo que promuevan dicho mejoramiento.

En lo que respecta más específicamente a las tierras y la pequeña agricultura, los gobiernos deben tomar medidas, en cooperación con los pueblos interesados, para proteger y preservar el medio ambiente de los territorios que habitan. Así, al aplicar las disposiciones de esta parte del Convenio, los gobiernos deben respetar la importancia especial que para las culturas y valores espirituales de los pueblos interesados reviste su relación con las tierras o territorios, o con ambos, según los casos, que ocupan o utilizan de alguna otra manera, y en particular los aspectos colectivos de esa relación. Se establece en el Convenio que los derechos de los pueblos

interesados a los recursos naturales existentes en sus tierras deberán protegerse especialmente. Estos derechos comprenden el derecho de esos pueblos a participar en la utilización, administración y conservación de dichos recursos. Entre otras materias, el Convenio establece normas relativas a la contratación y condiciones de empleo, especialmente en la medida en que no estén protegidos eficazmente por la legislación aplicable a los trabajadores en general. Por último, se propende a la formación profesional, artesanía e industrias rurales.

**6.- Resolución N° 33-2010 del Ministerio de Salud Fija tolerancias máximas de residuos de plaguicidas en alimentos – Modificada por Resolución N° 762 del 21-09-2011.**

Esta normativa se genera en relación al acelerado desarrollo de nuevos plaguicidas, nuevos usos de los mismos, la ampliación o cancelación de los registros nacionales de plaguicidas de uso agrícola y, por los avances de la normativa internacional en esta materia, en especial, las recomendaciones del Codex Alimentarius. Esta Resolución actualiza las tolerancias o límites máximos de residuos de plaguicidas en los alimentos. Igualmente esta normativa establece una serie de definiciones relativas a la materia, la necesidad de autorización por parte del SAG para el uso de cualquier plaguicida en actividades agrícolas. Finalmente, se establece que las infracciones a las disposiciones de la resolución serán sancionadas por las Secretarías Regionales Ministeriales de Salud respectivas, en conformidad con lo establecido en el Libro X del Código Sanitario.

En relación a la modificación señalada por resolución N° 762 del 2011, cabe destacar que ella se produce por la necesidad de incorporar 42 nuevos plaguicidas con sus correspondientes límites máximos de residuos, al mismo tiempo es necesario realizar cambios e incluir nuevos límites máximos de residuos de plaguicidas y realizar cambios acorde a las modificaciones en la regulación de la Unión Europea y de Estados Unidos, cuando corresponda, junto con corregir algunos nombres de plaguicidas y de alimentos incluidos en la resolución 33-2010. Finalmente, destaca la necesidad de incluir una referencia al concepto “post cosecha”.

## **7.- Decreto Ley N° 2.695 sobre regularización de la posesión de la pequeña propiedad raíz y la constitución de dominio sobre ella**

Promulgación 30-05-1979, publicación 21-07-1979 – Modificación – Última Versión 04-02-2004 por Ley N° 19.930.

Esta normativa surge debido a la deficiente constitución del dominio de las pequeñas propiedades raíces específicamente rurales y también considera las urbanas, lo que genera problemas de índole socioeconómico de crecimiento progresivo, al impedir que gran número de ellas se incorpore efectivamente al proceso productivo nacional. El objeto de esta normativa consiste en regularizar la situación del poseedor material que carece de títulos o que los tiene imperfectos, lo que es previo, en el caso de la pequeña propiedad agrícola, a la elaboración de planes de desarrollo y de asistencia técnica o crediticia, entre otros factores.

La normativa establece definiciones relacionadas, requisitos para ejercitar el derecho de regularización, detalles de la tramitación o del procedimiento, entre otras materias.

### **C.- Sector Pesquero\_ Pesca artesanal.**

#### **1.- Ley General de Pesca y Acuicultura:**

Promulgación el 28-09-1991, Publicada el 21-01-1992 – Modificaciones – Última Versión 28-05-2015.

La Ley establece disposiciones generales y definiciones; se refiere a la administración de las pesquerías; al acceso a la actividad pesquera industrial; a la Pesca Artesanal; a la Acuicultura; Investigación, Infracciones, Sanciones y Procedimientos; Delitos especiales y penalidades, entre otros asuntos.

A las disposiciones de esta Ley quedará sometida la preservación de los recursos hidrobiológicos y toda actividad pesquera extractiva, de acuicultura, de investigación y deportiva, que se realice en aguas terrestres, aguas interiores, mar territorial o zona económica exclusiva de la República y en las áreas adyacentes a esta última sobre las que exista o pueda llegar a existir jurisdicción nacional de acuerdo con las leyes y tratados internacionales. Quedarán también sometidas a ellas, las actividades pesqueras de procesamiento y transformación, y el almacenamiento, transporte o comercialización de recursos hidrobiológicos. Asociados a esta Ley, existen una serie de Reglamentos y otras normativas específicas que serán incorporados como anexos y/o referencia bibliográfica.

## **2.- Ley Nº 20.187 que modifica la Ley General de Pesca y Acuicultura en materia de reemplazo de la inscripción en el registro de pesca artesanal**

Publicada en el D.O. el 02-05-2007.

Modifica las normas para embarcaciones de pesca artesanal, sus categorías y requisitos para obtener la inscripción en el registro correspondiente. Esta normativa define como embarcación para pesca artesanal aquella explotada por un armador artesanal, e inscrita debidamente en el Registro Pesquero Artesanal. Debe tener una eslora no superior a 18 metros, 80 metros cúbicos de capacidad de bodega y hasta 50 toneladas de registro grueso.

La Ley señala que un reglamento establece las categorías de embarcaciones según eslora, capacidad de carga máxima -sin exceder las 80 toneladas-, volumen de bodega y superficie mínima destinada a habitabilidad.

Se establece en la Ley que si una embarcación no cumple estos requisitos, se suspenderá y prohibirá su zarpe hasta que se certifique la adecuación de sus características. Por último, se destaca en la Ley que de constatarse que una embarcación artesanal pesca más que su carga máxima, tres veces en dos años, se suspenderán sus derechos por tres meses y se prohibirá su zarpe.

## **3.- Decreto Supremo Nº 240 de 1998 Establece la Nómina Oficial de Caletas de Pescadores Artesanales**

(modificado por el D.S. Nº 337 de 2004 y Nº 237 de 2009). Decreto Supremo Nº 237 Promulgado el 14-08-2009 y Publicado el 21-11-2009.

Se consideró al dictar la referida norma la necesidad de actualizar la referida nómina que establece los lugares de uso permanente por los pescadores artesanales, en tareas propias de su actividad y así hacer más eficiente el empleo de los recursos fiscales destinados a apoyarlos. Se modificó la Nómina Oficial de Caletas de Pescadores Artesanales, agregándose nuevas regiones, transfiriendo provincias y sus caletas a estas nuevas regiones, entre otras materias.

#### **4.- Decreto Supremo N° 355 de 1995, Reglamento sobre Áreas de Manejo y Explotación de Recursos Bentónicos.**

Promulgado el 12-06-1995, Publicado el 26-08-1995 – Modificación – Última Versión del 09-04-2010 por Decreto N°49

Este Decreto se elabora en consideración a que la Ley General de Pesca ha establecido una medida de administración pesquera denominada áreas de manejo y explotación de recursos bentónicos, y ha señalado que un Reglamento determinará las condiciones y modalidades de los términos técnicos de referencia de los proyectos de manejo y explotación, las instituciones que los efectuarán y los antecedentes que deben proporcionarse en la solicitud. Finalmente, es importante considerar que las áreas de manejo de recursos bentónicos constituyen un instrumento idóneo para la conservación y aprovechamiento racional de los mismos y de colaboración de las organizaciones de pescadores artesanales con la administración pesquera.

En la práctica, consiste en una medida de administración que asigna áreas determinadas a organizaciones de pescadores artesanales legalmente constituidas para su manejo y explotación, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes. En esta norma se establece una serie de definiciones pertinentes junto a la determinación de los lugares que podrán ser considerados como áreas de manejo y explotación de recursos bentónicos. De igual manera, se establecen los requisitos y trámites para solicitar el establecimiento de un área de manejo, al igual que proyectos, planes e informes de manejo y explotación de áreas, entre otros asuntos.

Similares estipulaciones se establecen en el Decreto Supremo N° 314 Promulgado el 24-12-2004 y Publicado el 06-07-2005 que contiene el Reglamento de Actividades de Acuicultura en Áreas de Manejo y Explotación de Recursos Bentónicos, en el que se autoriza a las organizaciones titulares de un área de manejo de explotación de recursos bentónicos a realizar actividades de acuicultura siempre que no afecten a las especies naturales del área.

**5.- Decreto Supremo N° 456 establece el Reglamento para el Fondo de Fomento para la Pesca Artesanal. Regula la constitución y funcionamiento del Consejo de Fomento de la Pesca Artesanal**

Promulgado el 03-09-1992, Publicado el 16-11-1992, Última Modificación el 14-12-2006 por Decreto N° 313. Este Decreto se genera en virtud de la necesidad de reglamentar el funcionamiento interno del Consejo de Fomento de la Pesca Artesanal, los requisitos y formas de designación de los Consejeros señalados en la letra e) del Artículo 59 del D.S. N° 430, de 1991, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, así como también el procedimiento de los proyectos que contenga el programa anual del Fondo de Fomento para la Pesca Artesanal.

Se determinan las fuentes de financiamiento que constituyen el Fondo de Fomento, se establecen los aspectos que deben considerar los proyectos y programas que financia el Fondo. De igual manera se establece la constitución y designación de los miembros del Consejo del Fondo de Fomento, los representantes de los pescadores artesanales y las formas de elección. También contempla las normas relativas al funcionamiento del Consejo, las materias relativas a la asignación de proyectos y a su ejecución, entre otras materias.

**6.- Ley 19.713 de 2001 Establece como medida de administración el límite máximo de captura por armador a las principales pesquerías industriales nacionales y la regularización del Registro Pesquero Artesanal**

Promulgada el 18-01-2001, Publicada el 25-01-2001 – Modificada – Última Versión del 29-09-2012. Se reguló en esta Ley el Registro Pesquero Artesanal, estableciendo la posibilidad de que los pescadores artesanales puedan inscribirse en el Registro Artesanal que lleva el Servicio Nacional de Pesca, en la forma y condiciones que en ella se estableció.

**7.- Ley 20.249, que crea el espacio costero marino de los pueblos originarios**

Promulgada el 31-01-2008 y Publicada el 16-02-2008 / Decreto Supremo N° 143 de 2008 de Mideplan que establece el Reglamento de dicha Ley. Resguarda el uso consuetudinario de los espacios marinos de los pueblos originarios a fin de mantener sus tradiciones y el uso de los recursos naturales por parte de sus comunidades vinculadas al borde costero.

Esta normativa detalla la forma en que ciertas comunidades indígenas pueden acceder a que se les reconozca el uso de algunos espacios costeros. De tal manera se resguarda el uso

## Anexo 2: Informe de normativa legal

consuetudinario de dichos espacios y se mantienen las tradiciones y uso habitual que los pueblos originarios hacen de los recursos naturales vinculados al borde costero, como la pesca y usos religiosos, recreativos y medicinales, entre otros. Pueden solicitar administrar un espacio costero marino las Asociaciones de comunidades indígenas compuestas por dos o más comunidades indígenas, o una comunidad indígena, en el caso que se constate que sólo ella ha hecho un uso tradicional y permanente de ese espacio y no existen otras comunidades vinculadas a él.

En la normativa se establece lo relativo a la solicitud y demás requisitos, se definen diversos conceptos, como por ejemplo el uso consuetudinario. De igual manera se establece lo relativo a la presentación de un plan de administración con los usos y las actividades que se desarrollará en él, considerando un plan de manejo para el caso de que se exploten recursos marinos. Finalmente, se reglamenta lo relativo al convenio que debe suscribirse con la Subsecretaría de Pesca al efecto.

### **8.- Decreto Supremo N° 85 de 2003, Reglamento para la elección de los Consejeros del Consejo Nacional de Pesca**

Promulgado el 14-05-2003, Publicado el 28-10-2003, Última Versión del 05-08-2004 por Decreto N° 147. Se regula el organismo creado en virtud del artículo 145 de la Ley General de Pesca y Acuicultura.

En base a lo dispuesto en el artículo 145 de la Ley General de Pesca y Acuicultura, se creó un organismo denominado Consejo Nacional de Pesca para hacer efectiva la participación de los agentes del sector pesquero a nivel nacional, en materias relacionadas con la actividad de la pesca y de la acuicultura. Que en virtud de lo dispuesto en el artículo 146 del mismo cuerpo legal, debe dictarse el reglamento referido y así determinar el procedimiento de elección de sus Consejeros, cuando corresponda. En el Reglamento se establecen las calidades, número, procedimientos de nominación, elección o designación y demás normas relativas a los Consejeros.

**9.- Ley 20.597 sobre el Fondo para la Pesca Artesanal, crea la Comisión Nacional de Acuicultura y los Consejos Zonales de Pesca.**

Promulgada el 20-07-2012 y Publicada el 03-08-2012, Se crea en su título VI la Comisión Nacional de Acuicultura, cuya función es la de asesorar a la Presidenta de la República, a través del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, en la formulación y evaluación de las acciones, medidas y programas que se requieran para implementar la Política Nacional de Acuicultura. Se establece la composición y dirección de la Comisión, sus integrantes, las materias o tareas que le corresponden a la Comisión. Además la Ley crea ocho organismos zonales, denominados Consejos Zonales de Pesca, entre otras materias.

**10. Ley 20.814 de 2015, que prorroga la entrada en vigencia de la obligación de instalar dispositivos de posicionamiento automático en el mar, respecto de embarcaciones pesqueras artesanales.**

Promulgada el 30-01-2015 y Publicada el 07-01-2015. En relación a la obligación de instalar dispositivos de posicionamiento automático en el mar para las embarcaciones pesqueras artesanales, se prorrogó por única vez el plazo para hacer exigible esta obligación hasta el 09 de agosto de 2015, por lo que en la actualidad dicha circunstancia y medida de seguridad, es obligatoria.

**D.- Sector Mayoristas y Centrales de Abastecimiento.**

En lo que respecta al Sector Mayoristas\_ Centrales de Abastecimiento, es necesario destacar que actualmente en nuestro país prácticamente la totalidad de ellas funcionan y/o se rigen por un régimen de normas relativas al derecho privado, toda vez que además de encontrarse establecidos en bienes raíces de propiedad privada, las figuras o formas organizativas que utilizan para asociar y/o administrar dichos espacios, corresponden mayoritariamente a Sociedades Anónimas, de Responsabilidad Limitada o por Acciones. Sin perjuicio de lo anterior, nos encontramos con algunas organizaciones de mayoristas que se agrupan en Asociaciones Gremiales.

## Anexo 2: Informe de normativa legal

En cuanto a la normativa vigente, y en particular sobre los tipos de sociedades, se hace necesario considerar normas generales contenidas en el Código Civil y Código de Comercio, además de la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas y su Reglamento; Ley N° 3918 sobre Sociedades de Responsabilidad Limitada; Ley 20.119 que creó las Sociedades por Acciones.

Luego, respecto de los tipos organizativos encontrados y que no son sociedades, se debe considerar el D.L. 2.757 del año 1979 sobre Asociaciones Gremiales y, también las normas sobre Sindicatos de Trabajadores Independientes contenidas en el Código del Trabajo. Adicionalmente a cualquiera de las formas organizativas señaladas anteriormente, es indispensable considerar las normas internas, estatutos y/o reglamentos internos que cada uno de estos Mayoristas pueda tener.

En lo que respecta a los espacios físicos donde funcionan, tal como se adelantó, casi la totalidad de estas Centrales de Abastecimiento, se establecen en espacios de dominio propio, que se han adquirido por compraventa a particulares y también al Fisco (Bienes Nacionales) o a Municipalidades; en otros casos, ha existido adquisición por medio de Leasing (promesa de compraventa). Es recurrente encontrarse con que un grupo de comerciantes deciden unirse, invertir, adquirir, funcionar y administrar un lugar que sea de su propiedad, eso sí, casi en la totalidad de los casos endeudándose en la banca.

En cuanto a la figura legal por medio de la que se relacionan con sus socios o demás locatarios, generalmente corresponde a contratos de arriendo o concesión. En ellos se fijan los derechos y obligaciones de cada socio, sin perjuicio de la normativa estatutaria o reglamentaria, ya señalada, en la que se definen los requisitos y trámites para poder solicitar asociarse.

La relación de este Sector con las Municipalidades, si bien es bastante menos trascendente que la de los actores del Sector Minoristas, igualmente se debe considerar la Ley Orgánica de Municipalidades y determinadas Ordenanzas o Decretos de los municipios respectivos donde funcionan las centrales, ya sea en materias relativas a tránsito, rentas o patentes, concesiones de determinados espacios, entre otras.

Además, en el desempeño de las labores cotidianas que desarrollan estos Terminales o Centrales, deben tenerse presentes normativas de índole laboral y de seguridad en el trabajo, sanitarias referentes a los alimentos que en ellos se transan, entre otras.

**E.- Sector Minoristas: Ferias Libres, Verdulerías y Almacenes.**

Este Sector, desde un punto de vista normativo, se encuentra en un elevado nivel de asimetría en comparación con el gran comercio, primeramente debido a que no han tenido posibilidad alguna de incidir en la formulación de las normativas que los rigen, y en gran medida, deben ajustarse a muchas normas que no han sido elaboradas considerándolos realmente.

Sin perjuicio de lo anteriormente indicado, existen normas que cotidianamente estos actores deben respetar, incluso desde antes de formalizar sus iniciativas de negocio, algunas de ellas son referidas a la obtención de personalidad jurídica (en algunos casos), o al cumplimiento de las normativas tributarias (obtención de RUT, Inicio de Actividades, timbraje de documentos), etc.

Otras normativas tienen directa relación con un actor muy trascendente en su desarrollo, cual es el municipio respectivo.

Las Municipalidades, se relacionan con este Sector en cuanto a normativas relativas a la formalización de las microempresas familiares creadas por la Ley 19.749 y su Reglamento, o por medio de lo establecido en el Código Civil y Ley N° 20.500 sobre Asociaciones y Fundaciones, también en lo Organizaciones Funcionales con Personalidad Jurídica Municipal.

Muy importante es la normativa relativa al otorgamiento de patentes comerciales y/o permisos municipales para poder funcionar. Además, se deben considerar las Ordenanzas Municipales que tengan relación con este Sector, como por ejemplo Ordenanza sobre Derechos por permisos y Patentes, o la de Aseo, o de Funcionamiento de las Ferias Libres, entre otras.

De igual manera, con los municipios deben considerarse normas relativas a determinados permisos y/o concesiones de bienes nacionales de uso público, o municipales, en que tengan relación alguno de los actores de este Sector y su Municipalidad correspondiente.

Por último, cabe destacar la existencia de normativas sanitarias respecto de los alimentos que se comercializan en este Sector, aquí es vital respetar el Reglamento Sanitario de los Alimentos y las demás normativas municipales que pudiesen existir al efecto.

El siguiente cuadro, señala normas a las que deben remitirse los actores de este Sector:

- i. Constitución Política de la República de Chile
- ii. Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades
- iii. Ordenanzas Municipales o Reglamentos relacionados de la comuna respectiva donde funciona cada Feria, Almacén o Verdulería.
- iv. Normas civiles, comerciales, sanitarias y laborales
- v. D.L. 2.757 A.G. (Asociaciones Gremiales), del Código del Trabajo (Sindicatos de Trabajadores Independientes) y, normas sobre Cooperativas.
- vi. Leyes sobre diversos tipos societarios (S.A., SpA, S.Resp.Ltda., etc).
- vii. Otras (Instrucciones, Decretos, Estatutos y Reglamentos internos, etc.)
- viii. Normativa relacionada a los tres tipos de bienes donde se puede ejercer el comercio de Ferias Libres, ellos son: Bienes Nacionales de Uso Público; Bienes Municipales; Bienes Privados.
- ix. Normativa relativa a la formas legales para el uso de los espacios o bienes donde funcionan las Ferias Libres, Almacenes o Verdulerías, o donde se emplazan espacios anexos a éstas, ellas son: Permiso Precario, Comodato, Concesión, Arriendo, Compraventa

## **F.- Consumidores**

### **1.- Ley Nº 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores**

Promulgada el 07-02-1997, Publicada el 07-03-1997, Última Modificación del 25-09-2015 por Ley Nº 20.855. Esta Ley tiene por finalidad normar las relaciones entre proveedores y consumidores, establecer las infracciones en perjuicio del consumidor y señalar el procedimiento aplicable en estas materias.

Se establecen una serie de definiciones relacionadas a la materia, los derechos y deberes del consumidor, las organizaciones para la defensa de los derechos de los consumidores, las obligaciones del proveedor, se tratan las Responsabilidades, Reclamaciones – procedimientos colectivos, el Sello SERNAC y las normas relativas a este organismo público.

**2.- Ley N° 20.500 sobre asociaciones y participación ciudadana en la gestión Pública.**

En esta norma se explicita como formar una agrupación de ciudadanos y como esta puede influir en la gestión de las autoridades públicas. De igual manera, en esta norma se establecen materias relativas a las asociaciones sin fines de lucro, al fortalecimiento de las organizaciones de interés público, entre otros asuntos. Esta norma se relaciona con el Decreto Ley N° 2.757 de 1979, sobre Asociaciones Gremiales, ambos en cuanto rigen para la creación de Agrupaciones de Consumidores.

## II.- CENTRALES MAYORISTAS. TIPO DE PROPIEDAD Y LEGALIDAD.

Ciudad	Nombre	Dirección	Tamaño	Propiedad	Tipo legalidad
Arica	Terminal Mayorista AGRO. Agrícola del Norte S.A.	Avenida Manuel Castillo Ibaceta N° 3689, Arica.	20.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
Iquique	Mercado Mayoristas de Iquique. Agroiquique. Terminal Agropecuario de Iquique S.A.	Avenida El Progreso N° 2000, Iquique.	20.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
Antofagasta	Mercado Mayoristas de Antofagasta. Sociedad Comercial Vega Central de Antofagasta Limitada.	Iquique N° 4772, Antofagasta.	10.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad de Responsabilidad Limitada
Calama	Mercado de Calama. Terminal Agropecuario de Calama. Sociedad de Proveedores Agropecuarios Soproagro Limitada.	Av. Grau N° 1158 Barrio Industrial, Calama.	20.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad de Responsabilidad Limitada
Copiapó	Mercado Mayoristas de Copiapó. Terminal Agro Copiapó.	Avenida Los Loros N° 1472, Copiapó.	20.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sindicato de Trabajadores Independientes
La Serena	Mercado Mayoristas de La Serena. Terminal Agropecuario La Palmera. Comerciantes Mayoristas de La Serena S.A.	Ruta 5 Norte S/N° Vegas Norte, La Serena.	25.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
Coquimbo	Mercado Mayorista Coquimbo Terminal Agropecuario La Garza. Centro Agropecuario y Pesquero La Garza S.A.	Panamericana Norte N° 1695, Coquimbo.	15.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
Ovalle	Sociedad Limarí Comercializadora del Agro S.A. (Solcoagro)	Avenida la Feria N° 542	20.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima

Anexo 2: Informe de normativa legal

<b>Ciudad</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Propiedad</b>	<b>Tipo legalidad</b>
Valparaíso	Terminal Mayorista de Valparaíso	Calle Phillips 617	20.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
Quilpué	Mercado Mayoristas Termaquil S.A.	Camino Marga Marga 4540, Quilpué	25.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
La Calera	Femacal S.A.	Serrano N° 118, La Calera.	40.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
Los Andes	Mercado Mayorista de Los Andes	Avenida Enrique La Puente Chaparro S/N°, Loa Andes.	20.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
San Felipe	Mercado Mayoristas de San Felipe Feriantes Mayoristas Afema S.A.	Hacienda de Quilpué S/N°, Quilpué.	15.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
San Antonio	Terminal Mayorista de San Antonio	Las Bodegas N° 1664, San Antonio.	30.000 m <sup>2</sup>	Privada	Asociación Gremial
Rancagua	Vega Baquedano Terminal Hortofrutícola Baquedano	Avda. Presidente Salvador Allende N° 600, Rancagua..	60.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
Curicó	Mercado Mayoristas de Curicó Felicur S.A.	Camilo Henríquez N° 1002, Curicó.	30.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
Talca	Mercado Mayorista de Talca	18 Oriente, entre la 7 y 16 Norte, Talca.	67.000 m <sup>2</sup>	Pública	Sociedad Anónima

Anexo 2: Informe de normativa legal

<b>Ciudad</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Propiedad</b>	<b>Tipo legalidad</b>
Concepción	Vega Monumental S.A.	Avda. 21 de Mayo 235, Concepción.	100.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
Chillán	Terminal Hortofrutícola de Chillán Agrochillan S.A.	Colonia Bernardo O'Higgins Km. 4 parcela 66, Chillán.	18.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
Los Ángeles	Terminal Mayorista de Los Ángeles	Villagrán/rengo/costanera, Los Angeles.	15.000 m <sup>2</sup>	Privada	Asociación Gremial
Temuco	Sociedad Inmobiliaria y Comercial	Parcela los Notros KM. 5, Temuco.	120.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
Osorno	Terminal Mayorista ADIFRUT	Calle Amador Barrientos 2600, Osorno.	10.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
Puerto Montt	Comercial Inmobiliaria del Sur S.A. Feria Lagunitas	Camino Tepual Km. 2,2 Sector Lagunitas. Ruta 222, Puerto Montt.	40.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
Región Metropolitana	Comunidad Feria Lo Valledor S.A.	Avenida Maipú N° 3301, Pedro Aguirre Cerda.	330.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima
Región Metropolitana	Mercado de la Vega S.A.	Antonia López de Bello N° 760, Recoleta.	95.000 m <sup>2</sup>	Privada	Sociedad Anónima

**Fuente:** Elaboración propia de los autores con información de ONG Espacio y Fomento.